

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian dan analisis data dalam penelitian tentang manajemen pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia Jemur Wonosari Lebar Surabaya dapat disimpulkan bahwa proses implementasi manajemen marketing yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia Jemur Wonosari Lebar Surabaya dalam tahap perencanaan melakukan analisis keadaan pasar dan menentukan tujuan dan sasaran, dalam implementasinya Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia Jemur Wonosari Lebar Surabaya menggunakan strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh semua bagian yang ada di lembaga tersebut, kemudian pengorganisasiannya dilakukan dengan menyusun beberapa divisi serta pembagian tugas dari setiap divisi, dan selanjutnya pengendalian secara internal dan external lembaga.

Dalam pelaksanaan manajemen marketing Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia Jemur Wonosari Lebar Surabaya memiliki faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung dan menjadi kekuatan lembaga adalah program bimbingan belajar S3 (Super Smart Santri) yaitu program bimbingan belajar MIPA, bahasa inggris, baca tulis Al-qur'an dan

pemberian nutrisi otak yang rutin pada santri. Sedangkan faktor penghambat yang dihadapi oleh Lembaga Bimbingan Belajar Annora Pallas Indah Saba Indonesia Jemur Wonosari Lebar Surabaya adalah masalah dilapangan yaitu spanduk dilepas oleh warga .

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang dikemukakan diatas peneliti memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pengelola lembaga dan para tutor khususnya :

1. Lebih memperkuat komunikasi antar semua komponen yang ada dilembaga agar bisa mengetahui bersama apasaja hal-hal yang menjadi kekurangan sebagai bahan evaluasi dan segera memperbaiki kekurangan tersebut dan kekuatan yang ada dilembaga yang bisa dijadikan sebagai amunisi untuk mencapai keberhasilan.
2. Menambah media promosi seperti radio dan surat kabar agar dapat memperluas referensi masyarakat tentang lembaga serta memperluas jangkauan pemasaran.
3. Mengadakan rapat evaluwasi terkait dengan proses manajemen marketing yang sudah dijalankan dan hasilnya bisa dijadikan bahan untuk melaksanakan sebaik mungkin di masa yang akan datang.
4. Melengkapi sarana dan prasarana agar lebih lengkap untuk menunjang proses bimbingan belajar.