

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap strategi pemasaran yang dimiliki oleh lembaga bimbel Primagama cabang Mutiara Gading Timur Bekasi Timur, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi pemasaran pada lembaga bimbel Primagama diantaranya tenaga pengajarnya, fasilitas belajar, disediakan *Problem Solving* atau klinik belajar, belajar dengan metode outbound keluar kelas, pemberian pelayanan yang efisien, meningkatkan kinerja karyawan.
2. Primagama memiliki differensiasi pelayanan jasa berupa *Problem Solving* atau klinik belajar walaupun harga paketnya mahal. Disisi lain Primagama berdekatan dengan Ganesha Operation dan SSC, lingkungan bimbingan banyak terdapat sekolah dari tingkat SD sampai dengan SMA.
3. Strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan LBB primagama yaitu memberikan diskon – diskon untuk menarik dan mempertahankan peserta didik kemudian meningkatkan pelayanan jasa pendidikannya lalu melakukan presentasi kesekolah yang menjadi target market.

B. Saran

1. Memaksimalkan differensiasi jasa yang dimiliki oleh LBB (Lembaga Bimbingan Belajar) Primagama yaitu *Problem Solving* atau klinik belajar.
2. Meningkatkan kondisi ruang belajar yang lebih baik.
3. Pembuatan jadwal siswa disesuaikan jadwal sekolah belajar masing – masing peserta didik.
4. Memperbanyak relasi serta agensi untuk melakukan presentasi ke sekolah – sekolah favorit yang menjadi top market.