

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian terhadap strategi pemasaran yang dimiliki oleh lembaga bimbel Ganesha operation cabang Ciledug raya Jakarta selatan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi pemasaran pada lembaga bimbel Ganesha operation diantaranya tenaga pengajarnya, dengan merekrut tentor berkualitas dengan IPK minimal 3,5 yang berasal dari PTN terkemuka seperti UI, UGM serta guru yang berasal dari sekolah favorit. Harga, memberikan diskon khusus bagi siswa yang memperoleh ranking tingkatan 1 sampai 10 di sekolah masing-masing. Tempat, lokasi bimbel dapat dijangkau dengan mudah oleh berbagai transportasi yang memadai, berada dipinggir jalan sehingga terlihat jelas dan diketahui dengan mudah oleh konsumen.
2. Strategi pemasaran Ganesha operation memberikan diskon untuk menarik dan mempertahankan peserta didik, Menempati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau demi kenyamanan siswa serta dekat dengan sekolah-sekolah favorit, Melakukan berbagai macam promosi yang diharapkan mampu meningkatkan jumlah siswa, meningkatkan pelayanan jasa

pendidikannya lalu melakukan presentasi kesekolah yang menjadi target market.

3. Ganesha Operation dengan memberikan pelayanan yang tidak dilakukan bimbingan belajar lain, yaitu dengan menambahkan klinik belajar secara individual untuk membantu siswa menyelesaikan tugas. Disisi lain Ganesha operation berdekatan dengan Primagama dan SSC, lingkungan bimbingan banyak terdapat sekolah dari tingkat SD sampai dengan SMA.

## **B. Saran**

1. Menyeragamkan harga di setiap cabang Ganesha Operation dengan menetapkan harga yang kompetitif di bandingkan dengan pesaing.
2. Meningkatkan kondisi ruang belajar yang lebih baik, dengan menambahkan ruang belajar yang terlalu penuh dengan peserta didik
3. Menambah jumlah tenaga konsultan, pembuatan jadwal konsultasi peserta didik, sehingga semua peserta didik mendapatkan waktu konsultasi