

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa dan calon siswa, dengan melalui penyebaran kuesioner kepada responden siswa dan calon siswa memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK Negeri 1 Banyumas serta dari hasil *in-depth interview* bagi calon siswa yang tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor paling dominan pada studi 1, bahwa yang menjadi pertimbangan siswa memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Banyumas adalah persepsi siswa, promosi, dan pertimbangan kerja. Faktor persepsi siswa memiliki korelasi sebesar 0,503, faktor promosi memiliki korelasi sebesar 0,558, dan faktor pertimbangan kerja memiliki korelasi sebesar 0,611 jika dibandingkan dengan faktor lainnya.
2. Faktor paling dominan pada studi 2, bahwa yang menjadi pertimbangan calon siswa memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Banyumas adalah persepsi siswa dengan korelasi sebesar 0,552 jika dibandingkan dengan faktor lainnya.
3. Jawaban calon siswa yang tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran karena orang tua, saudara dan mengikuti teman. Faktor persepsi siswa karena persepsi keluarga yang terdiri dari orang tua dan

4. saudara serta persepsi teman pada jurusan lain merupakan faktor yang dipertimbangkan calon siswa tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

B. Implikasi

1. Untuk meningkatkan loyalitas siswa pada jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, maka sekolah dapat menggunakan strategi *pull marketing*, misalnya mempublikasikan setiap kegiatan jurusan yang positif dengan menggunakan berbagai media. Selain itu sekolah juga hendaknya terus menambah dan meningkatkan kerja sama dengan dunia industri guna menyalurkan lulusannya untuk siap kerja.
2. Untuk meningkatkan minat calon siswa memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, maka yang perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak sekolah serta jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran adalah selalu memperhatikan citra jurusan yaitu dengan melengkapi fasilitas, sarana dan prasarana serta meningkatkan pelayanan baik bagi siswa dan calon siswa sehingga dengan citra yang baik akan memunculkan persepsi yang baik pada diri siswa dan calon siswa.
3. memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran maka SMK Negeri 1 Banyumas perlu mempertimbangkan untuk melakukan strategi *push marketing*, yaitu dengan melakukan strategi promosi untuk jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran kepada calon siswa dengan melibatkan guru SMP, guru SMK dan siswa yang sedang belajar di jurusan Bisnis Daring dan

Pemasaran. Penyampaian informasi yang jelas tentang jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran termasuk pekerjaan dimasa depan disampaikan secara langsung kepada calon siswa dengan mendatangi SMP terutama saat menjelang penerimaan siswa baru. Promosi ini bukan hanya untuk calon siswa namun juga untuk masyarakat secara luas terutama para orang tua calon siswa dengan pendekatan secara individual maupun kelompok. Hal ini dilakukan karena orang tua dan pekerjaan di masa yang akan datang menjadi faktor yang dipertimbangkan calon siswa dalam memilih jurusan

C. Keterbatasan

1. Secara teoritik, penelitian ini masih terbatas pada faktor interpersonal serta lingkungan yang digunakan dalam penelitian. Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang faktor siswa memilih sekolah sangat banyak, namun yang meneliti khusus pada faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa dan calon siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran berdasarkan wilayahnya belum ada sehingga landasan teori dan penelitian sebelumnya yang hampir sama dengan penelitian ini sangat terbatas.
2. Hasil penelitian studi 1 tidak dapat digeneralisasikan pada jurusan SMK yang lain. Hal ini karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK Negeri 1 Banyumas.

3. Hasil penelitian studi 2 masih ada keterbatasan yaitu pada teknik pengumpulan data yang hanya menggunakan kuesioner, sehingga tidak dapat diketahui secara jelas apa sebab dan alasan yang dijelaskan dari seorang responden dalam menjawab kuesioner yang telah disebar. Pertanyaan yang sifatnya tertutup menggunakan skala Likert yang diukur dari “sangat setuju-sangat tidak setuju” dirasa masih belum dapat mengetahui lebih dalam apa saja faktor-faktor dan alasan yang dapat mempengaruhi calon siswa memilih.
4. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang sama untuk mengukur siswa dan calon siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

D. Saran Penelitian Mendatang

1. Penelitian mendatang disarankan untuk menganalisis lebih lanjut faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, dengan menambah SMK yang lain misalnya SMK Negeri yang ada di Kabupaten Banyumas atau Karisidenan Banyumas yang memiliki jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.
2. Penelitian mendatang dalam memilih calon siswa diambil secara random sampling tiap sekolah sehingga data yang diperoleh lebih bervariasi dan memiliki karakteristik jawaban yang berbeda-beda.