

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan analisis yang peneliti kemukakan, maka peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs MINAT Kesugihan sebagai berikut;

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan yang dilakukan oleh MTs MINAT berupa segmentasi, Targetting, dan Positioning. Madrasah melakukan segmentasi, dengan melakukan pendekatan demografi, psikografi, geografi, dan manfaat. Sedangkan untuk targetting, madrasah menargetkan kalangan santri di wilayah kesugihan dan siswa siswi SD/MI di bawah naungan yayasan bakii. Selanjutnya untuk positionig, Madrasah menawarkan beberapa keunggulan yang menjadikan daya tarik masyarakat lewat program kelas unggulan ada bahasa inggris dan program tafhidz, program pembiasaan karakter, kurikulum berbasis pesantren dan kegiatan ekstrakurikuler madrasah. Selain melakukan strategi segmentasi, tagetting dan positioning MTs MINAT juga menggunakan bauran pemasaran dalam memaksimalkan pemasaran. Brosur menjadi media paling maksimal yang dilakukan oleh madrasah, selebihnya pihak madrasah memaksimalkan promosi di media elektronik seperti facebook, Instagram, youtube maupun website yang dimiliki madrasah.

2. MTs MINAT dalam pemasaran mengalami proses yang cukup panjang, dikarenakan sebelum adanya pemasaran dulu sebelum tahun 2010 pihak madrasah sangat membatasi untuk melakukan kegiatan tersebut. Hal ini dikarenakan berdasar dawuh Mayayikh yang kurang ridla, jika pesantren atau madrasah melakukan kegiatan pemasaran. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi, ditambah muncul persaingan antar lembaga pendidikan maka madrasah mulai melakukan kegiatan pemasaran walau secara bertahap dan tetap dalam batasan yang mereka tetapkan.
3. Kehadiran pondok pesantren dan alumni ternyata mempunyai peran yang sangat besar dalam pemasaran madrasah. Hal ini tidak dipungkiri, mengingat banyaknya pondok pesantren di wilayah kesugihan ditambah alumninya yang aktif di masyarakat secara tidak langsung ikut mempromosikan madrasah dan meningkatkan eksistensi MTs MINAT sehingga semakin di kenali masyarakat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan hasil kesimpulan terkait strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs MINAT, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. MTs MINAT perlu mengembangkan strategi pemasaran yang telah dimiliki agar mampu bersaing dengan sekolah di sekitarnya. Dengan cara memaksimalkan program unggulan, mengawal program pembiasaan karakter, meningkatkan ekstrakurikuler, dan kegiatan

proses belajar mengajar sehingga menciptakan lulusan yang berkualitas, unggul, inovatif dan berakhlakul karimah agar minat orang tua untuk memilih MTs MINAT selalu meningkat dan berdampak pada tingkat daya saing madrasah.

2. MTs MINAT sebaiknya melakukan pelatihan atau peningkatan sumber daya manusia yang ada di madrasah. Peningkatan kesadaran akan pentingnya pemberian kualitas bagi peserta didik berupa pelayanan keilmuan maupun sarana prasarana dalam menunjang kegiatan pembelajaran.

### **C. Keterbatasan Penulis**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan nikmat, taufiq dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Sebesar apapun peneliti berusaha untuk menyelesaikan penelitian ini, namun peneliti sadar bahwa hasil ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kekurangan, kesalahan, dan kekeliruan yang disebabkan oleh kualitas pribadi peneliti.

Terlepas dari semua itu, peneliti berharap mudah-mudahan karya sederhana ini bisa bermanfaat bagi peneliti khususnya dan semua pihak yang terlibat didalamnya. Dengan seganp kerendahan hati peneliti juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi pengembangan dan perbaikan skripsi ini.