

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berangkat dari permasalahan yang telah ditetapkan dan berdasarkan analisa yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka secara konklusif dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pertama strategi pemasaran yang diterapkan di MA Bilingual Batu meliputi tujuh P dalam marketing mix yaitu MA Bilingual Batu memiliki strategi produk yang ditawarkan kepada masyarakat seperti branding madrasah dan pilihan konsentrasi; strategi harga atau biaya pendidikan yang ditawarkan kepada pelanggan meliputi sumbangan biaya pendidikan (infak) yang fleksibel, pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi dan kurang mampu, dan kemudahan dalam pembayaran dalam artian bisa diangsur; strategi lokasi tempat MA Bilingual Batu menyelenggarakan layanan pendidikan merupakan lingkungan strategis karena lingkungan pusat pendidikan dan mudah diakses oleh kendaraan pribadi maupun tidak jauh dari angkutan umum untuk memudahkan mobilisasi siswa dan guru;
2. Strategi promosi yang dilakukan oleh MA Bilingual Batu meliputi kegiatan advertising berupa pembuatan spanduk, baliho dan poster untuk disebarakan diberbagai wilayah di Jawa Timur, melakukan promosi tatap muka (face to face) kepada calon peserta didik untuk meyakinkan dia bergabung dengan MA Bilingual Batu, penggunaan media sosial untuk promosi gratis dan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan untuk lebih memperkenalkan MA Bilingual kepada masyarakat luas;
3. Strategi pengembangan sumberdaya manusia pendidikan di MA Bilingual Batu meliputi empat tahapan yaitu proses rekrutmen untuk mencari tenaga pendidik dan kependidikan yang berkualitas, pembinaan untuk mengenalkan tugas dan fungsi agar

dapat mewujudkan visi dan misi madrasah, pelatihan untuk mengembangkan kemampuan pendidik dan tenaga kependidikan agar sesuai dengan tuntutan zaman dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui kinerja dalam satu semester guna meningkatkan kualitas layanan;

4. Strategi bukti fisik di MA Bilingual Batu meliputi penambahan gedung baru dan penambahan sarana prasarana penunjang kegiatan belajar mengajar. Terakhir adalah strategi proses yang dilakukan oleh MA Bilingual Batu adalah proses kehiatan belajar mengajar di MA Bilingual Batu telah sesuai dengan standar nasional pendidikan dan mengutamakan pelayanan kepada pelanggan.
5. Pengembangan strategi pemasaran pendidikan di MA Bilingual Batu merupakan strategi yang dikembangkan oleh pimpinan madrasah disesuaikan dengan kondisi yang ada. Pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan oleh MA Bilingual Batu meliputi strategi gerilya, menonjolkan kepemimpinan kepala sekolah berprestasi, strategi mengangkat keunikan, strategi mempublikasikan prestasi dan strategi pemberian beasiswa.

## **B. Implikasi**

Penelitian ini tentang strategi pemasaran jasa di Lembaga Pendidikan Islam, maka kesimpulan yang dapat ditarik tentu mempunyai implikasi terhadap pemasaran jasa di bidang pendidikan dan terhadap penelitian-penelitian selanjutnya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka implikasi penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan 7 strateginya dan pengembangan strategi pemasaran jasa ternyata berdampak pada peningkatan jumlah siswa yang mendaftar di MA Bilingual Batu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memberikan kontribusi terhadap upaya mempromosikan lembaga pendidikan Islam. Dengan adanya strategi pemasaran yang ada diharapkan seluruh lembaga pendidikan Islam mulai merumuskan strategi pemasaran

pendidikan agar lembaga pendidikan Islam semakin dikenal di masyarakat dan menjadi salah satu pilihan masyarakat.

## **C. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat diajukan saran-saran sebagai bahan kajian untuk perbaikan kualitas strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam di masa mendatang.

### **1. Pemanfaatan Hasil Penelitian**

- a. Hasil penelitian menunjukkan perlunya menggunakan strategi pemasaran sekolah untuk menghadapi persaingan agar sekolah tetap eksis dan berkembang.
- b. Lembaga harus memberikan dorongan dan fasilitas yang memadai untuk usaha-usaha peningkatan mutu sekolah, guru dan staff sekolah.
- c. Sekolah harus mengembangkan kepedulian pada tiap-tiap kesempatan untuk melakukan tindakan dan studi akademik dalam menghadapi tantangan yang bervariasi pada kurun waktu tertentu.

### **2. Penelitian Lanjutan**

Berbagai keterbatasan dalam penelitian harus menjadi perhatian para peneliti lebih lanjut yang berminat melakukan penelitian tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam, maka disarankan beberapa hal berikut:

- a. Diperlukan kajian yang lebih mendalam pada fokus yang sudah ditetapkan sehingga dapat memberikan landasan faktual pada teori-teori yang sudah terverifikasi dalam hasil penelitian ini.

- b. Diperlukan pengkajian hasil-hasil temuan yang lebih serius menyangkut strategi pemasaran lembaga pendidika Islam, sehingga dapat memberikan landasan berfikir yang kokoh dalam mencermati permasalahan.

