

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan berjalan dengan baik.

1. Implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan secara garis besar berjalan dengan baik.
 - a. *People* atau Sumber daya manusia (SDM) di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan memiliki kompetensi yang mumpuni pada bidangnya masing-masing ditunjang dengan latar belakang pendidikan sesuai dengan kualifikasi. Selain itu Kepala Madrasah selalu memperhatikan kualitas SDM yang dimilikinya bahkan sejak perekrutan, selain itu kualitas yang dimiliki SDM di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan dikembangkan melalui pelatihan-pelatihan dan observasi oleh Kepala Madrasah ataupun petugas Kemenag.
 - b. *Process* dilakukan sesuai dengan kebijakan pemerintah, Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan menggunakan kurikulum 2013 dalam pembelajarannya. Proses dalam hal ini dimulai dengan perekrutan atau seleksi siswa baru, proses pembelajaran, hingga kualitas lulusan. Proses dalam *marketing mix* ini menentukan kualitas lulusan atau output yang dimiliki Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Hingga saat

ini lulusan atau alumni Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan berkiprah dengan baik di masyarakat ataupun di Sekolah jenjang lebih tinggi.

c. *Phisycal evidence* atau sarana prasarana sudah baik. Madrasah mengklaim tidak ada kesulitan dalam penyediaan atau pengadaan sarana prasarana yang mendukung kegiatan belajar mengajar di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Dukungan penuh dari Kepala Madrasah juga menjadi kekuatan tersendiri bagi Madrasah.

2. Faktor pendukung Implementasi *marketing mix* 3p (*people, process, phisycal evidence*) di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan adalah loyalitas dan kekompakan pendidik dan tenaga kependidikan yang dapat mendukung pencapaian semua Standar Nasional Pendidikan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurang optimalnya dalam mengelola media sosial sebagai media marketing Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Media sosial saat ini memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, mereka memungkinkan pengguna untuk terhubung, berbagi informasi, dan berinteraksi secara global. Hal ini akan menjadikan masyarakat mudah mengakses informasi termasuk informasi terkait lembaga sebagai salah satu bentuk marketing Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan.

3. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi faktor penghambatnya Kepala Madrasah terus berupaya untuk mencari solusi dalam menghadapi faktor penghambat tersebut. Solusinya adalah harus ada tim atau penanggung jawab khusus dalam pengelolaan media sosial. Jika tanggungjawab ini dibebankan

kepada pendidik nampaknya kurang efektif melihat banyaknya tanggungjawab yang diemban oleh pendidik. Petugas atau penanggung jawab ini dapat diambil dari salah satu operator atau staff Madrasah atau jika memungkinkan dapat mengambil orang yang ahli dalam dunia media sosial sebagai penanggungjawab.

B. Saran

1. Bagi Lembaga

- a. Pengembangan kompetensi melalui kegiatan-kegiatan pengembangan sebaiknya Kepala Madrasah melakukan pengawasan terhadap penerapan dari ilmu atau keterampilan yang didapatkan pendidik dan tenaga kependidikan dari kegiatan pengembangan kompetensi. Selain itu pendidik dan tenaga kependidikan yang memperoleh ilmu atau keterampilan tersebut mempresentasikan kepada rekan kerja lain agar pendidik dan tenaga kependidikan yang tidak ikut serta dapat mempelajarinya juga.
- b. Kepala Madrasah seharusnya memberikan kebijakan dengan meningkatkan kriteria peserta didik baru jalur prestasi, agar peserta didik yang masuk di jalur tersebut benar-benar bibit unggul yang dapat memajukan nama baik Madrasah.
- c. Pengelolaan laman website seharusnya sejak dulu dievaluasi, mengingat tidak *update* nya informasi yang dimuat di laman tersebut menjadikan para pencari informasi terkait dengan Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan merasa kesulitan karena terbatasnya informasi tersebut di web resmi Madrasah.

d. Penggunaan akun media sosial seharusnya tidak hanya berisi tentang prestasi yang telah diraih saja, akan tetapi lebih baik lagi jika menonjolkan semua kelebihan dari madrasah tersebut. Seperti kegiatan belajar siswa, karya siswa, kegiatan tenaga pendidik dan kependidikan, kegiatan Kepala Madrasah, hingga fasilitas yang dimiliki Madrasah. dengan demikian masyarakat akan lebih mengenal Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya.
 - c. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti apakah strategi *marketing mix* 3P di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan ini tepat untuk jenjang pendidikan lainnya.

UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM