

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis data hasil penelitian tentang *tangible* proses sebagai keberhasilan pelaksanaan pemasaran pendidikan di MAN 1 Mojokerto yang sudah di jabarkan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Tangible disini di artikan sebagai bentuk wujud dari pada sumberdaya manusia perusahaan atau lembaga pendidikan, yang menitik beratkan kepada SDM guru khususnya, karena SDM pendidik pasti sangat di pertanyakan terkait kualitas ataupun keterampilannya demi kemajuan sebuah lembaga.

Adanya pengembangan terkait SDM di MAN 1 Mojokerto menjadi salah satu penunjang bagi guru-guru untuk mengembangkan bakat ataupun kemampuan, dengan adanya pelatihan ataupun *worshof* maka kemampuan seorang guru akan lebih baik lagi, sehingga SDM lembaga akan semakin mempunyai daya saing dengan lembaga-lembaga di luar sana, karena baik nya SDM guru juga menjadi daya tawar bagi pihak masyarakat untuk menyekolahkan putra putri nya di MAN 1 Mojokerto, sehingga meningkatnya SDM akan berdampak kepada keberhasilan sebuah pelaksanaan pemasaran pendidikan seperti indikator yang peneliti paparkan di atas yaitu:

Pelaksanaan pemasaran pendidikan tentunya menjadi hal yang sangat fundamen bagi suatu proses pemasaran pendidikan, tanpa adanya pelaksanaan pemasaran maka lembaga pendidikan akan stagnan atau tidak akan berkembang,

oleh karena itu disini peneliti membawa dua indikator yang sangat penting ketika melakukan pelaksanaan pemasaran.

Adanya pengorganisasian kegiatan pemasaran disini ialah tahap-tahap pembagian tugas ataupun tanggung jawab supaya berjalan dengan efektif maupun efisien, dengan adanya pengorganisasian maka tugas akan lebih mudah untuk dilakukan demi berjalannya sebuah pemasaran pendidikan dan mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang telah di rencanakan.

Adanya pengarahan kegiatan pemasaran yaitu usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agar semuanya itu dapat dilakukan dengan baik, dengan adanya pengarahan maka orang-orang yang telah mendapatkan tugas akan lebih mudah lagi ketika melakukan proses pemasaran pendidikan, tanpa adanya pengarahan maka proses pelaksanaan pemasaran akan berjalan tidak maksimal walaupun mendapatkan hasil yang sesuai.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti akan mencoba memberikan masukan ataupun saran sebagai berikut:

1. Pihak Lembaga Pendidikan

Setelah melakukan penelitian di MAN 1 Mojokerto mengenai keberhasilan pemasaran pendidikan dengan meneliti SDM yang ada di lembaga tersebut, maka peneliti memberikan saran ataupun masukan agar para guru maupun staf yang berada di lembaga tersebut mempertahankan prestasi-prestasi yang telah mereka dapatkan, demi kemajuan dan tetap eksisnya MAN 1 Mojokerto di tingkat nasional, yang nantinya ketika SDM guru itu baik maka akan berdampak pada proses pembelajaran yang baik pula.

2. Peneliti Berikutnya

Penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan dan masih perlu dilanjutkan, oleh karena itu peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi referensi dalam melanjutkan penelitian terkait pemasaran pendidikan yang lebih baik lagi, sehingga dapat terus eksis dalam mensosialisasikan terkait lembaga pendidikan, karena masih banyak lagi unsur-unsur yang harus di teliti lebih lanjut dan di sesuaikan kembali dengan zaman yang akan datang, sehingga dapat di kaji lebih mendalam.

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melanjutkan indikator indikator yang belum peneliti gali secara terperinci terkait pelaksanaan pemasaran dan kondisi SDM lembaga pendidik seperti kondisi kualis guru atau tenaga pendidik, dan juga bagi peneliti selanjutnya bisa mengambil lebih banyak lagi teori-teori terkait pemasaran pendidikan, karena sedikit banyaknya bahwa konsep pemasaran spesipik nya terkait *Tangile Process* itu perlu di update dari tahun ke tahun supaya bisa menyesuaikan zaman.