

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian tentang pengaruh strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi terhadap PPDB Madrasah Aliyah swasta di Kecamatan Menes Pandeglang, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pendidikan SMK

Strategi pemasaran pendidikan SMK di Kecamatan Menes Pandeglang dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 56,06 setelah dilihat pada tabel interpretasi dan kategorisasi data termasuk pada kategori cukup baik/efektif.

2. Minat siswa dalam melanjutkan studi

Minat siswa dalam melanjutkan studi di Kecamatan Menes Pandeglang dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 53,25 setelah dilihat pada tabel interpretasi dan kategorisasi data termasuk pada kategori cukup baik/efektif

3. PPDB Madrasah Aliyah swasta

PPDB Madrasah Aliyah swasta di Kecamatan Menes Pandeglang dengan nilai rata-rata (Mean) sebesar 56,45 setelah dilihat pada tabel interpretasi dan kategorisasi data termasuk pada kategori cukup baik/efektif

4. Pengaruh strategi pemasaran pendidikan SMK dan Minat siswa dalam melanjutkan studi terhadap PPDB Madrasah Aliyah Swasta di Kecamatan Menes Pandeglang

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis data statistic inferensial dengan menggunakan regresi linear berganda, Output ANOVA diperoleh nilai $F_{hitung} = 22,121$. Selanjutnya adalah menentukan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 d_k pembilang = m = Jumlah variabel bebas -1-2-1 = 1 d_k penyebut = 85-2-1 = 82 diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,11$. Dari sini terlihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jadi, H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi terhadap PPDB Madrasah Aliyah swasta di Kecamatan Menes Pandeglang.

Model regresi yang diperoleh memiliki nilai R square sebesar 0,35,0 atau model hanya mampu menjelaskan

fenomena sebesar 35,0% hal ini dapat diartikan bahwa regresi sudah cukup baik. variabel strategi pemasaran pendidikan SMK (X1) dan minat siswa dalam melanjutkan studi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap PPDB Madrasah Aliyah Swasta (Y) Sebesar 35,0% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Sebagai penelitian yang telah dilakukan di lingkungan pendidikan kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai implikasi dalam bidang pendidikan dan juga penelitian-penelitian selanjutnya, sehubungan dengan hal tersebut maka implikasinya sebagai berikut:

Hasil penelitian mengenai variabel strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi yang diduga memiliki pengaruh terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) madrasah aliyah swasta ternyata memiliki pengaruh yang signifikan, ketiga variabel tersebut, variabel strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi memiliki kontribusi terhadap PPDB Madrasah Aliyah sebesar 0,35,0 atau 35,0% .

Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui bahwa variabel strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi memiliki kontribusi terhadap PPDB Madrasah Aliyah.

Selama ini masalah strategi pemasaran pendidikan kurang mendapat perhatian yang serius baik dari lembaga ataupun pihak guru, sekalipun ketika disadari bahwa pemasaran pendidikan ini penting lembaga tidak memiliki strategi yang baik untuk memasarkannya. Maka untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan adanya usaha dan upaya dari pihak lembaga khususnya Madrasah Aliyah dengan cara mengadakan perbaikan pada pemasaran pendidikan dengan harapan setiap peningkatan pada strategi pemasaran akan meningkatkan PPDB Madrasah Aliyah secara kualitas dan kuantitas.

Untuk itu perlu adanya upaya yang harus dilakukan oleh Madrasah Aliyah diantaranya sebagai berikut:

1. Penerimaan Peserta Didik baru (PPDB) tidak semata-mata dipengaruhi oleh pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi saja, masih banyak faktor lain yang mempengaruhinya diantaranya dari faktor

lingkungan internal dan eksternal yang menentukannya. Pengaruh strategi pemasaran pendidikan SMK dan minat siswa dalam melanjutkan studi terhadap PPDB Madrasah Aliyah sehubungan dengan hal ini, perlu diteliti lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang diduga mempengaruhi PPDB Madrasah Aliyah tersebut.

2. Aspek aspek yang diteliti pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka untuk lebih mendalami faktor apa saja yang turut berpengaruh terhadap PPDB Madrasah Aliyah tersebut, perlu kiranya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Agar PPDB Madrasah Aliyah Swasta di Kecamatan Menes Pandeglang setiap tahunnya meningkat hendaknya pihak sekolah memiliki inovasi-inovasi baru serta memiliki produk unggulan

yang dipasarkan sehingga dapat meningkatkan minat siswa dalam melanjutkan studi.

2. Perlu adanya perhatian inovasi dan dukungan dari kementerian agama agar Madrasah Aliyah tetap bisa mempertahankan eksistensinya dengan cara menambah jurusan yang ada di Madrasah Aliyah agar menarik minat siswa dalam melanjutkan studi.