

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan oleh penulis yang berjudul “Peran Strategi Pelayanan dan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di MA Darul Irfan” disimpulkan bahwa dalam strategi pemasaran yang dilakukan di MA Darul Irfan, sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan suatu strategi pelayanan dan promosi dilaksanakan oleh kepala Madrasah, hal ini dikarenakan agar perencanaan pemasaran strategi yang dilaksanakan akan dapat tersusun lebih efektif. Dalam strategi pemasaran perencanaan yang dibuat yaitu: Pembentukan tim PPDB yang terdiri dari wali kelas pimpinan madrasah seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras, dalam menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran pemasaran yang akan dilakukan, dan adapun menentukan alat taupun media promosi dalam kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan, dan menentukan biaya SPP pertahun yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke MA Darul Irfan dan kepala sekolah harus melibatkan semua elemen yang telah disebutkan serta para alumni untuk melaksanakan kegiatan pemasaran pendidikan yang telah ditentukan oleh sekolah MA Darul Irfan dengan cara mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki oleh sekolah.

2. Implementasi strategi pelayanan dan promosi adalah pokok utama dari suatu lembaga di sekolah untuk mempromosikan sekolah maupun madrasah tersebut dan untuk mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan, di implementasi strategi pemasaran dilakukan yaitu dengan cara: pembentukan panitia atau tim PPDB dan saling berkoordinasi dengan melakukan tugas yang sudah sesuai dengan semua tupoksinya dari SK PPDB, dan melakukan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan Mei, yang ditempatkan di luar desa. Dan adapun target yang dituju yakni anak berusia 15 tahun, untuk biaya SPP pertahun sudah ditetapkan dengan nominal yang sudah sesuai agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang berkeberatan. Dan terkait dengan penyebaran itu menggunakan strategi tertentu seperti segmentasi pasar kemudian membentuk strategi penentuan sasaran jasa pendidikan, setelah itu membentuk strategi penentuan posisi pasar jasa pendidikan setelah itu membentuk baruan pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan menyiapkan produk, harga dan lokasi, serta promosi menggunakan alat media promosi di Madrasah ini dilakukan menggunakan melalui brosur, banner, pamflet, perantara wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp
3. Mengevaluasi seluruh rangkaian dari perencanaan sampai dengan implementasi, madrasah ini sudah melaksanakan semua dan kegiatan dengan baik. Dengan adanya perencanaan yang dibuat dan pelaksanaan dengan baik maka dampak ataupun efek yang muncul untuk madrasah

yaitu program-program yang mana harus tetpat di pertahankan dan mana yang harus segera di perbaiki dan mana yang harus di hapus untuk penilaian bukan hanya peserta didik itu juga pendidikannya. Jadi citra seorang pendidik itu juga mempengaruhi dalam meningkatkan jumlah peserta didik yang akan mendaftar di madrasah tersebut.

## **B. Saran**

Tanpa mengurangi rasa hormat bagi semua pihak demi mensukseskan kegiatan strategi pemasaran di MA Darul Irfan agar berjalan dengan lebih baik dan lancar untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal, maka penulis memberikan saran, antara lain:

1. Kepada madrasah, penyenggaraan dan pengelolaan pendidikan untuk bekerja sama dan lebih giat dan lebih profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab untuk melahirkan SDM yang berkualitas dengan selalu merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan dengan baik, serta meningkatkan dan memperdayakan seluruh sumber daya yang ada demi memperbaiki dan meningkatkan mutu pendidikan islam untuk mencapai kepuasan pelanggan.
2. Kepada akademisi yang akan melaksanakan penelitian mengenai strategi manajemen pemasaran dalam peningkatkan penerimaan peserta didik, dapat lebih mengembangkan kajian-kajian mengenai kegiatan strategi pemasaran dan kegiatan penerimaan peserta didik.

3. Kepada sekolah ditingkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar masyarakat semakin tertarik dalam menyekolahkan anaknya ke madrasah.
4. Kepada peneliti, dapat memperhatikan proses yang telah terlaksana berupa perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari strategi pemasaran, sehingga peneliti dapat mengimplementasikan ketika sudah berada di lingkungan sekolah maupun madrasah kelak.