

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah di uraikan pada bagian terdahulu maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil interpretasi yang diperoleh dari variabel X (Perencanaan Strategi Pemasaran) termasuk kedalam kategori sangat baik sebesar 85,28%, artinya perencanaan strategi pemasaran sangat pengaruh sekali untuk menarik calon peserta didik baru dan calon wali peserta didik baru agar bisa mengikuti proses belajar di Madrasah Al-Islam dan mempertambah banyak jumlah Peserta didik ba gi Madrasah Aliyah Al-Islam.
2. Hasil interpretasi yang diperoleh pada variabel Y (peningkatan jumlah peserta didik) termasuk kedalam katagori baik sebesar 83,52%, artinya jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Al-Islam Kota Serang terdapat peningkatan jumlah peserta didik yang signifikan.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perencanaan strategi pemasaran berkontribusi rendah/lemah terhadap peningkatan jumlah peserta didik di MA Al-Islam. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan penulis bahwa pengaruh perencanaan strategi pemasaran peningkatan jumlah peserta didik di MAS Al-Islam Kota Serang mempunyai pengaruh sebesar 10 % dan sisanya 90% yang pengaruhi

oleh faktor lain baik internal dan eksternal seperti kualitas pembelajaran, budaya organisasi, sarana prasarana, keberhasilan alumni, dan lain sebagainya.

4. Faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung di MA Al-Islam lokasi yang strategis yaitu di jantung kota, harga yang terjangkau serta suasana sekolah yang menyenangkan. Adapun penghambatnya ialah MA Al-Islam tidak memiliki banyaknya fasilitas sarana prasarana yang mendukung, MA Al-Islam menjadikan Bahasa tambahannya tidak sesuai yang diminati masyarakat sekitar seperti halnya masyarakat sekitar Cipocok menyukai Bahasa Korea namun MA Al-Islam menawarkannya yaitu Bahasa Jepang. Disekitar MA Al-Islam juga ada sekolah lainya seperti MAS Darul Falah, MAS Al-Fathoniyah, MAS Darul Yaqin dan MAS Darul Irfan. sekolah tersebut menjadi pesaing untuk MAS Al-Islam sehingga MAS Al-Islam selalu berupaya meningkatkan peserta didiknya.

## **B. Saran-Saran**

Dengan adanya korelasi antara kontribusi perencanaan strategi pemasaran dalam hal ini MA Al-Islam Kota Serang sebagai lokasi penelitian terhadap peningkatan jumlah peserta didik maka diharapkan:

1. Agar perencanaan strategi pemasaran meningkat, maka setiap panitia peserta didik baru perlu meningkatkan perencanaan strategi pemasaran

dalam menarik calon peserta didik baru supaya bisa bersekolah di MA Al-Islam, dan perlu juga berkomunikasi dengan masyarakat setempat untuk menarik simpatisan masyarakat kepada madrasah serta perlu menggunakan alat teknologi seperti media sosial (FB, Website, WA, dan lain sebagainya.)

2. Sekolah harus memberikan motivasi kepada panitia penerimaan santri baru dan menghargai setiap hasil yang telah mereka kerjakan.
3. Panitia penerimaan peserta didik baru atau pihak madrasah agar selalu memperhatikan pelayanan, penampilan dalam berpakaian dan etos kerjanya, jika semua terlaksana pelanggan/peserta didik baru pun akan semakin banyak.