

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi bauran pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat murid baru di MAN 1 Tangerang dan MAN 5 Tangerang dapat ditarik sebuah intisari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran di MAN 1 Tangerang dan MAN 5 Tangerang sudah baik. Strategi tersebut dilakukan secara terencana dan adaptif. Elemen *product* menjadi faktor utama pemikat dalam menarik minat murid dengan adanya program-program unggulan dan banyaknya prestasi yang diraih. Sementara elemen *people*, *promotion*, *physical evidence*, dan *process* menjadi faktor pendukung dalam menumbuhkan minat murid baru. Sedangkan elemen *price* dan *place* tidak berpengaruh secara signifikan walaupun tetap ada pengaruhnya.
2. Intensitas minat murid baru di MAN 1 Tangerang maupun MAN 5 Tangerang cukup tinggi. Hal ini terbukti dengan jumlah pendaftar yang selalu melebihi batas kuota penerimaan. Pada

MAN 1 Tangerang daya serap pada tiga tahun terakhir hanya mencapai rata-rata 44,43% dari jumlah pendaftar. Sedangkan pada MAN 5 Tangerang daya serapnya sekitar 75,66% dari jumlah pendaftar. Hal ini menunjukkan tingkat persaingan yang masih cukup tinggi untuk diterima di sekolah tersebut.

3. Ketujuh elemen di dalam bauran pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Tangerang dan MAN 5 Tangerang saling berkaitan dan bersinergi di dalam pengelolaannya sehingga memiliki keunggulan kompetitif dalam meningkatkan murid baru di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat. Elemen-elemen yang memiliki kelemahan seperti *place* dan *price* dapat tertutupi oleh keunggulan dari elemen *product* dan *people* dengan dukungan dari elemen *promotion*, *process*, dan *physical evidence* sehingga minat murid baru tetap tinggi.

## **B. Saran**

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi konkret dan aplikatif serta dapat menjadi panduan strategis dalam mengoptimalkan strategi pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya meningkatkan minat murid baru secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. MAN 1 Tangerang dapat menambahkan program pembelajaran persiapan masuk ke perguruan tinggi yang lebih matang lagi karena motivasi siswanya kebanyakan ingin lulus di perguruan tinggi negeri. Dan untuk MAN 5 Tangerang dapat meningkatkan elemen *product* dengan membuat kelas unggulan untuk menghasilkan prestasi yang lebih banyak lagi.
2. Untuk MAN 1 Tangerang walaupun sudah tinggi tingkat minat mendaftar di madrasah tersebut harus tetap melakukan promosi yang lebih inovatif dan membuat *boarding school* agar dapat menyaring bibit unggul peserta didik yang lebih berkualitas dari berbagai penjurur. Dan untuk MAN 5 Tangerang yang memiliki kelemahan pada elemen *place* dapat melakukan relokasi agar madrasah lebih cepat berkembang dan kebermanfaatannya dapat dirasakan oleh lebih banyak masyarakat sekitar.
3. Tim manajerial sekolah atau madrasah dapat mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan aset yang dimiliki dengan pendekatan ABCD (Asset Based Community Development), yaitu pengembangan komunitas berbasis aset.