

## BAB 5

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di depan, maka dapat dituliskan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Segmenting* Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs N 5 Cilacap dilakukan dengan memandang bahwa masyarakat mempunyai perbedaan keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembeli, dan praktek pembelian. Lembaga pendidikan MTs N 5 Cilacap membuat segmen yang lebih kecil agar dapat tercapai secara efektif dan efisien dengan produk jasa pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. *Targetting* Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs N 5 Cilacap dilakukan dengan menetapkan target pasar yang ingin disasar. Targeting mengevaluasi minat dari segmen pasar yang berbeda dan kemudian menentukan segmen pasar mana yang Anda targetkan. Dengan menerapkan target pasar, MTs N 5 Cilacap mengembangkan posisi produk dan strategi bauran pemasaran untuk setiap target pasar yang relevan.
3. *Positioning* Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs N 5 Cilacap dilakukan dengan mengintegrasikan atau menerapkan kurikulum modern seperti tahfiz, Robotic dan digikidz

(*Multimedia Technology*). *Positioning* pembeda dengan madrasah negeri lainnya adalah kurikulum pengembangan yang ada di MTs N 5 Cilacap dengan madrasah yang lain adalah kurikulum berbasis modern misalnya tahfiz, robotic, dan digikidz. Kemudian, salah satu strategi yang dapat digunakan demi menunjang strategi *positioning* adalah dengan mengelola keuangan. Dengan mengelola keuangan dengan baik MTs N 5 Cilacap dapat lebih memahami kemampuan madrasah dan dapat memantau seberapa kuat madrasah dengan kompetitor atau madrasah lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka dapat ditulis beberapa saran sebagai berikut:

1. Madrasah hendaknya selalu terbuka terhadap setiap perubahan zaman yang ada. Dengan tetap waspada, madrasah perlu mencari sisi positif dari perubahan tersebut. Madrasah perlu melakukan analisis kebutuhan dan analisis pasar, sehingga akan mampu menarik simpati dari calon konsumen.
2. Madrasah sebagai 'produsen' lulusan berkualitas perlu senantiasa melakukan pembenahan dan peningkatan mutu pelayanan konsumen, sehingga mampu menjaga eksistensinya sebagai madrasah yang baik.
3. Segenap warga madrasah, terutama para personil (SDM) madrasah hendaknya terus memiliki komitmen bersama yang kuat untuk bersama-sama mewujudkan madrasah menuju peningkatan mutu menjadi madrasah unggulan di kabupaten Cilacap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ahmad Tanzeh, (2009), *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Teras.
- Ali Mulyawan & Iwan Sidharta, (2013), “*Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa di STMIK Mardira Indonesia Bandung*”, *Jurnal Computech & Bisnis*, edisi no.1, Vol. VII.
- Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelola Pendidikan Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasa*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Arman Hakim Nasution, dkk, (2006). *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: Andi.
- Armstrong, M. (2009). *Armstrong’s handbook of management and leadership: A guide to managing for result*. (2<sup>nd</sup> ed). London and Philadelphia: Kogan Page.
- Basu Swastha Dharmmesta & T. Hani Handoko (2007), *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Bedjo Siswanto. (2007). *Manajemen tenaga kerja*. Bandung: Sinar Baru.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma. (2005). *Manajemen Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma & Ratih, H. (2009). *Manajemen Coopare dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.

- B. Suryosubroto, (2004), *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: RinekaCipta.
- Certo, S. C. & Certo, S. T. (2012). *Modern management: Concepts and skills*. (12<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Dadang Suhardan, dkk. (2010). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. Dedek K. Gultom, dkk, (2014), "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen
- Aminin, Tatang M. (1990). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali. Arcaro, Jerome, S. (2005). *Pendidikan Berbasis Mutu*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'mur. (2011). *Buku Panduan Internalisasi Pendidikan Karakter di Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press.
- Azwar, Syaifudin. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Baharuddin. (2009). *Pendidikan dan Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bashori, Khoiruddin. (2010). Menata Ulang Pendidikan Karakter Bangsa. (Artikel *onlin* <http://www.mediaindonesia.com/read/2010/0315/129378/68/11/Menata-Ulang-Pendidikan-Karakter-Bangsa> ), diakses 2 Januari 2019 Pukul 11.00WIB.
- Bush, T. Dan Coleman, M. (2000). *Leadership and Strategic Managemen ineducation*. London : SAGE

- Chrisiana, Wanda. (2005). *Upaya Penerapan Pendidikan Karakter Bagi Mahasiswa. Jurnal Teknik Industri, (Online), Vol. 7, No. 1, Juni 2005, halaman 83–90, (<http://puslit.petra.ac.id/journals/industrial>), diakses 26 Desember 2018.*
- Danim, Sudarwan. (2001). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Departemen Pendidikan Nasional(2011), *Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi keempat)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Diana, Nirva. (2012). *Manajemen Pendidikan Berbasis Budaya Lokal Lampung (Analisis Eksploratif Mencari Basis Filosofis)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan. (Online), Volume XII, Nomor 1, (<http://www.pps-iainradenintan.ac.id>), diakses 18 Desember 2018.*
- Djamarah.(2008). *Guru dan anak didik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Echols, Jhon M. dan Hasan Shadily. (2017). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta:Gramedia.
- Eliyanto. ( 2017) *Manajemen & Kepemimpinan Pendidikan Islam, Kebumen*. Elkind, David dan Freddy Sweet. ( 2004 ). *How To Do Karakter Educasion*. ( [http://www.googcharacter.com/Article\\_4.html](http://www.googcharacter.com/Article_4.html)), diakses 20 Februari 2019
- Faizin, Hanif. 2009. *Implementasi Full Day School Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa di MAN Kandangan Kabupaten Kediri*. ( Online), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7870.pdf>, diakses 18 Februari 2019
- Fattah, Nanang. (2001). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: RemajaRosdakarya.

- Griffin, Rifky W. (1990). *Management*. Bostom : Houghton Mifflin Company. Hidayat, Ara dan Imam Machali. (2012). *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Kaubaka.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. ( 2016). *The Hand Book of Education Management*. Jakarta: Premadamedia Group
- Ihsan,Fuad ( 2005). *Dasar-dasar Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Jannah, Royhanatul. (2016). *Model Pendidikan Karakter di Islamic Full day School (studi deskriptif pada SD Cendekia Leadership School, Bandung)*. *Jurnal Tarbawi*. (Online), Vol. 1, No. 3, Tahun 2016, (<http://jurnaltarbawi.co.id>), diakses 2 Januari 2019.
- Kementerian Pendidikan Nasional. 2010. *Kebijakan Nasional Pembangunan Karakter Bangsa*. Jakarta: Kemendiknas.
- Khan, D. Yahya. (2010). *Pendidikan Karakter Berbasis Potensi Diri*. Yogyakarta: Pelangi Publishing.
- Kurniawan, Syamsul. (2013). *Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media. Kuswandi, Iwan. (2014). *Full day School dan Sekolah Terpadu*. (Online, [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)), diakses 25 Desember 2018.
- Lickona, Thomas. ( 2003). *Character Matters : How to Help Our Children Develop Good Judgement, Integrity, and Other Essential Virtues*. New York: Simon & Schuster  
*Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*”, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, edisi no. 1, Vol. XIV.

- Diah Safitri & Jamaludin, (2018). *Pemasaran Jasa Pendidikan di SMP IT Diniyyah Al-Azhar Jambi*, Yogyakarta: Proceeding The 1st ACIEM.
- Fandy Tjiptono, (2004), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Hani Handoko. (2001). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Husaini Usman. (2012). *Manajemen: Teori, praktik, dan riset pendidikan. (3<sup>rd</sup> ed.)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husaini Usman. (2014), *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. ed ke-4 Jakarta: Bumi Aksara.
- Irwansyah, dkk, (2011), *Corporate and Marketing Communication*, Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Jamal Ma'mur Asmani, (2015). *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, Yogyakarta: DIVA Press.
- Mahmud, (2011), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Muhammad Rais, (2013). *Manajemen Marketing Pendidikan Madrasah*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Muhaimin, dkk, (2010). *Manajemen Pendidikan Aplikasi Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana.
- Muhdir, (2017), *Strategi Pemasaran Madrasah Diniyah Al-Irsyad Klapagading Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas*. Tesis Pascasarjana IAINPurwokerto.
- M. Mursid, (2003), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Norman A. Hart, dkk. (2007). *Kamus Marketing*. Jakarta: Bumi Kasara.
- Philip Kotler. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks KelompokGramedia.

- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (1999). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta : Erlangga.
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1*.
- Siti Julaiha. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan*. Yogyakarta: Proceeding The 1st ACIEM.
- Sufyarma. (2004). *Kapita selekta manajemen pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno & Yudi Sutarso, (2010), *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sri Minarti. (2016), *“Manajemen Sekolah” Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Syahrial Labaso, (2018), *Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*. Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol.3, No.2.
- Siti Fatimah, (2018), *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah (Studi Peningkatan Animo Peserta Didik di MTs Plus Nururrohmah Pondok Pesantren Al-Kamal)*. Tesis Pascasarjana IAINU Kebumen.
- Saifuddin Azwar, (2010), *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono, (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Tunggal, A. W. (1992). *Audit Pemasaran (Marketing Audit)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.