

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. MTs Nailul Anwar melakukan segmentasi pasar berdasarkan kondisi lingkungan geografis yang ada di sekitar MTs Nailul Anwar Kesugihan yaitu SD/MI yang berada di sekitar madrasah. Selain itu MTs Nailul Anwar Kesugihan juga melakukan tes seleksi masuk untuk calon peserta didik baru. Tes yang dilakukan terhadap calon peserta didik baru adalah berupa wawancara. Hasil seleksi bukan untuk penentuan diterima atau tidak akan tetapi untuk mengelompokan rombongan belajar di dalam kelasnya.

Untuk segmentasi demografi MTs Nailul Anwar Kesugihan berdasarkan pada latar belakang ekonomi orang tua peserta didik yang menengah ke bawah. Sedangkan untuk segmentasi geografis MTs Nailul Anwar Kesugihan fokus berada di sekitar Kecamatan Kesugihan. Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa MTs Nailul Anwar Kesugihan telah melaksanakan segmentasi namun tidak semua pendekatan segmentasi dilaksanakan karena pada dasarnya MTs Nailul Anwar Kesugihan tidak membatasi calon siswa, siapa saja boleh menyekolahkan anaknya dimadrasah tersebut dan wajib mengikuti tes seleksi yang telah ditetapkan oleh pihak madrasah, namun yang menjadi prioritas adalah alumni

dari SD/ MI di sekitar madrasah. Diharapkan MTs Nailul Anwar Kesugihan dapat terus mengembangkan segmentasi yang lebih luas dan sehingga dapat meningkatkan daya saing dengan sekolah lain.

2. Dalam menentukan target pasar sasaran MTs Nailul Anwar Kesugihan lebih memilih konsentrasi pada segmen pasar tunggal (*single segment concentration*) dengan menyadari keterbatasan yang dimiliki. Segmen yang dipilih lebih pada segmen kelas menengah kebawah dan dilihat berdasarkan letak geografis lingkungan sekitar. Karena banyaknya SD/ MI di sekitar MTs Nailul Anwar Kesugihan, maka dalam menentukan target SD/ MI pihak madrasah tidak mengalami banyak kesulitan. MTs Nailul Anwar lebih fokus untuk memilih target yang terdekat. Hal ini juga didukung dengan beberapa pendapat guru yang menyatakan bahwa pihak madrasah melihat dari daftar asal sekolah peserta didik sebelumnya, dan juga melakukan kunjungan sekolah ke SD/ MI terdekat yang dijadikan sebagai target utama. MTs Nailul Anwar Kesugihan juga memilih target pasar sekolah-sekolah yang tidak ada pendidikan tingkat SMP/ MTs karena pastinya akan ada perasaan tidak nyaman jika sekolah yang sudah jadi target tersebut telah memiliki kebijakan di SD tersebut sudah tersedia SMP/ MTs.
3. Dalam tahap *positioning* MTs Nailul Anwar Kesugihan juga memiliki keunggulan yang mampu bersaing dengan sekolah/ madrasah di sekitarnya. Hal ini juga sangat perlu direncanakan dan dikembangkan secara bertahap. Dari segi sarana dan prasarana yang menjadi faktor pendukung berlangsungnya kegiatan belajar

mengajar penulis mengamati secara langsung bahwa madrasah ini sudah cukup baik dalam segi sarana dan prasarana hanya saja masih ada kekurangan dalam penyediaan Laboratorium Bahasa dan Laboratorium IPA.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan hasil kesimpulan terkait strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Nailul Anwar, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya MTs Nailul Anwar Kesugihan mengembangkan strategi pemasaran yang telah dimiliki agar mampu bersaing dengan sekolah di sekitarnya. Dengan cara meningkatkan program unggulan dan berinovasi dalam tingkat akademik maupun non akademik juga perlu ditambahkan agar minat orang tua untuk memilih MTs Nailul Anwar Kesugihan selalu meningkat dan berdampak pada tingkat daya saing madrasah.
2. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran MTs Nailul Anwar Kesugihan sebaiknya memiliki tim khusus yang menangani masalah pemasaran, sehingga dalam menentukan strategi pemasaran jasa pendidikan dapat berjalan secara efektif dan efisien.
3. Kepala madrasah perlu mengadakan analisis terhadap lingkungan pesaing agar dapat mengembangkan keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh MTs Nailul Anwar Kesugihan.
4. MTs Nailul Anwar Kesugihan sebaiknya melakukan perbaikan sumber daya manusia yang ada di madrasah dengan cara pelatihan yang berkesinambungan, selain itu peningkatan sarana dan prasarana juga harus

ditambahkan agar proses pelayanan jasa dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Achmadi. 2005. *Ideologi Pendidikan Islam: Paradigma Humanisme Teosentris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Al-Jamil, Muhammad Fadlil. 1986. *Filsafat Pendidikan Dalam Al-Qur'an*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Alma, Buchari. 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2015. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press.
- Azra, Azumardi. 2002. *Pendidikan Islam Tradisi dan Modernisasi Menuju Milinium Baru*. Jakarta: Logos.
- Brantas, 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Alfabeta.
- Daulay, Haidar Putra. 2006. *Pendidikan Islam: Dalam Sistem Pendidikan Nasional di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Eni, Marwati. 2016. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo)*.
- Fradito, Aditia. 2016. *"Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Citra (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang"*.
- Hadeli. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Quantum Teaching.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Handoko, Hani. 2011. *Manajemen, edisi 2*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2004. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hery, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Jahari, Jaja dan Amirullah Syarbini. 2013. *Manajemen Madrasah: Teori, Strategi, dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- John Afifi, John. 2014 *101 Problem Solving of Masalah Pemasaran Produk*, Yogyakarta: Laksana.
- Kerin, Roger A. dan Robert A. Peterson. 2015. *Pemasaran Strategis, Kasus dan Komentar*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*.Terj. Jakarta: Erlangga.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2015. *The Handbook of Education Management; Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/ Madrasah di Indonesia*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Maleong , Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Margono. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marimba, Ahmad D.1989. *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*. Bandung: Al-Ma'arif.
- Marno dan Triyo Supriyanto. 2008. *Manajemen dan Kependidikan Islam*. Bandung: Refika Aditama.

- Muhaimin, et. al. 2012. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Menyusun Rencana Pengembangan Sekolah/ Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhaimin, et. al., 2009. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Muhaimin, Suti'ah, Sugeng Listyo Prabowo, 2010. *Manajemen Pendidikan Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Muhaimin. 2009. *Rekonstruksi Pendidikan Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulkhan, Abdul Munir. 2010. *Antologi kependidikan Islam: Kajian Pemikiran Pendidikan Islam dan manajemen pendidikan Islam*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Mulyasana, Dedy. 2015. *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyono, 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasution, Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Qiyadah, Rabbaniyah. 2016. "Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi di STIKES Madani"
- Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter. 2010. *Manajemen, terj. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putra*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rohiat, 2012. *Manajemen sekolah: Teori Dasar dan praktik*. Bandung: Refika Aditama.
- Rohman, Arif. *Memahami Pendidikan dan Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: LaksBang Mediatama.
- Rohman, Muhammad, Sofan Amri. 2012. *Manajemen Pendidikan: Analisis dan Solusi Terhadap Kinerja Manajemen Kelas dan Strategi Pengajaran yang efektif*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.

- Sudrajat, Ajat dkk. 2008. *Din Al-Islam. Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi Umum*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif dan R&D)* Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktisnya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suryana, Yaya. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tadjab, dkk. 1996. *Dasar-dasar Kependidikan Islam: Suatu Pengantar Ilmu Pendidikan Islam*. Surabaya: Karya Aditama.
- Thoha, Chabib. 1996. 102. *Kapita Selekta Pendidikan Islam, cet. I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Unuversitas Indonesia. 2008. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trianto. 2010. *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*, Jakarta: Kencana.
- Usman, Husaini. 2013. *Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijaya, David. 2008. *Pemasaran Pendidikan sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah: Jurnal Pendidikan Penabur*. Jakarta: BPK Penabur.
- Wijayanti, FI. Titik. 2014. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.