

## BAB 5 PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Segmentasi pasar jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu. Strategi segmentasi/penentuan pasar sasaran jasa pendidikan (*target market strategy*) adalah Strategi yang bertujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar jasa pendidikan tertentu dari total pasar jasa pendidikan. Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu menentukan target sasaran sebelum menerapkan strategi pemasaran, karena bertujuan untuk menarik jumlah calon peserta didik yang akan mendaftar di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu, target atau sasaran yang diambil adalah murid SD dan MI yang berada di wilayah gandrungmangu dan sekitarnya.
2. Targetting pasar sasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu. Madrasah memutuskan segmen mana dan berapa banyak segmen yang akan di layani serta mempertimbangkan pola pemilihan pasar sasaran jasa

pendidikan. Pola pemilihan pasar tersebut diantaranya Konsentrasi pada segmen pasar tunggal, Spesialisasi yang selektif, Spesialisasi produk jasa pendidikan, Spesialisasi pasar jasa pendidikan, Cakupan seluruh pasar jasa pendidikan.

3. Positioning pasar jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu. Madrasah Tsanawiyah ma'arif NU 01 Gandrungmangu mempunyai brand tersendiri yang membedakan dengan madrasah lainnya, yaitu Unggul dan Agamis. Yang berarti bahwa Madrasah Tsanawiyah ma'arif NU 01 Gandrungmangu Unggul dalam prestasi dan Agamis dalam tekun beribadah serta berakhlakul karimah. Artinya Madrasah Tsanawiyah ma'arif NU 01 Gandrungmangu memiliki ciri khas yang berupa ilmu agamanya lebih banyak di banding dengan sekolah atau madrasah lainnya. Meski mengusung unsur keagamaan yang lebih, namun Madrasah Tsanawiyah ma'arif NU 01 Gandrungmangu tidak mengesampingkan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler. Jadi ini yang membedakan antara Madrasah Tsanawiyah ma'arif NU 01 Gandrungmangu dengan madrasah lainnya.

## B. Saran

Adapun saran yang ditawarkan penulis, berkenaan dengan strategi pemasaran virtual jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu adalah sebagai berikut :

1. Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu perlu melakukan kajian mendalam untuk segmentasi pemasaran sekolah dengan menganalisis kalangan masyarakat yang akan dijadikan segmentasi pasar.
2. Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu harus selalu melakukan inovasi-inovasi dalam menarik animo peserta didik terutama dalam targetting pasar sasaran jasa pendidikan.
3. Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu dalam melakukan strategi pemasaran virtual jasa pendidikan pada strategi targetting tidak hanya fokus pada jumlah peserta didik yang akan dijadikan sasaran tetapi juga fokus untuk menambah peningkatan *brand* sehingga lembaga memiliki pertambahan dari kualitas juga kuantitas.
4. Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu dalam positioning atau penentu posisi pasar jasa pendidikan maka harus selalu

memberikan pelayanan yang baik, menonjolkan keunggulan dan tetap mempertahankan mutu pendidikan baik di bidang akademik, non akademik, maupun di bidang keagamaan.