

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian marketing di MI Plus Jaryul Ulum Kalipuwu Kuwarasan diantaranya yaitu strategi marketing yang dilakukan di MI Plus Jaryul Ulum Kalipuwu Kuwarasan dilakukan untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan sebagai cara untuk menarik pelanggan (orang tua). Prinsipnya dengan mengedepankan kepuasan pelanggan dan membuktikan hasil output yang cerdas secara spiritual, emosional dan intelektual. Adapun langkah strategis dari marketing yang dilakukan yaitu identifikasi pasar, segmentasi pasar dan positioning, deferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan pelayanan madrasah.

1. Langkah identifikasi pasar yang dilakukan MI Plus Jaryul Ulum Kalipuwu Kuwarasan yaitu dengan menganalisis perilaku pelanggan, melakukan riset pasar mengenai kebutuhan dan keinginan masyarakat hubungannya dengan pendidikan anak. Madrasah melakukan komunikasi melalui majelis wali, wali kelas dan masyarakat sekitar. Bentuknya dengan pendekatan-pendekatan bersama masyarakat, sering melakukan komunikasi kekeluargaan bersama wali murid dan orang tua sekitar. Madrasah terbuka menerima saran dan masukan dari berbagai pihak.
2. Strategi segmentasi pasar yang dilakukan MI Plus Jaryul Ulum Kalipuwu Kuwarasan yaitu dengan

segmentasi demografi, geografi dan perilaku. Diperoleh informasi bahwa Segmen pasar dari MI Plus Jaryul Ulum Kalipuro Kuwarasan yaitu berasal dari Kecamatan Kuwarasan, Puring, Buayan, Rowokele, Ayah, Adimulyo, dan Gombang. Sedangkan segmentasi demografis berdasarkan usia dan agama. yang terakhir segmentasi perilaku yaitu bahwa MI Plus Jaryul Ulum Kalipuro Kuwarasan menerima siswa yang dimana orang tua komiten menyekolahkan anaknya di sini, bersedia mengikuti aturan yang berlaku di MI Plus Jaryul Ulum Kalipuro Kuwarasan. Startegi positioning yang digunakan yaitu MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan menempatkan diri sebagai madrasah yang bisa dijangkau oleh semua jenis pelanggan. Menyediakan pelayanan yang dibutuhkan dan menjaga mutu.

3. Strategi deferensiasi MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan yaitu dengan adanya kurikulum tahfidz, mabit, kegiatan bersama masyarakat, serta program-program keagamaan yang dirancang sesuai visi dan misi madrasah. Madrasah membangun prinsip bahwa madrasah milik masyarakat secara bersama. Strategi pembeda lain yaitu adanya tagline,,smart sholeh dan sholehah” serta adanya lagu hymne MI Plus Jaryul Ulum.
4. Kumunikasi pemasaran MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan dilakukan secara intens antara pengelola madrasah, orang tua, wali murid dan masyarakat serta dengan lembaga-lembaga

pendidikan lain. Kaitannya dengan promosi, MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan melakukan promosi secara langsung dan tidak langsung. Secara tidak langsung melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan masyarakat seperti bakti sosial, sosialisasi dan kegiatan keagamaan lain seperti rajaban, muharroman, dan lain-lain. Sedangkan promosi secara langsung dilakukan dengan cara online dan offline. Cara offline melalui promosi dari mulut ke mulut, dan promosi online melalui media sosial seperti facebook, youtube, website, dan aplikasi whatsapp.

5. MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan memberikan beberapa pelayanan madrasah seperti pelayanan poses belajar mengajar, perpustakaan, gedung, halaman madrasah, pelayanan kesehatan dan keamanan. Pelayanan lain dalam bentuk kegiatan-kegiatan siswa yang mendukung lulusan yang berkualitas, seperti kegiatan keagamaan dan pembinaan karakter.

B. Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang dilakukan di MI Plus

Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan, kiranya penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah Ibtidaiyah Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan
 - a. Agar senantiasa meningkatkan dan terus mengembangkan startegi marketing pendidikan agar manarik pelanggan yang lebih banyak lagi

- dan meningkatkan minat serta kepercayaan dari pelanggan pendidikan
- b. Selalu menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan berbagai pihak baik pihak intern maupun ekstern supaya segala program madrasah dapat terlaksana dengan baik
 - c. Senantiasa melakukan pengembangan-pengembangan inovasi baik dalam hal pelayanan pendidikan maupun program pendidikan
 - d. Senantiasa mempertahankan mutu dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan pendidikan
2. Bagi semua guru dan karyawan di MI Plus Jaryul Ulum Kalipurwo Kuwarasan agar senantiasa tetap bekerjasama dan berusaha maksimal dalam menjaga kepercayaan masyarakat serta citra baik madrasah. Memperbanyak channel relasi dengan pihak-pihak lain untuk membangun jaringan pasar agar semakin luas jangkauannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2010, *Marketing Bank Syariah*, Cet.1, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Abdul Majid dan Chaerul Rochman, 2014, *Pendekatan Ilmiah dalam Implementasi Kurikulum 2013*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Abdul Munir Mulkhan, dkk. 2010, *Antologi Kependidikan Islam: Kajian Pemikiran Pendidikan Islam Dan Manejemen Pendidikan Islam*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Ahmad Fahroni, *Madrasah Di Era Otonomi Daerah*, CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman Volume 6, Nomor 1, Juni 2020
- Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden*, Jurnal eL-Tarbawi Volume VIII, No.2, 2015.
- Ara Hidayat dan Imam Machali, 2012. *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Penerbit Kaukaba.
- Arifin, zainal. 2011. *Penelitian pendidikan (metode paradigma baru)*. Bandung: PT Remaja rosdakarya.
- Agustina Shinta, 2011, *manajemen pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press.

- Basu Swastha, 2009, Manajemen Penjualan, Yogyakarta : BPF.
- Budi Rahayu, 2017, Manajemen Pemasaran, Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Basu Watha, 2009, Azas-Azas Marketing, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2011, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
-, 2005, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan, Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2009, Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan “Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima”, Bandung: Alfabeta.
- Chandra Gregorius, 2005, Strategi dan Program Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset.
- Christopher lovelock, dkk. 2010. Pemasaran jasa (manusia, teknologi, strategi), Jakarta:Erlangga
- Christian A.D. Selang, 2013, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manad. Jurnal EMBA 1
- David Wijaya, 2012, Pemasaran Jasa Pendidikan; Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?, Jakarta: Salemba Empat.
-, pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing sekolah, Jurnal pendidikan penabur-no 11/tahun ke -7/desember 2008.
- Dedi Mulyasa, 2008, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Doni juni priansa, 2017, komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial, Jawa barat: CV Pustaka Setia
- Fajar, laksana. 2008. Manajemen pemasaran pendekatan praktis. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Fatkuroji, Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pendidikan pada MTs Swasta Se-Kota Semarang, Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam Vol. 9, Nomor 1, April 2015.
- Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, Yogyakarta: Andi Offset.
-, 2002, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset.
-, 2014, Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Femke van der Geer, 2007, Market Analysis, Progress Report. Wageningen University: Ghana.
- Hasan Baharun, dkk. 2017, Pengembangan Kurikulum: Teori Dan Praktik Konsep, Prinsip, Model, Pendekatan Dan Langkah-Langkah Pengembangan Kurikulum PAI, Yogyakarta: CV. Cantrik Pustaka.
- Hamruni, 2012, Strategi Pembelajaran, Yogyakarta: Insan Madani.
- Imam Machali dan Ara Hidayat, 2015, The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik

- Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Imam Turmudzi, Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang), *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 2 No. 2(2017).
- Imam Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, *Jurnal Madaniyah*, Volume 7 Nomor 2 Edisi Agustus 2017.
- Iban Sofyan, 2015, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Khaerul Umam, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Khoirul Anam, Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan Ta'allum: *Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2013), 59–70.
- Muhammad Rais, 2013, *manajemen marketing pendidikan madrasah*, yogyakarta:cv pustaka ilmu group.
- Mustaqim, Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amsilati Darul Falah Bangsri Jepara, *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 12 No 1 Tahun 2018.
- Moch. Khafidz Fuad Raya, *Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*, *Falasifa*, Vol. 7 Nomor 1 Maret 2016.
- Lexy
- Moeloeng, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya.
- 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

- Maskub Abrori, 2013, Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan, 2nd edn, Bandung: Alfabeta.
- Muhaimin. 2011, Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Rais, 2013, Manajemen Marketing Pendidikan Madrasah, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- M. Nur Rianto Al Arif, 2012, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta.
- Nana Syaodih Sukmadinata, 2011, Landasan Psikologi Proses Pendidikan, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ni Wayan Sri Suprpti. 2010. Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran, Denpasar: Udayana University.
- Nanang Fattah. 2008, Landasan Manajemen Pendidikan. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nazarudin, 2020, Manajemen Strategik, Palembang : noerfikri ofset.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rachmat, 2014, Manajemen Strategik, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ratih Hurriyati, 2005, Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen, Bandung : Alfabeta.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat 2006.

- Rambat Lupiyoadi, 2013, Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Ririn Tius Eka Margareta, Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model, (Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 5, No. 1, Januari-Juni 2018)
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Suharsimi Arikunto, 2006, Prosedur Pendekatan Suatu Penelitian. Jakarta: Asadi Mahasatya.
-, 2002, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
-, 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sarifudin dan Rehendra Maya, Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor, Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 02, No. 02, Juli 2019.
- Sofjan Assuari, 2013, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sandu Siyoto, & M. Ali Sodik, 2015, Dasar Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sunhaji, 2006, Manajemen Madrasah, Yogyakarta: Grafindo Litera Media.
- Sri Minarti. Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012). UU RI Nomor 20 Tahun 2003.
- Tritton Prawira Budi, 2011, Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Ugin Lugina, "Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren di Jawa Barat," *Risâlah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 4, no. 1 (2017): 53–64.
- Usman Moonti. 2015. Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar-Dasar Pemasaran, Yogyakarta: interpena.
- Wina Sanjaya, 2006, strategi pembelajaran berorientasi standar proses pendidikan, Jakarta: purnada media.
- Wibowo. 2006, Manajemen Perubahan. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Yayat, 2006, Manajemen Pendidikan, Jakarta: Indeks, 2006.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Maharani Ramadhan

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Januari 1998

Alamat Rumah : Dukuh japun RT 03/02, Desa
Kewangunan, Petanahan Kebumen Jawa Tengah

Media Sosial : Instagram @maharaniramadhan_

Facebook @maharani ramadhan

Pekerjaan : Guru

Nama Ayah : Munawir

Nama Ibu : Nursiah

B. Riwayat Pendidikan

1.SD Negeri 2 Kewangunan

2.MTs WI (Wathaniyah Islamiyah) Karangduwur

3.MA WI (Wathaniyah Islamiyah) Karangduwur

4.Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen
program SI Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)

5.Pascasarjana IAINU Kebumen