

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data yang telah dijelaskan dan dibahas pada bab sebelumnya yaitu tentang Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi Studi Multi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri Temboro dan Madrasah Aliyah Negeri Takeran Kabupaten Magetan Jawa Timur maka dapat disimpulkan dengan beberapa hal sebagai berikut.

1. Implementasi Strategi Penentuan Produk Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Temboro yaitu dengan cara memperkenalkan produk atau jurusan-jurusan yang ada di madrasah kepada para pengguna. Adapun produk pendidikan tersebut meliputi Ilmu Pengetahuan Alam, Ilmu Pengetahuan Sosial serta Ilmu Keagamaan. Kerja produk tersebut telah ada di madrasah dan dapat diterima oleh para pengguna.

Implementasi Strategi Penentuan Produk Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Takeran dengan cara mengenalkan produk atau jurusan melalui berbagai kegiatan yang dapat mendukung berlangsungnya strategi pemasaran pendidikan Islam. Produk atau jurusan yang ada di madrasah ini adalah Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) Kelas CI (Cerdas Istimewa), Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-ilmu Keagamaan.

2. Implementasi Strategi Penentuan Biaya Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Temboro yaitu melalui penawaran biaya yang tidak memberatkan kepada pengguna. Strategi

yang ditempuh ini berhasil dengan baik sehingga pengguna tidak keberatan menentukan biaya pendidikannya.

Implementasi Strategi Penentuan Biaya Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Takeran terkait strategi biaya pendidikan Islam adalah dikaitkan dengan peningkatan mutu pendidikan. Besarnya harga atau biaya pendidikan disesuaikan dengan produk atau jurusan yang diminati peserta didik.

3. Implementasi Strategi Penentuan Tempat Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Temboro yaitu tempat atau letak madrasah cukup strategis sehingga mudah dijangkau dengan menggunakan transportasi umum maupun kendaraan pribadi. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran pendidikan Islam yang ditempuh oleh madrasah kepada para pengguna sehingga madrasah dapat menjadi minat bagi para peserta didik baru. Implementasi Strategi Penentuan Tempat Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Takeran yaitu prioritas utama dalam menentukan tempat adalah strategi letak madrasah. Lokasi madrasah yang strategis akan menjadi pilihan pengguna untuk memilih madrasah ini. Di samping itu, adanya pondok pesantren yang berdekatan dengan lokasi madrasah menjadi solusi bagi peserta didik yang rumahnya jauh.
4. Implementasi Strategi Penentuan Promosi Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Temboro. Pelaksanaan promosi dilakukan secara terjadwal melalui lembaga yang satu dengan lembaga yang lainnya. Promosi dilakukan dalam rangka meningkatkan loyalitas pengguna madrasah untuk meningkatkan mutu pendidikan, peserta didik. Di samping

itu, madrasah selalu memberikan layanan proses kegiatan belajar mengajar dengan sebaik mungkin agar madrasah lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

Implementasi Strategi Penentuan Promosi Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Menghadapi Era Disrupsi di Madrasah Aliyah Negeri Takeran. Kegiatan promosi madrasah dilakukan secara terjadwal sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan dengan sebaik mungkin. Untuk meningkatkan loyalitas para pengguna madrasah selalu meningkatkan jurusan-jurusan yang ada sehingga produk atau jurusan yang ada di madrasah dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat secara luas.

B. Implikasi Teoritis

1. Implikasi Teoritis

Pertama, implementasi strategi penentuan produk pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi pada Madrasah Aliyah Negeri Temboro dan Madrasah Aliyah Negeri Takeran Kabupaten Magetan Jawa Timur memberikan sebuah deskripsi tentang program-program atau jurusan di masing-masing madrasah. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai rujukan atau bahan pertimbangan kepada para pengguna pendidikan Islam. Selain itu, madrasah juga ikut serta mewujudkan kemajuan lembaga pendidikan Islam pada masa sekarang maupun masa yang akan datang sehingga loyalitas pengguna akan semakin meningkat.

Kedua, implementasi strategi penentuan biaya pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi pada Madrasah Aliyah Negeri Temboro dan Madrasah Aliyah Negeri Takeran Kabupaten Magetan Jawa Timur menjelaskan tentang adanya serangkaian biaya-biaya yang harus dipenuhi oleh para pengguna pendidikan Islam. Biaya yang ada di madrasah sudah diputuskan berdasarkan musyawarah dari para pimpinan lembaga pendidikan Islam. Keseimbangan antara biaya-biaya pendidikan Islam diharapkan mampu memberikan

kontribusi kepada para pengguna untuk dapat meningkatkan loyalitas dalam rangka menghadapi era disrupsi.

Ketiga, implementasi strategi penentuan tempat pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi pada Madrasah Aliyah Negeri Temboro dan Madrasah Aliyah Negeri Takeran Kabupaten Magetan Jawa Timur mempunyai gambaran tentang adanya letak madrasah secara geografis. Madrasah dalam rangka memberikan sebuah pelayanan secara prima tidak bisa terlepas dari tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau baik dengan menggunakan transportasi umum maupun kendaraan pribadi.

Keempat, implementasi strategi penentuan promosi pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi pada Madrasah Aliyah Negeri Temboro dan Madrasah Aliyah Negeri Takeran Kabupaten Magetan Jawa Timur menjelaskan tentang urgensi dari kegiatan promosi yang dijalankan oleh madrasah. Hal tersebut sebagai salah satu langkah dalam strategi pemasaran pendidikan Islam dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas para pengguna menghadapi era disrupsi.

2. Implikasi Praktis

Pertama, implementasi strategi penentuan produk pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi secara praktis diharapkan bahwa produk yang terdapat di madrasah harus sesuai dengan perkembangan dunia teknologi yang pada intinya dapat menghadapi era disrupsi. Madrasah seharusnya mengembangkan dan meningkatkan mutu pendidikan terkait produk atau jurusan-jurusan yang telah ada sehingga dengan adanya peningkatan produk dapat pula meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi.

Kedua, implementasi strategi penentuan biaya pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi mempunyai tujuan untuk tetap memberikan sebuah keputusan dan prioritas mengenai biaya-biaya pendidikan yang akan dijadikan sebagai landasan dalam pedoman pada masa yang akan datang. Biaya-biaya pendidikan disesuaikan dengan mutu pendidikan, kelengkapan sarana dan prasarana madrasah sehingga biaya pendidikan sesuai yang diharapkan para pengguna untuk menghadapi era disrupsi.

Ketiga, implementasi strategi penentuan tempat pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi, bahwa untuk mewujudkan madrasah yang nantinya akan dapat meningkatkan loyalitas pengguna maka desain tempat pendidikan harus senantiasa diperhatikan oleh lembaga. Pintu masuk madrasah harus dibangun sebagus mungkin sehingga dari luar akan dapat dilihat secara langsung oleh para pengguna pendidikan Islam. Selain itu, adanya sarana pembelajaran yang representatif akan meningkatkan loyalitas pengguna.

Keempat, implementasi strategi penentuan promosi pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi, melalui kerjasama madrasah dengan berbagai pihak untuk dapat meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi pendidikan Islam harus senantiasa diperhatikan. Promosi pendidikan merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran pendidikan Islam. Oleh karena itu, adanya kegiatan promosi pendidikan Islam, madrasah akan dapat dikenal secara langsung oleh para pengguna pendidikan sehingga akan meningkatkan loyalitas pengguna khususnya dalam menghadapi era disrupsi.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas, peneliti memberi masukan kepada beberapa pihak terkait dengan implementasi strategi

pemasaran pendidikan Islam dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi. Adapun beberapa saran peneliti sebagai berikut.

1. Bagi Kepala Madrasah MAN Temboro dan MAN Takeran Kabupaten Magetan
 - a. Sebagai rujukan dalam memberikan panduan untuk implementasi strategi pemasaran pendidikan Islam dalam meningkatkan loyalitas pengguna sehingga kegiatan pemasaran pendidikan Islam dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan arah dan tujuan strategi pemasaran pendidikan Islam yang dilakukan dengan tetap memberikan kontribusi pada semua pihak salah satunya adalah lembaga pendidikan dan masyarakat secara luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Sebagai literatur untuk melaksanakan penelitian yang relevan yakni tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan Islam dalam meningkatkan loyalitas pengguna sehingga akan memberikan ruang kontribusi secara ilmiah.
 - b. Sebagai rujukan yang mendukung dalam penelitian-penelitian yang akan datang terutama dalam bidang strategi pemasaran pendidikan Islam agar dapat meningkatkan loyalitas pengguna.
3. Bagi Pascasarjana IAIN Tulungagung
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi nilai-nilai kontribusi dalam memperkaya referensi sebagai bahan pendukung dalam penelitian tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan Islam dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi.
 - b. Hasil penelitian ini mampu memperkaya hasanah keilmuan tentang strategi pemasaran pendidikan Islam dalam meningkatkan loyalitas pengguna menghadapi era disrupsi.

4. Bagi Pengguna Pendidikan Islam

- a. Penelitian ini mampu memberikan ruang informasi tentang produk atau jurusan-jurusan yang ada di madrasah sehingga akan memberikan nilai kontribusi pada pengguna pendidikan Islam.
- b. Hasil penelitian ini mampu memberitahukan harga atau biaya-biaya yang ada di madrasah sehingga pengguna semakin yakin dalam memilih lembaga.
- c. Sebagai salah satu alternatif dari pengguna untuk mengetahui keberadaan madrasah secara geografis dan langkah-langkah dalam promosi pendidikan Islam sehingga akan memberikan keleluasaan dalam berpikir dan menentukan pilihan lembaga pendidikan Islam.