

BAB VI

PENUTUP

Pada bab ini akan memaparkan mengenai (a) kesimpulan mengenai formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga, implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga, dan evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga ; (b) saran yang terdiribagi kepala madrasah, bagi waka bidang humas, bagi komite, bagi peneliti selanjutnya, dan bagi pembaca.

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri

Formulasi dalam pemasaran pendidikan di MTsN 8 Kediri itu dilakukan pada rapat awal tahun pelajaran yang dipimpin oleh kepala madrasah, untuk merumuskan/menerapkan visi, misi, dan tujuan agar nantinya dalam proses implementasi tidak ada penyelewengan. Setelah itu, pembentukan tim pemasaran yaitu tim promosi, tim IT, dan tim PPDB, dan menetapkan sasaran/target pemasaran pendidikan, serta menentukan alat atau media promosi.

Selain itu, menyelenggarakan kegiatan pengenalan lembaga kepada masyarakat dan calon peserta didik dengan mengadakan

program-program yaitu Try Out/MIPA, program unggulan/prestasi (akademik atau non akademik), program reguler (tes tulis dan tes lisan) yang akan ditunjukkan kepada siswa-siswi tingkat MI/SD, dan mengenalkan letak geografis yang cukup memadai dan mudah dijangkau. Formulasipemasaran juga menetapkan kebijakan terkait program pemasaran pendidikan yang akan diimplementasikan.

2. Implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri

Implementasi pemasaran pendidikan dilaksanakan oleh tim-tim yang sudah dibentuk meraka saling koordinasi melakukan tugas sesuai tupoksinya, selanjutnya implementasi atau pelaksanaan penyebaran menggunakan alat atau media promosi dengan memperlihatkan program unggulan, ciri khas, dan lokasi/tempat madrasah serta sarana prasarana penunjang proses pembelajaran yang ada di madrasah. Kemudian melakukan pelaksanaan program Try Out/MIPA, program unggulan/prestasi (akademik atau non akademik) dan program reguler (tes tulis dan tes lisan), program ini di adakansebelum pergantian semester pada bulan Maret sampai dengan waktu yang ditentukan madrasah.

Untuk pembiayaan program atau kegiatan implementasi pemasaran pendidikan perlu diperinci untuk menganggarkandana itu yang bersumber dari dana DIPA, Komite, dan dari bapak ibu guru.

Selain itu terdapat pembayaran tentang daftar ulang untuk peserta didik yang sudah diterima.

3. Evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri

Evaluasi pemasaran pendidikan di MTsN 8 Kediri yaitu melalui rapat semua unsur yang telah ditetapkan oleh lembaga dengan membahas kinerja dari tim PPDB, tim promosi, dan tim IT. Kemudian melaporkan hasil program dan kendala yang diperoleh untuk dibahas lebih lanjut guna dicarikan solusi yang tepat untuk diimplementasikan pada tahun berikutnya. Selain itu, madrasah ini menggunakan model memperbaiki serta memperkembangkan program yang telah berjalan untuk meningkatkan citra lembaga.

B. Saran

Sebagai akhir penulisan skripsi ini, dengan mendasarkan pada penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti ini memberikan saran yang mungkin dapat menjadi bahan masukan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah

Penelitian ini diharapkan bisa dapat merangkul masyarakat sekitar khususnya orang tua/wali murid dan mengambil hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dalam rangka meningkatkan citra lembaga di masa yang akan datang.

2. Bagi Waka Bidang Humas

Hasil penelitian ini diharapkan lebih mengoptimalkan tim IT dalam penggunaan website sebagai sarana publikasi informasi perkembangan madrasah serta lebih kreatif dalam membuat program-program pemasaran pendidikan.

3. Bagi Komite Madrasah

Penelitian ini diharapkan lebih meningkatkan kerja sama yang harmonis dengan pihak orang tua/wali murid untuk meningkatkan citra lembaga.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian hendaknya lebih mengembangkan pengetahuan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga.

5. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan gambaran tentang bagaimana strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga.