

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari semua paparan data yang telah tersaji dan dibahas pada bab sebelumnya yaitu tentang strategi *marketing* lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan di MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam di MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek.

Pada MTsN Model Trenggalek formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam adalah dalam bentuk program kegiatan MIPA, pendaftaran siswa melalui jalur bakat minat, kegiatan keagamaan yang dilakukan secara rutin setiap tahun. Selain itu lokasi madrasah yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh calon pengguna jasa pendidikan dan adanya promosi lembaga yang dilakukan oleh semua unsur serta melengkapi semua sarana dan prasarana yang dapat mendukung proses pelayanan lembaga terhadap pengguna jasa pendidikan.

Sedangkan pada MTsN Kampak Trenggalek formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan dilakukan dalam bentuk program kegiatan MIPA, kegiatan keagamaan yang melibatkan unsur masyarakat sekitar,

lokasi lembaga yang strategis dan sangat mudah dijangkau oleh pengguna jasa pendidikan dan promosi yang melibatkan semua unsur dalam hal ini warga lembaga dengan dibentuknya panitia penerimaan peserta didik baru serta pembangunan sarana prasarana lembaga sebagai pendukung pelayanan lembaga dalam proses pembelajaran peserta didik sebagai pengguna jasa pendidikan.

2. Implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam di MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek.

Implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam pada MTsN Model Trenggalek dimulai dengan diselenggarakannya program MIPA dan pendaftaran melalui jalur bakat minat yang gunanya selain untuk meningkatkan pengguna jasa pendidikan juga untuk menyeleksi calon peserta didik sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh siswa.

Selain itu kegiatan promosi juga dilakukan melalui pemasangan spanduk dan pengenalan langsung kepada masyarakat serta calon peserta didik dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan. Sarana dan prasarana lembaga juga merupakan sarana promosi yang penting serta layanan lembaga yang baik merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan akhir untuk menggunakan jasa pendidikan bagi putra-putri mereka.

Sedangkan implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam yang dilakukan oleh MTsN Kampak Trenggalek yaitu melalui kegiatan MIPA dan kegiatan keagamaan yang begitu diminati oleh para

calon peserta didik. Promosi langsung yang dilakukan oleh panitia PPDB yang dibentuk oleh lembaga memiliki peranan penting untuk menjangkau calon peserta didik. Penyebaran brosur dan sosialisasi langsung ke sekolah tingkat MI/SD dilakukan oleh panitia untuk memikat dan meningkatkan pengguna jasa untuk menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga.

Tidak lupa pula sarana dan prasarana yang sangat diperhatikan oleh lembaga untuk menunjang proses pembelajaran sebagai proses layanan kepada peserta didik dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan.

3. Evaluasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan pada MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek.

Evaluasi yang dilakukan oleh MTsN Model Trenggalek yaitu dengan mengadakan rapat lembaga yang membahas implementasi strategi *marketing* lembaga melalui kegiatan MIPA, penerimaan jalur bakat minat dan promosi lembaga. Perihal ini dilakukan untuk melihat sejauhmana efektifitas strategi yang ditetapkan oleh lembaga. Tindakan lanjutan dilakukan apabila terdapat kekurangan dari strategi *marketing* lembaga akan dilakukan tindak lanjut untuk implementasi pada tahun berikutnya.

Sedangkan evaluasi yang dilakukan oleh MTsN Kampak Trenggalek adalah melalui rapat semua unsur yang telah ditetapkan oleh

lembaga. Panitia penerimaan peserta didik baru, tim promosi dan panitia kegiatan keagamaan melaporkan hasil dan kendala yang diperoleh untuk dibahas lebih lanjut guna di analisa dan ditindak lanjuti untuk penetapan strategi *marketing* lembaga dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan.

## **B. SARAN**

1. Kepada lembaga pendidikan islam, dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan pada setaip tahun. Karena menetapkan strategi yang tepat merupakan salah satu komponen penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan.
2. Kepada peneliti dimasa yang akan datang dapat menjadi referensi yang relevan dalam membangun dan mengembangkan teori *marketing* lembaga pendidikan islam.
3. Kepada kepustakaan Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, dapat dijadikan referensi baru tentang strategi *marketing* lembaga pendidikan islam sehingga dapat mempermudah para pembaca.
4. Kepada pembaca, dapat dijadikan informasi untuk memperkaya khasanah kelimuan dan pengetahuan mengenai strategi *marketing* lembaga pendidikan islam dan meningkatkan pengguna jasa pendidikan.