

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

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

1. Perencanaan dalam manajemen pemasaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh dimulai dengan melakukan identifikasi pasar, dimana identifikasi pasar ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat. Kemudian Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh juga memerhatikan biaya, lokasi, dan sarana prasarana serta tenaga pendidik. Selanjutnya menentukan metode yang tepat guna mempromosikan lembaganya.
2. Pengorganisasian dalam manajemen pemasaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh juga melibatkan sumber daya yang dimiliki dengan pembagian tugasnya masing-masing sesuai dengan kemampuannya. Seluruh bagian dari Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh terlibat dalam proses pemasaran lembaga mulai dari pimpinan pondok pesantren, ustadz, dan para santrinya.
3. Pelaksanaan manajemen pemasaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh juga bisa dikatakan sudah sesuai dengan perencanaan. Pemasaran pondok pesantrennya dilakukan dengan promosi melalui sosial media *facebook* dan komunikasi secara langsung dengan masyarakat (*Word Of Mouth*).
4. Pengawasan dalam manajemen pemasaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh juga dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan pemasaran pondok pesantren sekaligus pengarahan dari pimpinan. Adapun evaluasi pemasaran dilaksanakan setiap satu bulan sekali dengan mengadakan rapat bersama orang-orang yang terlibat dalam proses pemasaran pondok pesantren.

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Perencanaan manajemen pemasaran akan berpengaruh pada pelaksanaan pemasaran itu sendiri. Hal itu karena pelaksanaan merupakan implementasi atau penerapan dari perencanaan sehingga segala sesuatu yang akan diputuskan dalam perencanaan harus diperhatikan dengan baik. Dalam hal ini berarti pemasaran pendidikan, perencanaan harus dilakukan mulai dari mencari tahu kebutuhan masyarakat akan pentingnya pendidikan sampai pada menentukan metode yang tepat untuk proses promosinya serta solusi atau tindak lanjut apabila terjadi kendala dalam proses pelaksanaannya.
2. Pengorganisasian dalam manajemen pemasaran akan memengaruhi kegiatan pemasaran itu sendiri. Pengorganisasian ini berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya manusia dalam suatu kegiatan, dengan adanya sumber daya manusia yang profesional maka kegiatan pemasaran juga akan berjalan dengan baik.
3. Pelaksanaan manajemen pemasaran khususnya di pondok pesantren tentunya akan memengaruhi kuantitas santri dan citra lembaga di masyarakat. Dengan adanya pemasaran jasa pendidikan yang baik, maka masyarakat akan memandang bahwa lembaga pendidikan itu baik dan berkualitas sehingga banyak yang tertarik untuk menggunakan layanan jasa di lembaga pendidikan tersebut.
4. Pengawasan manajemen pemasaran tentunya memiliki keterkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Hal itu dikarenakan setiap proses dalam kegiatan manajemen harus diawasi dan dikontrol dengan baik. Pengawasan ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada setiap kegiatan manajemen sehingga kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik.

### C. Rekomendasi

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada seluruh pihak Pondok Pesantren Miftahul Huda Rajagaluh Kabupaten Majalengka, agar pemasaran pendidikan dapat berjalan dengan baik dan memperoleh hasil yang maksimal, maka di bagian ini penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pondok pesantren
  - a. Perencanaan pemasaran diharapkan dapat dilakukan dengan lebih baik lagi, lebih diperhatikan lagi hal-hal yang memang akan dilaksanakan dalam pemasaran lembaga dengan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan sehingga pemasaran yang dilaksanakan dan hasil pemasarannya sesuai dengan apa yang diharapkan.
  - b. Pengorganisasian dalam pemasaran yang mana hal ini berkaitan dengan sumber daya manusia, maka diharapkan para pengelola pendidikan di pondok pesantren dapat bekerja secara profesional dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.
  - c. Dalam pelaksanaan pemasarannya, pihak pondok pesantren dapat menambah metode promosinya dengan mengakses sosial media yang lain seperti *youtube*, *web*, *instagram*, dan lain sebagainya. Selain itu, pihak pondok pesantren diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan program-program yang dilaksanakan oleh pondok pesantren sehingga para santri merasa puas dengan pelayanan pendidikan yang diberikan.
  - d. Pengawasan dalam pemasaran pondok pesantren diharapkan bisa lebih tegas lagi, sehingga dapat meminimalisir segala permasalahan dan kendala yang mungkin saja terjadi.
2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman materi mengenai manajemen pendidikan khususnya tentang manajemen pemasaran pendidikan dan menjadi gambaran terkait manajemen

pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik serta menciptakan citra yang baik di masyarakat.

