

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dituliskan pada bab 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran sekolah di MTs Al-Wahdah kabupaten Cirebon sudah dilakukan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari strategi yang dilakukan dengan berbagai macam upaya salah satunya dengan strategi diferensiasi yaitu adanya perbedaan apa yang ditawarkan dengan pesaingnya, keterjangkauan biaya yang dapat dijangkau oleh semua lapisan ekonomi, selanjutnya konsentrasi atau fokus dari strategi pemasaran yang dilakukan adalah kepada masyarakat sekitar madrasah dan lapisan ekonomi paling bawah. Melakukan perbedaan secara mudah dapat pula dilakukan melalui bentuk-bentuk tampilan fisik yang tertangkap oleh panca indra yang memberikan kesan baik, seperti pemakaian seragam yang menarik dan gedung sekolah yang bersih. Strategi diferensiasi akan menempatkan organisasi secara unik untuk memenuhi kebutuhan khusus pelanggan. Strategi lain yang dilakukan oleh MTs Al-Wahdah yaitu dengan memfokuskan untuk memfasilitasi masyarakat sekitar dari kalangan menengah ke bawah agar tetap dapat melanjutkan pendidikan dengan biaya yang terjangkau dan tidak memberatkan orang tua maupun siswanya.
2. Minat siswa untuk bersekolah di MTs Al-Wahdah Kabupaten Cirebon cenderung fluktuatif ke arah yang lebih baik terakhir sejak penggalan data ini dilakukan. Dikarenakan memang produk yang ditawarkan cukup variatif dan harga yang terjangkau, terlebih tempat yang cukup strategis dan kondusif untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar. Selain itu, Minat anak untuk melanjutkan

sekolah termasuk dalam kategori baik, hal itu dapat dilihat bahwa rata-rata anak yang sudah bersekolah di sekolah masing-masing punya alasan tersendiri, dorongan (motivasi) dan kecenderungan yang lebih tinggi (minat) untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat berikutnya, berdasarkan pilihan sendiri dan tidak ada paksaan dari orang tua.

3. Faktor Penghambat dan pendukung dari strategi pemasaran sekolah di MTs Al-Wahdah Kabupaten Cirebon yaitu; a) faktor pendukung diantaranya madrasah mempunyai sarana dan prasarana yang cukup memadai untuk kegiatan belajar dan mengajar, madrasah mewadahi bakat dan minat para siswa, madrasah aktif dalam ikut serta kegiatan keagamaan maupun masyarakat. Selain itu faktor pendukung dari orang tua yang menyekolahkan anaknya ke madrasah tsanawiyah karena madrasah merupakan pendidikan yang menerapkan antara ilmu agama dan ilmu umum yang seimbang, dekat dengan tempat tinggal yang mudah dijangkau, ikut-ikutan dengan saudaranya yang telah masuk ke madrasah tsanawiyah, dan tujuan orang tua agar anak-anak mereka menjadi anak yang pintar yang didambakan oleh orang tua. b) Faktor penghambat diantaranya letak madrasah ada di sudut kompleks sekolah, pemasaran yang dilakukan masih konvensional serta belum maksimalnya pengelolaan pemasaran digital yang ada, belum adanya program unggulan dan andalan yang ada di madrasah. Selain itu masih ada orang tua dalam menyekolahkan anaknya dan mengatur minat anaknya untuk ke sekolah madrasah atau sekolah umum, seperti pengaruh kemauan anak, faktor ekonomi orang tua, faktor lingkungan, teman pergaulan. Faktor penghambat orang tua dalam menarik minat anaknya ke sekolah antara lain faktor dari dalam diri siswa itu sendiri, yaitu kemauan atau minat yang tumbuh dari dalam siswa itu sendiri untuk belajar atau untuk sekolah ke sekolah madrasah.

B. Implikasi

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

1. Apabila Strategi Manajemen Pemasaran dalam meningkatkan minat siswa sudah dilaksanakan dengan baik maka minat siswa pun akan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.
2. Apabila minat siswa untuk bersekolah di MTs Al-Wahdah senantiasa meningkat, maka citra madrasah akan menjadi lebih baik dan pelayanan serta pembelajaran akan dilaksanakan dengan lebih maksimal.
3. Jika madrasah dapat menciptakan program unggulan dan terus memperbaiki sarana prasarana nya maka minat siswa untuk bersekolah di MTs Al-Wahdah akan lebih meningkat lagi.

C. Rekomendasi

1. Bagi kepala madrasah dan panitia PPDB, diharapkan agar tetap mempertahankan pelaksanaan strategi pemasaran yang sudah cukup baik ini dan disarankan agar senantiasa berupaya untuk menjadi lebih baik lagi dengan melakukan inovasi-inovasi baru terkait strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan minat peserta didik untuk bersekolah di MTs Al-Wahdah.
2. Bagi peserta didik, diharapkan untuk tetap mempertahankan minat dan ketertarikannya untuk terus melanjutkan sekolah ke jenjang-jenjang yang lebih tinggi.
3. Hendaknya sesekali madrasah melakukan publikasi kegiatan di madrasah sebagai bentuk promosi melalui media sosial, karena dengan promosi di media sosial maka bisa jua dijadikan pendukung dalam pemasaran madrasah.