

## 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 Madrasah Aliyah Bina Cendekia Kabupaten Cirebon dalam meningkatkan minat peserta didik ini telah menerapkan lima langkah strategi pemasaran pendidikan sesuai dengan teori Muhaimin, yakni identifikasi pasar, segmentasi dan positioning, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran, serta pelayanan sekolah. Identifikasi pasar dilakukan dengan mengarahkan promosi ke wilayah-wilayah terdekat yang memiliki keterkaitan geografis dan hubungan baik dengan madrasah, serta memahami kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan yang memadukan aspek religius dan keterampilan praktis. Segmentasi pasar dilakukan berdasarkan wilayah, latar belakang pendidikan, dan kondisi sosial ekonomi, sementara *positioning* madrasah ditekankan pada citra sebagai lembaga yang unggul dalam pendidikan keagamaan dan keterampilan digital dengan biaya yang terjangkau.

Diferensiasi produk diwujudkan melalui program unggulan seperti pelatihan servis Android dan desain grafis, serta Khotmil Qur'an bersanad, yang tidak banyak dimiliki oleh lembaga lain. Komunikasi pemasaran dilakukan secara aktif melalui media sosial, kegiatan lomba, kerja sama dengan lembaga lain, dan strategi "jemput bola". Sementara itu, strategi pelayanan sekolah dijalankan dengan baik melalui kehadiran guru di kelas, sistem piket, kebersihan fasilitas, pelaksanaan ujian berbasis teknologi, serta kolaborasi antar pihak dalam lingkungan sekolah. Meskipun terdapat beberapa kekurangan dalam sarana dan prasarana, madrasah tetap menunjukkan komitmen dalam memberikan pelayanan pendidikan yang optimal. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang dijalankan oleh MA Bina Cendekia telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan

minat peserta didik, serta membentuk citra madrasah yang relevan dengan kebutuhan zaman.

2. Minat peserta didik untuk bersekolah di Madrasah Aliyah Bina Cendekia Kabupaten Cirebon dipengaruhi oleh tiga faktor utama sebagaimana dikemukakan oleh Crow dan Crow, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor emosional. Faktor internal meliputi motivasi pribadi, tujuan hidup, serta ketertarikan terhadap lingkungan belajar yang kondusif dan religius, seperti yang ditunjukkan oleh siswa yang memiliki keinginan kuat untuk memperdalam ilmu agama. Faktor eksternal mencakup pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, kegiatan promosi institusi seperti penyebaran brosur oleh guru, serta persepsi positif terhadap alumni atau kedekatan geografis dengan pondok pesantren.

Meskipun terdapat tantangan eksternal seperti dominasi persepsi masyarakat terhadap sekolah kejuruan (SMK), peran promosi dan dukungan sosial tetap mampu menarik minat peserta didik. Sementara itu, faktor emosional seperti rasa nyaman, aman, dan kedekatan emosional siswa dengan teman sebayanya juga berperan penting dalam meningkatkan ketertarikan siswa. Rasa keterikatan secara emosional ini terbukti menjadi penentu signifikan dalam keputusan peserta didik untuk memilih MA Bina Cendekia. Namun demikian, data tiga tahun terakhir menunjukkan adanya penurunan jumlah peserta didik baru, yang mengindikasikan perlunya strategi tambahan untuk mempertahankan dan meningkatkan minat calon peserta didik secara berkelanjutan.

3. Madrasah Aliyah Bina Cendekia Kabupaten Cirebon menghadapi berbagai kendala dalam upaya meningkatkan minat peserta didik, yang mencakup faktor internal, eksternal, dan emosional. Dari sisi internal, keterbatasan anggaran menjadi hambatan utama dalam pengembangan fasilitas, program unggulan, dan kegiatan promosi yang efektif. Keterbatasan ini semakin kompleks karena madrasah harus bersaing dengan sekolah kejuruan dalam naungan yayasan yang sama, seperti SMK Bina Cendekia, yang lebih diminati masyarakat karena dianggap memberikan prospek kerja yang lebih

cepat. Di sisi eksternal, seperti yang diungkap oleh ketua PPDB bahwa persepsi masyarakat yang masih menempatkan pendidikan sebagai sarana utama untuk memperoleh pekerjaan menjadi tantangan tersendiri bagi MA Bina Cendekia dalam menanamkan pentingnya pendidikan berbasis nilai keislaman dan pembentukan karakter. Sedangkan dari aspek emosional, minat peserta didik banyak dipengaruhi oleh ketertarikan pada pendidikan praktis, serta ikatan emosional dengan teman sebaya, yang membuat mereka cenderung mengikuti pilihan kelompok. Kendala-kendala ini menunjukkan bahwa tantangan dalam meningkatkan minat peserta didik tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan emosional, sehingga dibutuhkan pendekatan yang lebih menyeluruh dalam strategi pengembangan madrasah ke depan.

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut.

1. Jika strategi pemasaran untuk meningkatkan minat peserta didik dijalankan dengan baik dan optimal, maka ketertarikan siswa terhadap madrasah akan tumbuh secara bertahap seiring berjalannya waktu.
2. Ketika minat peserta didik untuk bersekolah di Madrasah Aliyah Bina Cendekia terus mengalami peningkatan, maka secara alami citra madrasah akan semakin positif, dan proses pelayanan maupun pembelajaran pun dapat berjalan dengan lebih optimal.
3. Jika madrasah terus menciptakan inovasi baru untuk program pemasaran madrasah dengan mengikuti perkembangan zaman dan juga terus memperbaiki sarana dan prasarana nya, maka minat peserta didik untuk bersekolah di Madrasah Aliyah Bina Cendekia akan lebih meningkat lagi.

### C. Rekomendasi

1. Bagi Madrasah Aliyah Bina Cendekia, strategi pemasaran madrasah baik secara langsung ataupun melalui media sosial sudah cukup baik, namun perlu ditambah dengan promosi melalui konten video menarik dengan memanfaatkan *trend* di sosial media Tiktok, melihat aplikasi tersebut banyak digemari masyarakat sehingga target pasar lebih meluas.
2. Bagi peserta didik, diharapkan dapat terus menjaga semangat dan ketertarikannya dalam menempuh pendidikan, hingga mampu melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.
3. Penting juga bagi madrasah untuk memperhatikan kualitas layanan pendidikan, mulai dari metode pembelajaran, pendekatan guru yang humanis, hingga fasilitas penunjang yang baik. Hal ini akan menumbuhkan kepuasan layanan peserta didik, serta mendorong mereka merekomendasikan madrasah kepada orang lain.

