

BAB V

KESIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan marketing mix sebagai strategi pemasaran jasa di MTs Negeri 4 Cilacap sebagai berikut:

1. Pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap menerapkan strategi marketing mix sebagai alat pemasaran untuk memasarkan jasa pendidikan yang terdiri dari (1) Produk seperti program unggulan, prestasi, sarana prasarana, ekstrakurikuler, kurikulum, (2) Harga madrasah yang cukup terjangkau, (3) Lokasi madrasah yang terletak di sebelah jalan raya yang cukup strategis, (4) Promosi yang dilakukan menggunakan banner, door to door ke SD/MI, sosialisasi terhadap guru kelas 6, penyebaran brosur, penggunaan sosial media seperti *facebook*, *youtube*, *instagram* (5) Sumber daya manusia madrasah sudah profesional, namun ada beberapa personal yang perlu ditingkatkan lagi kinerjanya, (6) Bukti fisik, tersedianya sarana prasarana secara fisik dan bukti pendukung dalam kegiatan pembelajaran yang cukup memadai, (7) Proses terbagi menjadi dua yaitu proses dalam kegiatan belajar mengajar dan pelayanan madrasah.
2. Dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan tidak luput dari hambatan atau kendala secara internal, terdapat pada kependidikan atau tenaga pendidik secara personal yang masih belum menyadari seberapa penting dalam menjalankan promosi bagi MTs Negeri 4 Cilacap, kurangnya tenaga

ahli dalam penguasaan dan penggunaan teknologi informasi seperti mengoperasikan *website*. Prasarana dalam ruang kelas seperti meja yang tidak ada lacinya mengurangi kenyamanan bagi peserta didik. Selain itu kendala secara eksternal ketatnya persaingan dengan sekolah lain yang ada di sekitar madrasah yang notabenehnya termasuk sekolah favorit, sehingga ini menjadi tantangan untuk MTs Negeri 4 Cilacap agar lebih mengoptimalkan sistem manajemen pemasaran yang menjadi daya tarik tersendiri, dan kurang maksimal dalam mendapat dukungan dari pemerintah yang menyebabkan keterlambatan pada informasi mengenai pendidikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang menerapkan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap. Peneliti memberikan beberapa saran yaitu, sebagai berikut:

1. MTs Negeri 4 Cilacap perlu memperhatikan bagaimana cara menerapkan *marketing mix* yang digunakan sebagai strategi agar mampu bersaing dengan sekolah lainnya. Dengan cara membuat tim inti dalam pemasaran madrasah secara struktur yang jelas dan melakukan pelatihan atau peningkatan terhadap sumber daya manusia yang ada untuk meningkatkan daya saing madrasah.
2. MTs Negeri 4 Cilacap perlu melakukan evaluasi terhadap manajemen pemasaran untuk dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas madrasah, sehingga menjadi daya tarik terhadap pelanggan jasa pendidikan dan mempunyai citra yang baik dalam pandangan masyarakat.

C. Keterbatasan Penulis

Proses penelitian penulis mendapatkan beberapa keterbatasan dalam pengerjaannya dan menjadi pertimbangan untuk peneliti selanjutnya. Keterbatasan yang ditemukan penulis antara lain:

1. Pelaksanaan pengambilan data informasi yang diberikan oleh beberapa narasumber berbeda dan terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di madrasah, karena perbedaan pemikiran, pendapat, serta pemahaman dan kejujuran narasumber.
2. Penelitian ini belum mengungkap dengan lebih detail terkait penerapan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap.