

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan serta analisisnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru

Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru yaitu dengan memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, ini dilakukan agar tetap diminati dan juga dapat eksis di masyarakat.

2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru

Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru yaitu dengan promosi, dengan mempromosikan program unggulan yang ada di madrasah, sarana dan prasarana, sehingga dengan hal tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru

Evaluasi strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru yaitu dengan mengembangkan strategi

pemasarannya sesuai dengan perkembangan zaman, secara kurikulum mengikuti kurikulum terakhir, kurikulum terbaru, Kurikulum Merdeka. Secara teknologi seluruh teknologi sudah terlibat di dalamnya unsur-unsur yang kekinian, dari media sosial, sekarang kemudian gurunya juga diikutkan pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusianya.

4. Faktor Pendukung Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru

Faktor pendukung dalam implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru di antaranya, tenaga pendidik yang berkualitas, letak sekolah yang geografis, memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler dan program unggulan, berakreditasi A dan satu-satunya *madrrasah tsanawiyah* di Banjarbaru yang mendapatkan SK untuk melaksanakan Kurikulum Merdeka, dan banyak diminati oleh masyarakat.

5. Faktor Penghambat Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru

Faktor penghambat dalam implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru di antaranya, persaingan antar lembaga yang semakin ketat, masjid yang kurang besar, dan kurangnya lokal sehingga berdampak pada terbatasnya penerimaan peserta didik baru.

B. Saran-Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi semakin baiknya strategi pemasaran jasa pendidikan Islam dalam meningkatkan minat

masyarakat di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru, maka penulis memberikan saran yang mungkin bisa menjadi gambaran, yaitu:

1. Terkait dengan perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru, perlu adanya inovasi dalam strategi pemasaran jasa pendidikan.
2. Terkait dengan pelaksanaan untuk yang sudah dilaksanakan dan dibuat secara berkala, sehingga program yang sudah disusun bisa dilaksanakan secara runtut dan terarah, sehingga mempermudah madrasah untuk mengetahui rencana yang belum bisa terealisasi secara maksimal.
3. Terkait dengan evaluasi strategi pemasaran hendaknya dievaluasi secara mendalam dan untuk jadwal *monitoring* yang akan maupun yang sudah dilaksanakan bisa dibuatkan grafik dan dibuat secara berkala, sehingga program yang sudah disusun bisa dilaksanakan secara maksimal dan bisa diperbaiki lagi, dengan demikian akan mempermudah lembaga untuk memperbaiki lagi rencana yang belum bisa terealisasi secara maksimal.
4. Terkait dengan faktor-faktor implementasi strategi pemasaran hendaknya pihak lembaga agar lebih mendalami lagi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru.