

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang disampaikan oleh penulis pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran lembaga pendidikan di MTs Darul Amien kabupaten Hulu Sungai Selatan dilakukan dengan musyawarah atau mengadakan rapat dengan seluruh ustadz atau ustadzah yang ada di lingkungan yayasan pondok pesantren Darul Amien. Hal tersebut dilakukan agar terbentuk konsep-konsep, peraturan-peraturan dan tata tertib serta susunan kepanitiaan.
2. Pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di MTs Darul Amien kabupaten Hulu Sungai Selatan dilakukan dengan cara menyebarkan spanduk yang dipasang di beberapa tempat tertentu, melalui media sosial seperti instagram, whatsapp para guru dan channel youtube milik yayasan pondok pesantren ini. Pelaksanaan pemasaran di lembaga ini juga dilakukan melalui mulut ke mulut masyarakat sekitar dan melalui pengumuman yang dilakukan di mesjid milik yayasan ini.
3. Evaluasi pemasaran lembaga pendidikan di MTs Darul Amien kabupaten Hulu Sungai Selatan dipimpin oleh pimpinan pondok pesantren, direktur atau mudir, kepala madrasah, musyrif dan juga santri atau santriwati yang mengabdikan disini. Evaluasi yang dilakukan yayasan pondok pesantren ini

sudah baik, akan tetapi madrasah ini tidak melakukan pemasaran ke sekolah-sekolah tingkat sederajat untuk melakukan sosialisasi secara langsung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka disarankan kepada:

1. Bagi pihak MTs Darul Amien agar mempertahankan dan terus meningkatkan keadaan yang sekarang dengan tetap menjalankan manajemen pemasaran lembaga pendidikan dengan baik, agar pemasaran yang dilakukan dapat ditambah dengan seiring kemajuan teknologi sekarang ini dan agar menambah kelas untuk MTs Darul Amien serta asrama untuk santriwati agar tidak melebihi kapasitas, sehingga santriwati yang memondok merasa nyaman.
2. Bagi Penulis agar bisa lebih memahami dan memperbaiki lagi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.
3. Bagi Peneliti Lain untuk meneliti lebih jauh lagi tentang manajemen pemasaran yang tentunya berbeda dengan penulis buat yang hanya berfokus pada fungsi dari manajemen pemasaran tersebut.