

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil dari penyajian data dan analisis data tentang strategi pemasaran sekolah pada masa pandemi Covid-19 di MAN 3 Banjarmasin, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran sekolah pada masa pandemi Covid-19 yang dilaksanakan di MAN 3 Banjarmasin berbeda dengan masa sebelum pandemi, yang membedakan adalah semua kegiatan pemasaran sekolah penerimaan peserta didik baru dilakukan dengan sistem *online*. MAN 3 Banjarmasin berupaya lebih kreatif dan inovatif menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh pengguna jasa pendidikan. Oleh sebab itu, untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen jasa pendidikan.
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi 7P yakni *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Avidence, dan Process* merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. MAN 3 Banjarmasin dalam penerapan bauran pemasaran sudah sepenuhnya

melaksanakan dengan tepat yang mana penerapan tersebut dapat menjadikan MAN 3 Banjarmasin menjadi madrasah yang diminati oleh calon peserta didik terbukti dari jumlah murid yang diluluskan berbanding seimbang dengan jumlah murid yang menjadi peserta didik baru di MAN 3 Banjarmasin.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Kepada madrasah, strategi pemasaran yang dilakukan di MAN 3 Banjarmasin hendaknya lebih ditingkatkan lagi dan terus dilakukan, serta semua *stakeholder* harus selalu bekerjasama dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan, selalu berkoordinasi dan bermusyawarah serta keterbukaan dalam melakukan segala aktivitas terkait dengan MAN 3 Banjarmasin, agar selalu dapat berkembang dari yang sudah baik menjadi lebih baik lagi dan mampu meningkatkan kualitas untuk kemajuan sekolah sehingga tujuan pendidikan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kepada akademisi, diharapkan akademisi yang akan melaksanakan penelitian mengenai strategi pemasaran sekolah agar dapat lebih mengembangkan kajian-kajian yang sudah ada mengenai kegiatan strategi pemasaran dan diharapkan skripsi ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan pengembangan penelitian mengenai pemasaran sekolah yang lebih mendalam.

3. Kepada peneliti, diharapkan peneliti dapat memperhatikan proses yang telah terlaksana berupa perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari strategi pemasaran sekolah, sehingga dapat mengimplikasinya ketika sudah berada di lingkungan sekolah kelak.