

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis data, MTs Darul Inabah telah melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dengan baik, dapat penulis simpulkan sebagai berikut.

1. Segmentasi dan *targeting* MTs Darul Inabah adalah petani, masyarakat kurang mampu dan anak yatim, masyarakat religius modern, dan masyarakat sekitar yang ingin anaknya di didik dalam asrama.
2. *Positioning* MTs Darul Inabah memiliki perbedaan dengan sekolah lain yaitu mempunyai program pembiasaan 3 bahasa, Bahasa Indonesia, Bahasa Arab, dan Bahasa Inggris, berasrama, terintegrasi pesantren dan biaya terjangkau, serta memiliki keterampilan keagamaan dan memiliki beberapa prestasi di bidang tersebut baik tingkat kabupaten maupun provinsi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian penulis maka untuk meningkatkan strategi pemasaran jasa pendidikan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepala madrasah hendaknya lebih meningkatkan lagi dan terus dilakukan terkait segmentasi, *targeting*, dan *positioning* agar madrasah dapat selalu berkembang dan mampu meningkatkan kualitas serta kuantitas siswa untuk kemajuan MTs Darul Inabah.

2. Kepala yayasan hendaknya lebih menjalin kerjasama dan berkoordinasi dalam melakukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* pada pemasaran jasa pendidikan agar semakin tertarik dan menambah minat pelanggan jasa terhadap MTs Darul Inabah.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menelaah lebih banyak referensi yang terkait segmentasi, *targeting*, dan *positioning* pada pemasaran jasa pendidikan serta penulis berharap penelitian ini dapat berkembang lagi dengan cakupan yang lebih spesifik dan terperinci untuk perbedaan penelitian selanjutnya.