

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis data, MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin telah melakukan strategi pemasaran dengan baik, dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. *Product*, tahfidz (Menghafal surah Ar-rahman dan Al-waqiah dan juga membaca juz amma), pembiasaan sholat duha setiap harinya, pembelajaran tapak suci, tari, catur dan juga teater.
2. *Price*, harga yang ditawarkan rendah dibanding dengan sekolah lainnya yang membantu masyarakat dalam menyekolahkan anaknya harga yang ditawarkan juga bisa berubah sesuai dengan hasil rapat sekolah.
3. *Place*, tempat sekolah MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin sangatlah strategis yang berada di tengah kota Banjarmasin
4. *Promotion*, promosi yang dilakukan sekolah dengan berbagai macam bentuk ada yang online maupun offline, yang online sekolah memasarkan melalui media sosial seperti di whatsapp gurur-guru melalui story, dan juga di ig sekolah yaitu mtsmuh1bjm.official, biasanya sekolah mempost berbagai kegiatan yang dilakukan. Jalur offline sekolah memasarkan dengan mengajak para tetangga atau keluarga yang anaknya ingin melanjutkan ke jenjang sekolah menengah pertama.

5. *People*, orang-orang yang berada disekolah sangatlah berperan aktif dalam proses pemasaran sekolah. Pemasaran yang dilakukan biasanya dengan story whatsapp guru-guru.
6. *Process*, proses pemasaran sampai penerimaan siswa baru dimudahkan oleh sekolah untuk calon siswa baru, sekolah menyediakan 2 alternatif pendaftaran yaitu melalui online maupun offline
7. *Physical Evidence*, keadaan fisik sekolah sudah memadai bagi para siswa dan guru dalam terbentuknya proses pembelajaran, sekolah memberikan suasana yang nyaman untuk para siswa menerima pembelajaran dengan menyediakan fasilitas meja dan kursi, papan tulis dan juga kipas angin di kelas.

B. Saran

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

1. Kepala sekolah hendaknya lebih meningkatkan lagi dan terus menerus melakukan strategi pemasaran agar sekolah dapat bersaing dengan sekolah lain yang statusnya lebih unggul dari sekolah.
2. Tenaga pendidik diharapkan dapat mambu membantu sekolah dalam meningkarkan jumlah siswa baru dengan cara promosi sekolah melalui offline ataupun online.
3. Peneliti selanjutnya disarankan agar dapat lebih meneliti pengaruh *Marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence)* terhadap jumlah siswa baru di sekolah-sekolah swasta.