

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Program Unggulan di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri, yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan telaah dokumentasi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri dijalankan secara terencana, terstruktur, dan berkesinambungan. Madrasah menerapkan empat bentuk utama strategi, yaitu promosi langsung, promosi tidak langsung, promosi khusus saat PPDB, dan pembentukan citra lembaga (*branding*). Kegiatan promosi dilakukan melalui sosialisasi ke SD/MI, pendekatan door to door, pembagian brosur, serta pemanfaatan media sosial dan baliho di titik strategis. Strategi ini terbukti efektif karena mampu menjangkau masyarakat luas sekaligus membangun kedekatan emosional. Pendekatan tersebut sejalan dengan teori marketing mix yang menekankan kombinasi strategi komunikasi dan pelayanan berbasis kebutuhan masyarakat.
2. Program unggulan yang menjadi daya tarik utama di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri meliputi tiga bidang besar, yaitu bidang akademik, non-akademik, serta fasilitas dan layanan penunjang. Pada bidang akademik, madrasah memiliki sejumlah program unggulan seperti kegiatan BTQ intensif, kelas inklusi bagi siswa berkebutuhan khusus (ABK), pembinaan olimpiade sains, dan pembiasaan fasholatan. Seluruh program tersebut

dirancang untuk memperkuat kemampuan keagamaan sekaligus meningkatkan prestasi akademik siswa agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain. Pada bidang non-akademik, madrasah juga mengembangkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, pencak silat, tari, rebana, olahraga, dan kegiatan sosial masyarakat. Program-program ini berfungsi tidak hanya sebagai sarana pengembangan minat dan bakat, tetapi juga sebagai media pembentukan karakter sosial, disiplin, dan spiritual siswa. Sementara itu, dari segi fasilitas dan layanan penunjang, madrasah menyediakan laboratorium komputer, sistem ujian berbasis CBT, LCD di setiap ruang kelas, serta layanan gratis seperti pembebasan biaya SPP, uang gedung, dan fasilitas antar jemput siswa. Ketiga bidang tersebut saling melengkapi dan membentuk sistem pendidikan unggulan yang mampu memperkuat daya saing MTs Miftahul Huda di tingkat lokal maupun regional.

3. Dampak penerapan strategi pemasaran berbasis program unggulan terbukti sangat besar terhadap perkembangan madrasah. Dampak utamanya adalah meningkatnya jumlah peserta didik secara signifikan, peningkatan reputasi lembaga hingga memperoleh akreditasi A, serta tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Strategi ini juga menciptakan hubungan yang baik antara pihak sekolah, orang tua, alumni, dan masyarakat. Selain itu, dukungan finansial yang bersumber dari yayasan, BOS, alumni, dan donatur turut menjamin keberlanjutan mutu pendidikan. Secara keseluruhan, strategi ini menunjukkan bahwa promosi yang dilandasi nilai

keislaman, pelayanan sosial, dan mutu pendidikan mampu meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam secara berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan madrasah antara lain :

1. Bagi Pihak Madrasah

Diharapkan MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri dapat terus mempertahankan dan mengembangkan program-program unggulan yang telah ada, serta menyesuaikannya dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Pemasaran berbasis digital perlu lebih dioptimalkan agar jangkauan promosi semakin luas, tanpa meninggalkan pendekatan sosial dan kekeluargaan yang menjadi ciri khas madrasah. Selain itu, kolaborasi dengan alumni dan tokoh masyarakat perlu terus diperkuat sebagai bentuk dukungan keberlanjutan promosi dan pendanaan.

2. Bagi Guru dan Tenaga Kependidikan

Guru diharapkan terus meningkatkan profesionalitas dan kompetensi agar kualitas pembelajaran sejalan dengan citra madrasah yang unggul. Guru juga berperan penting dalam memperkenalkan madrasah kepada masyarakat melalui perilaku dan dedikasi dalam mendidik siswa. Dengan begitu, guru bukan hanya pengajar, tetapi juga duta yang mewakili wajah madrasah di lingkungan sekitar.

3. Bagi Peserta Didik dan Orang Tua

Siswa diharapkan dapat memanfaatkan sepenuhnya fasilitas dan program unggulan yang telah disediakan madrasah untuk mengembangkan

kemampuan diri. Orang tua diharapkan terus menjalin komunikasi aktif dengan pihak madrasah agar pembinaan anak dapat berjalan seimbang antara lingkungan sekolah dan rumah. Dukungan moral dan promosi dari orang tua juga berperan penting dalam memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan landasan bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi pemasaran pendidikan di lembaga Islam lainnya. Peneliti selanjutnya dapat memperluas fokus pada pengaruh strategi digital marketing terhadap minat masyarakat, atau menganalisis efektivitas program unggulan dalam meningkatkan prestasi akademik siswa secara kuantitatif.