

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti, tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan peserta didik di MI Hidayatul Mubtadiin Jati Kapur Tarokan Kediri Tahun Pelajaran 2024-2025, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut;

1. Perencanaan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Peserta Didik di MI Hidayatul Mubtadiin Jati Kapur Tarokan Kediri

Perencanaan strategi pemasaran di MI Hidayatul Mubtadiin dilakukan secara sistematis dan terstruktur dengan melibatkan kepala madrasah, tenaga pendidik, dan seluruh komponen madrasah secara kolaboratif. Perencanaan diawali dengan identifikasi keunggulan madrasah, penyusunan program promosi, serta penetapan target peserta didik baru. Proses perencanaan ini berlandaskan pada analisis kondisi internal dan eksternal madrasah sehingga menghasilkan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik lingkungan madrasah.

2. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Peserta Didik di MI Hidayatul Mubtadiin Jati Kapur Tarokan Kediri Berdasarkan Konsep Bauran Pemasaran 4P

Pelaksanaan strategi pemasaran di MI Hidayatul Mubtadiin mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P yang dilaksanakan secara terpadu. Pertama, *Product*, berupa program unggulan seperti

pembelajaran Ummi, ekstrakurikuler Bajari Qiro'at, dan drum band yang menjadi daya tarik utama madrasah. Kedua, *Price*, berupa kebijakan biaya yang terjangkau dan transparan tanpa penerapan SPP bulanan, serta hanya membebankan biaya untuk kebutuhan program tertentu atas dasar kesepakatan bersama orang tua. Ketiga, *Place*, berupa lokasi madrasah yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar. Keempat, *Promotion*, berupa kegiatan sosialisasi langsung, penyebaran informasi melalui grup WhatsApp wali kelas, serta penyelenggaraan kegiatan Ahad Wage sebagai sarana mempererat hubungan dengan wali murid dan tokoh masyarakat.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Peserta Didik di MI Hidayatul Mubtadiin Jati Kapur Tarokan Kediri

Evaluasi strategi pemasaran di MI Hidayatul Mubtadiin dilaksanakan secara rutin dan partisipatif melalui rapat bersama seluruh guru dan tenaga kependidikan. Proses evaluasi dilakukan secara terbuka sehingga seluruh pihak dapat menyampaikan masukan dan perbaikan terhadap strategi yang kurang efektif. Dampak nyata dari strategi pemasaran yang diterapkan tercermin dari peningkatan jumlah peserta didik secara konsisten selama tiga tahun terakhir, yakni dari 283 siswa pada tahun ajaran 2022/2023, meningkat menjadi 325 siswa pada 2023/2024, dan mencapai 350 siswa pada tahun ajaran 2024/2025. Dengan demikian, evaluasi yang berjalan secara berkelanjutan menjadi landasan penting bagi madrasah dalam menyempurnakan strategi pemasaran secara terus-menerus.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang diberikan oleh peneliti antara lain;

1. Bagi Kepala Madrasah

Peneliti melihat bahwa madrasah masih memerlukan indikator keberhasilan pemasaran yang lebih baku, karena selama ini keberhasilan hanya dilihat dari jumlah pendaftar dan respons masyarakat, padahal keberhasilan dari sisi jumlah belum tentu sejalan dengan tercapainya tujuan pendidikan. Kepala Madrasah disarankan menyusun indikator yang lebih terukur, seperti tingkat kepuasan wali murid atau capaian program unggulan, agar evaluasi keberhasilan lebih menyeluruh

2. Bagi Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Tenaga pendidik dan kependidikan diharapkan turut berperan aktif dalam mendukung pelaksanaan strategi pemasaran madrasah, baik melalui peningkatan kualitas layanan pendidikan, keterlibatan dalam kegiatan promosi, maupun pemberian kesan positif kepada masyarakat sebagai bentuk pemasaran tidak langsung yang efektif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek penelitian atau mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh strategi pemasaran berbasis bauran 4P terhadap peningkatan citra madrasah, loyalitas wali murid, serta daya saing lembaga pendidikan dasar berbasis Islam di tingkat yang lebih luas.