

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi pemasaran pendidikan merupakan penentuan tujuan dan sasaran suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan serta menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan dalam bidang pendidikan.

1. Strategi kepala sekolah dalam meningkatkan pemasaran di MTsN 3 Nganjuk melalui media sosial dilakukan dengan berbagai tahapan : 1) Pengarahan dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran Madrasah, pengarahan dilakukan oleh kepala madrasah dan diikuti oleh *stakeholder* madrasah. 2) Kegiatan pelaksanaan pemasaran dilakukan sesuai dengan strategi-strategi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial sebagai sarana pemasaran, dan 3) Pelaksanaan koordinasi dalam kegiatan pemasaran madrasah dilakukan untuk melihat seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan agar tidak janggal suatu kegiatan di madrasah. Pelaksanaan Humas dalam meningkatkan Pemasaran di MTsN 3 Nganjuk melalui Media Sosial dilakukan sesuai strategi pemasaran Madrasah sebagai berikut : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, SDM, Proses, dan Bukti Fisik.
2. Dalam melaksanakan strategi pemasaran pendidikan di MTsN 3 Nganjuk melalui media sosial memiliki faktor penghambat dan pendukungnya, diantara faktor pendukungnya yaitu ada 2, Faktor Internal :

Profesionalisme petugas dan Fasilitas yang memadai, Faktor Eksternalnya : perkembangan zaman. Adapun Faktor Penghambatnya ada 2, Faktor Internal : Kurangnya Koordinasi antar petugas (Miskomunikasi), Faktor Eksternal : Masih ada Masyarakat yang kurang paham akan media sosial.

## **B. Saran**

1. Bagi Madrasah sebaiknya madrasah dapat meningkatkan pemasaran pendidikan dengan lebih memaksimalkan media sosial secara efektif guna memikat para konsumen (masyarakat) agar lebih tertarik menyekolahkan anaknya di Madrasah tersebut.
2. Bagi Tim Media Sosial sebaiknya dapat meningkatkan kinerjanya dengan menjadikan interaksi antara madrasah dengan masyarakat maupun instansi dan membantu serta memberikan masukan lembaga madrasah dalam meningkatkan strategi pemasaran dengan baik.