

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik dalam hal strategi target pasar dari segmen pasar dalam menerapkan strategi dilakukan sosialisasi langsung ke sekolah SMP dan MTS. Kemudian kualitas pendidikan di SMA Nurul Yaqin sudah baik dan dalam hal strategi posisi kompetitif bahwa SMA Nurul Yaqin mempunyai keunikan serta keunggulan yakni sekolah ini mengajarkan siswanya tentang ilmu kemasyarakatan berbentuk peribadatan sesuai dengan tradisi daerah tersebut.
2. Adapun faktor pendukung dari strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru adalah adanya produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, biaya sekolah yang gratis, lokasi yang strategis, sumber daya manusia yang berjalan dengan baik serta bangunan fisik yang mendukung. Sedangkan faktor penghambatnya yakni dilihat dari segi promosi dan proses diantaranya manajemen waktu yang belum tepat, penyebaran brosur yang kurang efektif, jangkauan pemasaran pendidikan tidak begitu luas, masyarakat khususnya wali murid peserta didik baru tidak menguasai teknologi dan informasi mengenai pendaftaran PPDB.

## **B. Saran**

Adapun saran untuk SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir agar kedepannya menjadi lembaga pendidikan yang baik terutama dalam hal strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru sebagai berikut :

1. Bagi pihak SMA Nurul Yaqin sebaiknya lebih meningkatkan promosi memperluas jangkauan pemasaran pendidikan supaya masyarakat semakin tertarik dalam menyekolahkan anaknya ke SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu.
2. Bagi kepala sekolah SMA Nurul Yaqin untuk lebih meningkatkan dukungan dan motivasinya serta kerjasama dalam menciptakan kekompakan dengan berbagai pihak baik dari internal maupun eksternal, karena dengan kerjasama yang baik dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sekolah, sehingga program sekolah dapat dikomunikasikan secara baik.
3. Bagi ketua panitia PPDB dan panitia PPDB diharapkan harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan tetap mempertahankan mutu pendidikan baik dibidang akademik, non akademik serta dibidang keagamaan sehingga masyarakat tetap percaya terhadap pemasaran pendidikan di tawarkan sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Maskub. (2015). *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik*. 3(2).
- Abuzar, dkk. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: In Media
- Adib, Helen Sabera. (2016). *Metodologi Penelitian*. Palembang: Noerfikri.
- Ali, Mohammad. (2009). *Pendidikan Untuk Pembangunan Nasional*. Bandung : PT Imperial Bhakti Utama.
- Apriantoni. (2019). *Politik Pendidikan : Pendekatan Kebijakan Pendidikan dan Kepentingan Islam di Indonesia*. Yogyakarta : Deepublis.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cucun Sunaengsih dkk. (2017). *Pengelolaan Pendidikan*. Sumedang: UPI Sumedang Press.
- Danim, Sudarwan. (2011). *Pengantar Kependidikan : Landasan, Teori, 234 Metafora Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Desi Wulandari dkk. (2018). *Pengaruh Penerimaan Peserta Didik Baru Melalui Sistem Zonasi Terhadap Prestasi Belajar Siswa*. Jurnal Kultur Demokrasi. 5 (9):10-11.
- Fradito, Aditia. *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah*. Jurnal Kependidikan Islam vol 10 No 1. Juni 2020.
- Furchan, Arief. (2004). *Transformasi Pendidikan Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Gama Media.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. (2018). *The Book Of Education Management*. Jakarta: Kencana.
- Juliansyah, Eris. (2017). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi*. (Jurnal Ekonomi, Vol 3 No. 2).
- Kotler, Philip. (1995). *Strategic Marketing For Educational Institution*. Prentice Hall Inc: New Jersey.
- Lutfi Annisa Fira, Frizka dkk. (2020). *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus*. 3 (3) :150-160.

- Machali, Imam dan Arah Hidayat. (2012). *Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Machali, Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah dalam Antologi Kependidikan Islam*. Yogyakarta: Teras.
- Maruti Endang Sri dan Naniek Kusumawati. (2019). *Strategi Belajar Mengajar Di Sekolah Dasar*. Jawa Timur: CV. AE Medika Grafika.
- Moloeng, Lexi J. (2012). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muhammad Kristiawan dkk. (2017). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mukhtar & Kasful Anwar. 2021. *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Mawati, Arin Tentrem dkk. (2021). *Strategi Pembelajaran*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Nasution, Zulkarnain. (2010). *Manajemen Humas Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Nazarudin. (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang: CV.Amanah.
- Neolaka, Grace Amialia A. dan Amos Neolaka. (2017). *Landasan Pendidikan Dasar Pengenalan Diri Sendiri Menuju Perubahan Hidup*. Depok : Kencana.
- Prabowo Sugeng Listyo dan Muhaimin Sutiah. (2010). *Manajemen Pendidikan “Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV. Prisani Cendikia.
- Rina Rachmawati, M. Yohanita Nirmalasari dkk. (2020). *Strategi Pembelajaran*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Ruslan, Rusadi. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rusadi. (2013), *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Rusmaini. (2016). *Ilmu Pendidikan Islam*. Palembang : Grafika Telindo Press.
- Setiawan, Johan & Albi Anggito. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Jejak.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno. (2021). *Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar TIK Materi Topolgi Jaringan dengan Media Pembelajaran*. Malang: Ahlimedia Press.
- Tentrem Mawati, Arin dkk. (2021). *Strategi Pembelajaran*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Wijaya, Dapid. (2012). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wijaya, Dapid. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Yetri dan Juhaeti Yusuf. (2019). *Hikmah Spritual sebagai Alternatif Penegakan Disiplin dalam Program Manajemen Peserta Didik*. Lampung: CV Ge Publishing.