

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai strategi promosi penerimaan siswa baru di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang, melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi penerimaan siswa baru yang dilakukan SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang dalam menarik animo konsumen dilakukan dengan beberapa pendekatan meliputi:
  - a. Promosi massal (*massmarketing*) sudah dilakukan cukup baik. Dimana promosi sekolah ditargetkan kepada semua kalangan, serta menetapkan pasar dengan program unggulan yang diterapkan dalam bentuk kurikulum.
  - b. Strategi taktik promosi dengan menerapkan kurikulum unggulan sudah dilaksanakan cukup baik, namun lokasi sekolah yang terletak di ujung desa dan persawahan sehingga mengurangi minat masyarakat untuk bergabung di lembaga SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum, SMP Islam Terpadu juga melakukan promosi dengan cara memasang banner di pinggir jalan dan juga memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, selain itu, SMP Islam Terpadu memiliki sumber daya (SDM) yang sesuai dengan bidangnya serta proses pendidikan yang dilakukan sudah baik.

- c. Strategi nilai promosi yang dilakukan sudah dilaksanakan dengan baik SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang selalu berinovasi dalam produk pendidikan seperti mengikuti berbagai perlombaan. Selain itu SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang memberikan pelayanan yang terbaik sebagai upaya dalam memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan pengguna jasa dan juga kepada masyarakat umum, diantaranya pelayanan informasi, pelayanan akademik, dan pelayanan kepada siswa.
2. Faktor yang mempengaruhi strategi promosi penerimaan siswa baru di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang yakni sebagai berikut:
    - a. Faktor pendukung dalam strategi promosi penerimaan siswa baru di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang yaitu: SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang Memiliki segmen yang luas dengan prinsip pendidikan untuk semua tanpa membatasi status sosial, ekonomi, dan budaya, kemudian brand SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang cukup mudah dikenal oleh masyarakat karena merupakan sekolah satu-satunya di daerah Muara Telang yang memiliki program tahfidz Qur'an, selain itu kemajuan teknologi informasi seperti media sosial, sehingga dapat memperluas jangkauan promosi.
    - b. Faktor penghambat dalam promosi penerimaan siswa baru di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang yaitu: Sarana dan prasarana atau fasilitas yang di miliki SMP Islam Terpadu Miftahul

Ulum Muara Telang masih minim, sehingga menjadi kendala bagi sekolah dalam memasarkan produk jasa pendidikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis mencoba memberikan saran atau masukan yang sekiranya dapat membantu pihak terkait terutama bagi manajemen SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang dalam pengimplementasian strategi promosi penerimaan siswa baru di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang. Adapun saran-saran tersebut yaitu:

1. Bagi pihak SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang sebaiknya lebih meningkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar masyarakat semakin tertarik menyekolahkan anaknya di SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang, serta pihak SMP Islam Terpadu harus selalu konsisten menerapkan program tahfidz Qur'an dan pelajaran bahasa arab yang merupakan ciri khas dari SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang.
2. Pihak SMP Islam Terpadu Miftahul Ulum Muara Telang harus selalu melakukan inovasi-inovasi program pendidikan sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat misalnya dengan menambahkan kegiatan non-formal seperti ekstrakurikuler dalam bidang olahraga atau kesenian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapka penelitian ini dapat menjadi bahan referensi yang mampu membantu peneliti lain mengembang penelitian di bidang strategi promosi jasa pendidikan atau topik serupa. Penelitian selanjutnya diharapka untuk menambah waktu penelitia serta menambahkan informan penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih akurat mengenai strategi pemasaran sekolah.