

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri mulai dari identifikasi pasar dengan riset pasar kepada pengguna jasa untuk mengetahui kebutuhannya akan pendidikan. Segmentasi pasar dengan menggunakan segmentasi demografi yang lebih ke penghasilan dan pekerjaan orang tua dikarenakan sekolah berstatus swasta. Positioning dengan menggunakan cara untuk membangun *brand image* sekolahnya supaya sekolah mendapatkan kepercayaan penuh dari masyarakat untuk bekal sekolah agar lebih berkembang kedepannya. Diferensiasi produk diperlukan untuk membentuk identitas sekolah SDIT Bina Insani memiliki beberapa faktor yang membuatnya unik, terutama fokus pada program Qur'an Leader School dan sekolah inklusif.
2. Pelaksanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri terdiri dari pemasaran internal terdiri dari beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas lembaga pendidikan SDIT Bina Insani Kota Kediri memanfaatkan kualitas pendidikan yang dapat dinilai melalui akreditasi B yang berhasil diraih, selain kegiatan pembelajaran yang pasti dilakukan adapun kegiatan pendidikan yang menunjang antara lain pembiasaan adab islami,

ekstrakurikuler, super tahfidz, pengembangan minat bakat, dan lain lain, dan Prestasi yang dicapai oleh peserta didik tidak hanya mencerminkan kemampuan individu, tetapi juga menunjukkan kualitas dan standar pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Pemasaran Eksternal SDIT Bina Insani Kota Kediri juga sama melibatkan masyarakat dalam kegiatan contohnya melakukan doa bersama, mengadakan seminar parenting dengan wali murid yang bekerja sama dengan psikologi, serta bakti sosial bersama masyarakat sekitar. Pemasaran interaktif dilakukan SDIT Bina Insani yaitu melalui komite sebagai perwakilan dari wali siswa, dan kami menerima kritikan dan saran dari wali siswa tentang sekolah, lalu masyarakat menyampaikannya melalui komite sekolah dan selanjutnya oleh komite sekolah diteruskan dan disampaikan kepada lembaga. Metode langsung dilakukan dengan mengundang secara langsung masyarakat dan mendatangi masyarakat melalui pertemuan wali murid, seminar parenting, Jumat berkah dan Jumat bersih, dan metode tidak langsung ini memanfaatkan media massa dan media sosial. Dan teknik audio yang dilakukan di SDIT Bina Insani Kota Kediri adalah pengeras suara secara rutin dalam kegiatan membaca berdzikir, Tasmi' Qur'an dan istighosah dan teknik visual dalam mendukung kegiatan membangun strategi pemasaran lembaga pendidikan. Media yang digunakan antara lain website, pamphlet, dan mengadakan event.

3. Evaluasi strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri dengan menggunakan metode goal oriented evaluasi dengan melakukan evaluasi

setiap hari Sabtu serta melakukan evaluasi besar setiap 3 bulan sekali dengan menggunakan instrument survey dan wawancara terhadap anggota rapat, Selain itu juga evaluasi yang dilakukan oleh SDIT Bina Insani untuk mengetahui tolak ukur keberhasilan yang telah diraih yaitu dengan meningkatkan kepuasan pengguna jasa dan meningkatnya minat peserta didik, dan untuk mengetahui kekurangan atau hambatan agar dapat segera untuk ditindaklanjuti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah peneliti sampaikan diatas, berikut beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan terkait dengan Strategi Manajemen Pemasaran sekolah inklusif dalam menarik minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi kepala sekolah

Saran strategis untuk meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani adalah dengan memperkuat visibilitas sekolah melalui berbagai media sosial dan website resmi sekolah, dengan menghadirkan konten yang menarik dan informatif tentang program inklusif, kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta testimoni dari orang tua dan siswa. Dengan memanfaatkan platform digital secara efektif, sekolah dapat mencapai audiens yang lebih luas dan menarik minat calon siswa serta orang tua, sambil menjaga komunikasi terbuka untuk menjawab pertanyaan dan memberikan informasi yang diperlukan.

2. Bagi guru

SDIT Bina Insani untuk mempertimbangkan pendekatan yang lebih proaktif dalam mempromosikan keunggulan sekolah dalam hal inklusivitas. Mengembangkan konten pemasaran yang menyoroti keberagaman dalam kurikulum, fasilitas, dan kegiatan ekstrakurikuler dapat menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua.

3. Bagi peserta didik dan masyarakat

Penting bagi SDIT Bina Insani untuk memperjelas komitmen mereka terhadap inklusi melalui berbagai kegiatan yang terbuka untuk partisipasi dari semua siswa, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus. Ini dapat mencakup pengembangan program ekstrakurikuler yang inklusif, pelatihan bagi staf dan siswa tentang keberagaman, serta penyediaan fasilitas yang ramah inklusi. Selain itu, memperkuat komunikasi dengan masyarakat melalui seminar, workshop, atau kegiatan terbuka lainnya dapat meningkatkan pemahaman tentang nilai inklusi di sekolah tersebut. Dengan memperkuat keterlibatan siswa dan komunikasi yang transparan dengan masyarakat, SDIT Bina Insani dapat membangun citra sekolah yang inklusif dan ramah bagi semua peserta didik.