

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Melalui Kegiatan Lomba TABINA (Tahfidz, B.Ingggris, Mewarna)
 - a. Strategi manajemen pemasaran sekolah melalui online dan offline. Offline dengan menggunakan banner jalan, brosur, berkunjung ke TK, branding mobil SD, mobil antar jemput siswa dan juga mobil wali murid dan kegiatan lomba TABINA. Online dengan melalui facebook, instagram, whatsapp group, dan website dengan berbentuk flayer, video, foto-foto.
 - b. Bauran pemasaran (marketing mix) yang dapat diukur dalam strategi pemasaran sekolah yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Ngadiluwih.
 1. Produk : program penunjang dan unggulan dengan memfasilitasi bermacam-macam potensi siswanya di bidang akademik dan non akademik.
 2. Harga : ditentukan oleh yayasan dengan musyawarah komite sekolah dan pengelola sekolah. Biaya SPP Rp. 230.000/bulan dengan tambahan dana sesuai kebutuhan.

3. Tempat : berada di Jalan Dr. Moestopo No. 138, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Lokasinya sangat strategis karena terletak dipinggir jalan raya.
 4. Promosi : melalui offline dengan banner jalan, brosur, berkunjung ke TK, branding mobil SD, mobil antar jemput siswa dan juga mobil wali murid dan kegiatan lomba TABINA. Online dengan melalui facebook, instagram, whatsapp group, dan website.
 5. Orang : kualitas tenaga pendidik dan kependidikan rata-rata sudah S1 linier, hampir 10 guru sudah mempunyai sertifikasi pendidik.
 6. Sarana Fisik : fasilitas sudah memadai, karena sekolah ini sudah terakreditasi A.
 7. Proses :*Pertama*, pada proses seleksi dilakukan mengikuti peraturan dinas pendidikan terkait dengan kriteria usia menurut Permendikbud No.14 Tahun 2018 tentang penerimaan peserta didik baru. *Kedua*, SD Muhammadiyah 1 Ngadiluwih memiliki kurikulum terstruktur, *full day school*, guru berkompeten, siswa banyak, ruangan memadai. *Ketiga*, lulusan diterima disekolah favorit, banyak prestasi siswa, karakter siswa siswi yang islami berakhlaqul karimah senantiasa tercermin.
- c. Strategi manajemen pemasaran khusus di SD Muhammadiyah 1 Ngadiluwih dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu melalui kegiatan lomba TABINA. Calon peserta didik mengalami peningkatan dikarenakan para orang tua bisa langsung tertarik karena dapat melihat langsung fasilitas dan kualitas sekolah.

- d. Implementasi strategi manajemen pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat masyarakat melalui lomba. Adapun langkah-langkah dalam implementasi pemasaran melalui kegiatan lomba :

Pertama, perencanaan (*Plan*) diadakan rapat dengan pembagian tim dan *job description*. Rancangan dana kegiatan diambil dari biaya pendaftaran peserta, dana RAPBS, dan sponsor-sponsor.

Kedua, pelaksanaan (*Do*) pada tahap ini pelaksanaan dilakukan berjalan sesuai *job description* masing-masing yang telah di rundingkan.

Ketiga, pengecekan (*Check*) dilakukan oleh koordinator tim pengelola kegaitan lomba agar acara berjalan sesuai rencana, dan mengurangi hambatan.

Keempat, evaluasi (*Act*) melakukan evaluasi serta solusi kedepannya agar bisa berjalan lebih baik dan mampu menarik banyak antusias masyarakat.

2. Hasil Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Melalui Lomba TABINA

- a. Hasil yang di dapat dari penerapan strategi pemasaran melalui kegiatan lombasangat berpengaruh dalam proses pemasaran hampir 30% - 40% daripada melalui strategi lainnya.
- b. Imbal balik yang dirasakan yaitu SD Muhammadiyah 1 Ngadiluwih menjadi banyak dikenal dengan melihat secara langsung kualitas dan kuantitasnya.

- c. Banyaknya antusias masyarakat yang minat mengikuti kegiatan lomba TABINA. Ada sekitar 80% mengetahui informasi yang disebarkan ke TK-TK dan lainnya mengetahui informasi melalui media sosial.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat

a. Faktor pendukung :

1. Antusias masyarakat atau wali murid yang menginginkan anaknya menyalurkan bakat minatnya.
2. Adanya nilai agamis yang dimiliki oleh sekolah.
3. Lokasi atau kemudahan akses ke sekolah.
4. Fasilitas atau tempat sangat terpenuhi bila diadakan acara lomba.

b. Faktor penghambat

1. Adanya masa pandemi saat ini kegiatan lomba menjadi terhambat, jadi target yang dituju tidak bisa dicapai dengan maksimal.
2. Adanya masyarakat yang lebih memilih sekolah negeri berbasis umum daripada madrasah yang berbasis islami.

c. Upaya dalam mengatasi hambatan

1. Sementara selama masa pandemi kegiatan lomba dilakukan secara online dengan membuat karyanya sendiri dirumah dan dikumpulkan ke sekolah.
2. Lebih memaksimalkan untuk mengunjungi TK-TK. Dan selalu mengembangkan inovasi-inovasi baru dalam promosi guna menarik minat masyarakat.

B. Saran

1. Bagi Sekolah
 - a. Lebih menyiapkan strategi pemasaran yang bisa digunakan saat mengalami keadaan darurat seperti pandemi covid.
 - b. Dalam metode pemasaran ditambahkan dengan mengadakan acara seminar atau melakukan study banding.
 - c. Selalu memperbaiki kualitas dan kuantitas sekolah secara terus-menerus.
2. Bagi Panitia Pengelola Lomba dan Pemasaran
 - a. Diharapkan mampu memunculkan inovasi baru pada kegiatan lomba agar mampu menarik minat masyarakat lebih banyak lagi.
 - b. Lebih meningkatkan penyebaran informasi mengenai kegiatan lomba yang dilaksanakan di SD muhammadiyah 1 Ngadiluwih.