

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari pembahasan tentang strategi *branding* yang diterapkan SD Plus Rahmat Kota Kediri untuk menarik minat pelanggan dapat disimpulkan bahwa strategi *branding* yang telah diterapkan adalah sebagai berikut:

1. *Brand image* yang diterapkan di antaranya:
 - a. Pemberian pembiasaan budaya yang baik. Budaya tersebut direalisasikan melalui kebiasaan 5S +1J (senyum, salam, sapa, sopan, santun, jabat tangan), *muroja'ah* pagi, pelafalan *asmaul husna*, berdoa sebelum melakukan segala kegiatan, shalat berjama'ah, shalat dhuha setiap hari, mengaji, pengadaan kelas baca, jum'at bersih, jum'at berkah, dan pembentukan posko bencana.
 - b. Meningkatkan prestasi. SD Plus Rahmat Kota Kediri mempertahankan citra dengan menghasilkan peserta didik dengan segudang prestasi dan memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang unggul juga berkualitas.
2. *Brand trust* yang diterapkan di antaranya
 - a. Peningkatan mutu pendidikan melalui ujian tambahan sebagai kemampuan dasar dan bekal siswa seperti ujian bahasa inggris, ujian tahfidz, dan ujian komputer guna menghasilkan *output* yang berbeda dengan sekolah lain.
 - b. SD Plus Rahmat Kota Kediri senantiasa menjaga dan konsisten untuk selalu berprestasi. Dengan rasa percaya yang tinggi, makin tinggi juga minat pelanggan untuk menggunakan jasa pendidikan SD Plus Rahmat Kota Kediri.

3. *Brand experience* yang diterapkan di antaranya:
 - a. Selalu melakukan evaluasi kegiatan setiap akhir tahun pelajaran. Evaluasi dilakukan untuk melakukan perbaikan dan mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan, dan sebagai modal untuk menyusun perencanaan di kegiatan berikutnya.
 - b. Membentuk paguyuban orang tua/wali murid dan komite sekolah dengan pihak sekolah. Paguyuban ini memiliki peran penting dalam menampung keinginan dan harapan pelanggan agar pihak sekolah senantiasa selalu memberikan pelayanan yang baik.
4. *Brand equity* yang diterapkan di antaranya:
 - a. Adanya program baru dengan berbagai macam inovasi yang diciptakan menjadikan keunggulan tersendiri bagi SD Plus Rahmat Kota Kediri untuk menarik minat pelanggan seperti rahmat peduli, *khotmul qur'an* dan imtihan metode ummi, ROMO (Rahmat Olimpiade Menulis *Online*).
 - b. Adanya keunggulan yang berbeda di setiap tahun, menjadikan SD Plus Rahmat Kota Kediri memiliki nilai jual yang tinggi
 - c. Memanfaatkan *tagline* sekolah untuk memberikan inspirasi untuk sekolah-sekolah yang lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan hasil kesimpulan terkait *brand image*, *brand trust*, *brand experience*, dan *brand equity* yang diterapkan SD Plus Rahmat Kota Kediri dalam menarik minat pelanggan, adapun beberapa saran dari peneliti ini adalah sebagaimana disebutkan di bawah ini:

1. SD Plus Rahmat Kota Kediri harus senantiasa mempertahankan strategi *branding* yang telah diterapkan guna menarik minat pelanggan melalui *brand image*, *brand trust*, *brand experience*, dan *brand equity*.
2. SD Plus Rahmat Kota Kediri harus meningkatkan lagi dalam melakukan strategi *branding* dengan mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi.
3. SD Plus Rahmat Kota Kediri harus selalu konsisten menjaga dan meningkatkan prestasi, baik prestasi sekolah, prestasi siswa, dan prestasi ustadz maupun ustadzah.
4. SD Plus Rahmat Kota Kediri harus selalu memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar, orang tua/wali murid, dan berbagai pihak yang bekerja sama dengan sekolah.
5. SD Plus Rahmat Kota Kediri harus selalu memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap siswa maupun orang tua/wali murid dan menjaga mutu atau kualitas pendidikan, baik dalam bidang akademik, non akademik, ataupun keagamaan sehingga masyarakat tetap memiliki rasa percaya terhadap pendidikan di sekolah.