

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN**

#### **A. Simpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam Kota Cirebon disusun untuk membangun *brand image* rintisan digital untuk meningkatkan daya saing melalui pemasaran yang *relevan* dengan trend pendidikan dalam perencanaan yang meliputi penyusunan panitia PPDB, penyusunan strategi rintisan digital dan strategi pengembangan rencana serta antisipasi kegagalan teknis dengan mengadopsi konsep pemasaran 7P yang komprehensif sebagai indikator pemasaran sekolah.
2. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam Kota Cirebon terlaksana dengan strategi sosialisasi terhadap target sekolah dan pada acara yang digelar untuk umum oleh sekolah serta strategi pelaksanaan yang berfokus pada digitalisasi dalam proses promosi dan penerimaan siswa baru melalui platform digital sekolah dengan tujuan dalam membangun *brand image* rintisan digital untuk meningkatkan saing sekolah melalui manajemen pemasaran.
3. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa evaluasi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam menjadi kegiatan dalam mengukur kekurangan dan kelebihan pelaksanaan pemasaran melalui dua teknik evaluasi yaitu evaluasi internal yang dilakukan dengan melibatkan sumber daya manusia di sekolah yang bersangkutan terhadap pemasaran sekolah dan evaluasi eksternal yang hanya melibatkan pimpinan sekolah serta pengawas dari Kementerian Agama. Kombinasi dua evaluasi ini memberi monitoring terhadap pemasaran sekolah yang sesuai dengan Standar Pendidikan Islam dan trend pemasaran pendidikan yang global.

## B. Implikasi

1. Perencanaan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam Kota Cirebon berimplikasi terhadap kesiapan sumber daya manusia sekolah dalam menjalankan pemasaran yang *relevan* dengan globalisasi dan membangun kesadaran lebih terhadap pemangku kepentingan sekolah dalam memahami digitalisasi pendidikan.
2. Pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam Kota Cirebon berimplikasi terhadap jangkauan pasar pendidikan serta memungkinkan personalisasi sekolah mempunyai *branding image* dengan daya saing yang lebih baik di pasar pendidikan.
3. Evaluasi yang dilakukan secara konsisten terhadap manajemen pemasaran di MI Daru'l Hikam Kota Cirebon baik secara internal maupun eksternal memiliki implikasi yang substansial terhadap kedisiplinan sumber daya manusia sekolah dan inovasi untuk pemasaran yang lebih interaktif dari sisi internal dan eksternal.

## C. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, peneliti memberi saran kepada MI Daru'l Hikam Kota Cirebon berkaitan dengan Manajemen Pemasaran Sekolah dalam Membangun *Brand Image* Rintisan Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing sebagai berikut:

1. Saran untuk MI Daru'l Hikam Kota Cirebon
  - a. Sebagaimana perencanaan manajemen pemasaran dalam membangun *brand image* rintisan digital untuk meningkatkan daya saing yang disusun dan diupayakan di MI Daru'l Hikam, peneliti sedikit memberi saran untuk mulai menciptakan konten promosi yang *relevan* dengan kebutuhan MI, hal tersebut bisa berupa infografis atau kreatif pembuatannya bisa diawali terlebih dahulu oleh humas yang sudah berkompeten.
  - b. Sebagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran dalam membangun *brand image* rintisan digital untuk meningkatkan daya saing di MI Daru'l Hikam, peneliti sedikit memberi saran untuk lebih fokus

- c. dalam menyampaikan kualitas daripada kuantitas dalam sosialisasi maupun postingan media sosial sekolah karena kualitas sekolah menjadi salah satu faktor penentu dalam membangun daya saing yang menjadi tujuan sekolah.
- d. Peneliti memberi saran untuk evaluasi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh MI Daru'l Hikam, sebagaimana rutinitas evaluasi internal dan eksternal yang dilakukan maka konsistensi evaluasi harus dipertahankan dengan lebih saling memperhatikan secara komprehensif akan pemahaman sumber daya manusia dalam membahas progress dan kekurangan terkait manajemen pemasaran khususnya rintisan digitalisasi.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang mengeksplorasi manajemen pemasaran dalam membangun *brand image* rintisan digital untuk meningkatkan daya saing sekolah dapat mengkaji identifikasi yang lebih spesifik terkait analisis pemasaran dan pengorganisasian (*Organizing*) dalam konteks pemasaran sekolah.