

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di MA Islamic Centre Kabupaten Cirebon tentang manajemen pemasaran Pendidikan dalam membangun brand image untuk meningkatkan minat peserta didik, dapat disimpulkan sebagai berikut:

3. Perencanaan pemasaran Pendidikan dalam membangun brand image sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik di Madrasah Aliyah Islamic Centre Kabupaten Cirebon dapat dikatakan cukup baik. Perencanaan dimulai dengan menetapkan tujuan dan target. Tujuan dari sekolah tersebut telah tercantum dalam tujuan sekolah yang diambil dari rumusan visi dan misi sekolah. Dalam merencanakan pemasaran Pendidikan, sekolah juga menetapkan target siswa yang akan diterima dalam penerimaan siswa baru sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kemudian sekolah mengadakan rapat yang dihadiri oleh kepala sekolah dan kepala Yayasan serta guru-guru yang terlibat didalamnya untuk membahas tentang perencanaan pemasaran Pendidikan. Pembahasan dalam rapat tersebut meliputi perencanaan biaya sekolah, perencanaan waktu promosi, perencanaan sumber daya manusia yang bertugas dalam memasarkan sekolah, perencanaan pembuatan media dalam mempromosikan sekolah yang dalam hal ini sekolah hanya merencanakan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan mouth to mouth dan tidak menggunakan media social.
4. Pelaksanaan pemasaran Pendidikan dalam membangun brand image sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik di Madrasah Aliyah Islamic Centre Kabupaten Cirebon dapat

dikatakan cukup baik, karena dalam melaksanakan pemasaran Pendidikan sekolah ini memperhatikan langkah- langkah yaitu pertama sekolah melakukan proses identifikasi pasar atau melihat kebutuhan masyarakat sekitar, kemudian sekolah juga melakukan segmentasi pasar atau memilih konsumen, dan sekolah juga memiliki perbedaan dengan sekolah lain yaitu sekolah menawarkan Pendidikan dengan harga yang lebih murah tetapi memiliki sarana dan prasarana yang lengkap. Dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat untuk mempromosikan sekolah, pihak sekolah menggunakan media cetak berupa brosur dan spanduk, juga mengutamakan promosi dengan cara mouth to mouch danyangnya seken kegiatan-kegiatan yang melihat car mouth Namun sayangnya sekolah belum menggunakan media social dengan maksimal dalam proses pemasaran ini, sekolah hanya menggunakan web yang berisi informasi-informasi sekolah saja. Sekolah juga telah memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya dengan memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang kompeten untuk melayani masyarakat.

5. Pengawasan pemasaran Pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik di Madrasah Aliyah Islamic Centre Kabupaten Cirebon dapat dikatakan cukup baik. Pengawasan atau pengontrolan kegiatan pemasaran sekolah ini dilakukan langsung oleh kepala Madrasah dan Waka Humas, Kepala Madrasah juga mengadakan evaluasi setiap tahun ajaran baru yang bertujuan untuk mengetahui apa saja kekurangan dan kelebihan dalam proses pemasaran Pendidikan. Jika ada kekurangan dalam proses pemasaran, maka kepala sekolah langsung mengambil tindakan untuk memperbaikinya.

6. Faktor-faktor pendukung dalam membangun brand image yaitu identitas fisik berupa bangunan yang bagus, sarana dan prasarana yang lengkap, visi dan misi sekolah yang jelas, budaya sekolah yang berbeda dengan sekolah Jain yang mencirikan bahwa sekolah ini adalah sekolah berlabel Islam, memiliki siswa yang berkualitas, memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang berkompeten, memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen dan menjalin kerjasama yang baik dengan beberapa perusahaan. Faktor penghambat dalam membangun brand image disekolah ini yaitu dalam proses promosi, sekolah ini belum menggunakan media social secara maksimal, sehingga sekolah ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat kalangan atas atau masyarakat yang berbeda daerah. didik di Madrasah Aliyah Islamic Centre Kabupaten Cirebon. Minat peserta terbangunnya *brand image* cukup meningkat.

B. Saran

Dengan mempertimbangkan beberapa data yang ditemui oleh peneliti saat melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Islamic Centre Kabupaten Cirebon yang berkaitan dengan manajemen pemasaran Pendidikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya kegiatan manajemen pemasaran sekolah yang telah dilakukan terus lebih ditingkatkan lagi
2. Sebaiknya dalam mempromosikan sekolah, sekolah lebih memaksimalkan lagi penggunaan media social, sekolah bisa menggunakan media social seperti Facebook, instagram, Twitter, Yaoutube dan berbagi media social lainnya untuk mempromosikan sekolah agar lebih dikenal

oleh masyarakat luas.

3. Sebaiknya pada saat penerimaan siswa baru, sekolah melaksanakan test tulis maupun interview kepada para calon peserta didik baru, hal ini bertujuan agar siswa yang diterima masuk lebih tersaring lagi mana yang lebih berpotensi dan mana yang kurang berpotensi.
4. Sebaiknya untuk faktor pendukung itu di perbaiki lagi dan lebih lengkap lagi hal ini bertujuan agar dapat menambah calon peserta didik lebih banyak lagi.

