

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran temuan hasil di lapangan dan diskusi hasil, berikut kesimpulan yang dapat peneliti paparkan terkait penelitian Strategi Lembaga SMP BP Amanatul Ummah Pacet dalam Membentuk Branding Sekolah :

1. Penerapan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Lembaga SMP BP Amanatul Ummah Pacet

SMP BP Amanatul Ummah Pacet tidak memiliki strategi pemasaran yang secara spesifik. Namun secara strategi manajemen, SMP BP Amanatul Ummah Pacet menggunakan POAC (*Planning, Organizing, Actuating and Controlling*) dalam menjaga kualitas *branding*nya. Pada perencanaan terdapat 4 hal yang diperhatikan, yaitu diferensiasi produk sekolah berupa program unggulan Tahfidzul Qur'an, kemudian pembentukan divisi yang akan menjalankan program kerja, komunikasi pemasaran sekolah dan layanan jasa.

Pada hal pengorganisasian hanya terdapat dua hal yakni pembentukan struktur berdasarkan kemampuan guru yang dipilih langsung oleh kepala sekolah dan pembagian tugas sesuai dengan kualifikasi dan kapabilitas guru. Pada pelaksanaan terdapat tujuh buah program yang telah disusun secara sistematis dan dijalankan secara

ketat agar menghasilkan lulusan yang sesuai *branding*, yakni SMP BP Amanatul Ummah memiliki lulusan terbaik yang memiliki banyak prestasi dan diterima di lembaga pendidikan favorit. Terakhir pada tahap pengontrolan, SMP BP Amanatul Ummah Pacet secara konsisten dan profesional selalu melaksanakan rapat setiap hari Rabu untuk mengevaluasi kinerja satu pekan yang telah berlalu dan menyiapkan kinerja satu pekan depan.

2. Pola Strategi Pembentukan Branding Sekolah Di SMP BP Amanatul Ummah Pacet

SMP BP Amanatul Ummah Pacet hanya memiliki dua buah pola strategi dalam pembentukan *branding*, yaitu membuktikan program dan *branding* yang telah dibuat dengan kualitas terbaik dan mempublikasikan melalui media sosial, media cetak dan insitasi berupa olimpiade, try out, pameran dan pengadaan acara FAQI. Secara publikasi SMP BP Amanatul Ummah Pacet teranalisis belum maksimal namun telah memiliki kepercayaan yang besar terhadap masyarakat. Sehingga SMP BP Amanatul Ummah Pacet tidak pernah kesulitan mencari siswa baru karena siswa barulah yang datang ke SMP BP Amanatul Ummah.

B. Saran

Kekurangan yang dimiliki SMP BP Amanatul Ummah Pacet terletak pada belum teroptimalnya publikasi secara konsisten. Hal ini dikarenakan SMP BP Amanatul Ummah Pacet berfokus pada pembuktian kualitas *branding*nya.

Karena dalam hal pelaksanaan program ataupun secara esensial, SMP BP Amanatul Ummah Pacet sangat profesional dan terbaik dalam membuktikan *branding* tersebut. Oleh karena itu, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini :
Perlunya dibentuk tim pemasaran SMP BP Amanatul Ummah Pacet untuk dapat menunjang eksistensi dan esensial dari SMP BP Amanatul Ummah Pacet dalam menjangkau masyarakat Indonesia semakin menyeluruh.

