

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Perencanaan marketing sekolah melalui media online di MA Nahdlatul Ulama yang dilakukan dalam kegiatan ini antara lain perumusan tujuan yang hendak dicapai dalam marketing sekolah berbasis online, menentukan sasaran pasar, menentukan media online yang akan digunakan, serta mendesain media yang akan digunakan.
2. Pelaksanaan marketing sekolah melalui media online di MA Nahdlatul Ulama merupakan perwujudan dari rencana yang telah dirumuskan. Handphone, komputer dan internet menjadi media utama yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan marketing sekolah melalui media online. Ini karena kegiatan marketing sekolah dilakukan menggunakan media berbasis internet online seperti website sekolah, facebook, what's app, serta channel youtube dengan prinsip terjalannya komunikasi antar stake holders.
3. Hasil marketing sekolah melalui media online di MA Nahdlatul Ulama adalah ketercapaian prinsip dasar tujuan sekolah yaitu pemahaman dan kepercayaan masyarakat luas lokal maupun nasional terhadap MA Nahdlatul Ulama sebagai salah satu penyedia jasa layanan pendidikan yang patut dipertimbangkan dalam menentukan masa depan anak anak mereka.



B. Rekomendasi

Adapun saran yang ditawarkan penulis, berkenaan dengan marketing MA Nahdlatul Ulama melalui media online :

1. Sekolah perlu mengkaji kembali perencanaan marketing sekolah dengan menganalisis kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan menerapkan teori teori marketing yang lebih baik. hal ini untuk memberikan layanan akademik dan non akademik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna jasa yang berkesinambungan.
2. Sekolah perlu merancang aturan baku standar operasional (SOP) perencanaan marketing sekolah melalui media online, sehingga dapat menjadi acuan untuk evaluasi marketing sekolah di tahun-tahun berikutnya.
3. Sekolah perlu Melakukan studi komparasi atau studi banding tentang pelaksanaan marketing sekolah pada sekolah yang sudah maju, sehingga dapat menjadi rujukan tentang marketing sekolah yang efektif dan efisien.
4. Sekolah perlu meningkatkan pemahaman tentang marketing online kepada seluruh warga sekolah, karena kedepan teknologi komunikasi yang berbasis online akan semakin modern dan mutakhir dalam memudahkan marketing jasa pendidikan.

