

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Strategi penguatan *branding* dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di MTs NU Ibtidaul Falah yaitu menerapkan strategi diferensiasi yang mana program ini berupa program salafiyah dan keterampilan ibadah. Selain itu, MTs NU Ibtidaul Falah juga berhubungan baik dengan para pengaruh pondok pesantren sekitar dan kharisma para dewan guru yang sekaligus menjadi tokoh dimasyarakat sehingga dijadikan percontohan atau teladan di masyarakat dan penguatan branding juga dilakukan melewati media sosial berupa instagram, youtube, whatsapp, tiktok dan facebook.
2. Diferensiasi produk di MTs NU Ibtidaul Falah berupa program salafiyah dan keterampilan ibadah yang diujikan di hadapan wali murid. Kemudian, pengelompokan atau segmentasi di MTs NU Ibtidaul Falah dibagi menjadi jalur reguler dan jalur restasi yang mana keduanya dibedakan antara kelasnya. Adapun target atau sasaran pasar yakni masyarakat sekitar kecamatan Dawe dan kecamatan Gebog. Adapun positioning atau pemosisioan MTs NU Ibtidaul Falah mengarahkan lulusan MTs NU Ibtidaul Falah menjadi orang yang ahli ilmu dibidang agama.
3. Implikasi strategi penguatan branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di MTs NU Ibtidaul Falah adalah perasaan tertarik dan perasaan senang. Pertama, perasaan tertarik dengan *brand identity* yang dimiliki daya tarik masyarakat dalam memilih sekolah dan pengaruh kharisma para pengasuh pondok sekitar, dewan guru yang sekligus tokoh masyarakat, serta peran para alumni yang telah berada di lembaga-lembaga kemasyarakatan menjadi daya tarik percontohan di masyarakat. Kedua, perasaan senang yang timbul karena kepuasan terhadap program dan pelayanan MTs NU Ibtidaul Falah yang telah memberikan perubahan baik sikap maupun tingkah laku bagi peserta didik.

B. Saran-saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak, peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi madrasah, penguatan *branding* di MTs NU Ibtidaul Falah termasuk baik, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi. Madrasah harus terus menjaga brand imagenya, selalu memberi pelayanan yang berkualitas serta selalu meningkatkan inovasi dalam program pendidikan agar masyarakat semakin tertarik untuk menyekolahkan anaknya di madrasah. Kemudian berkaitan promosi program pendidikan melalui media sosial harus lebih dioptimalkan dengan mengaktifkan semua media sosial MTs NU Ibtidaul Falah sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi.
2. Kepada para peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneruskan penelitian ini dan mengungkap hal-hal terbaru mengenai strategi branding lembaga pendidikan dalam meningkatkan daya saing dan kepercayaan masyarakat.

