

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik Kesimpulan mengenai analisis inovasi pemasaran pada TKIT Al-Kumala sebagai berikut:

1. Gambaran tentang inovasi pemasaran yang digunakan pada TKIT Al-Kumala yaitu menggunakan pemasaran secara *offline* dan *online*. Untuk pemasaran *offline* menggunakan spanduk dan brosur, untuk pemasaran secara *online* menggunakan status *whatsapp*, Instagram, memperbarui Lokasi google maps, dan membuat google *review*.
2. Identifikasi inovasi pemasaran pada TKIT Al-Kumala sebagai berikut:
 - a) Keunggulan relatif: Inovasi pemasaran yang dilakukan sudah lebih baik dari sebelumnya karena ada perubahan dari media konvensional menjadi media online, sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dari sebelumnya.
 - b) Kompatibilitas: Kemampuan yang dimiliki pada SDM TKIT Al-Kumala masih kurang baik, hanya mempunyai kemampuan *basic* dalam mengedit video, foto dan desain.
 - c) Divisibilitas: Pemasaran yang dilakukan belum konsisten dalam melakukan promosi, dan mengunggah konten di media pemasaran. Media sosial pemasaran yang digunakan masih terbatas.
 - d) Komunikabilitas: Pemasaran yang dilakukan masih kurang menarik dan masih belum terstruktur. Gaya komunikasi yang terkadang kurang tepat dengan pesan yang ingin disampaikan.
3. Dengan menggunakan indikator inovasi pemasaran mendapatkan hasil 7 alternatif yang bisa digunakan oleh TKIT Al-Kumala untuk mengatasi permasalahan dan kendala yang ada. Formulasi yang bisa digunakan di antaranya yaitu: pertama melakukan *update* status di media sosial TKIT Al-Kumala tentang kegiatan anak-anak di sekolah

sebelum dijadikan *reels* atau *feeds*. Kedua membuat kalender konten untuk membuat perencanaan pembuatan konten, editing dan posting di media sosial. Ketiga membuat google drive untuk mengumpulkan hasil dokumentasi kegiatan dan hasil konten agar lebih tersusun dan rapi. Keempat membuat *storyline* dan *storyboard* dengan tujuan agar konten yang dibuat bisa lebih menarik dan mudah dipahami. Kelima memilih *tone* warna untuk tampilan media sosial agar menjadi lebih menarik dan unik sehingga mempunyai ciri khas. Keenam mengikuti kegiatan peningkatan *skill* untuk SDM TKIT Al-Kumala agar memudahkan dalam memahami inovasi pemasaran yang ada di TKIT Al-Kumala. Ketujuh menambah media sosial TikTok untuk memperluas jangkauan pemasaran, karena melihat potensi besar sama seperti Instagram.

4. Hasil yang didapatkan setelah melakukan implementasi formulasi inovasi pemasaran yaitu adanya peningkatan jumlah murid dari tahun sebelumnya, pada tahun 2023 jumlah murid sebanyak 23 murid untuk saat ini yang sudah mendaftar sebanyak 35 murid, peningkatan jumlah murid dipengaruhi salah satunya dengan adanya optimalisasi pemasaran secara digital yang dilakukan oleh TKIT Al-Kumala, dan juga media pemasaran yang saat ini dilakukan menjadi lebih konsisten, rapi dan terstruktur, sehingga memudahkan pihak internal dan eksternal dalam mendapatkan informasi yang disampaikan oleh TKIT Al-Kumala dalam media pemasaran TKIT Al-Kumala.

5.2 Implikasi

Beberapa implikasi hasil penelitian terkait analisis inovasi pemasaran pada TKIT Al-Kumala adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan SDM yang kurang baik dalam memahami pemasaran akan mempengaruhi kualitas pemasaran yang dilakukan, jika tidak adanya perbaikan kualitas SDM TKIT Al-Kumala. Maka akan berimplikasi terhadap jumlah pendaftar di tahun selanjutnya.
2. Pemasaran yang kurang konsisten dan media sosial yang digunakan masih terbatas, akan mempengaruhi terhadap jangkauan pemasaran, jika tidak adanya perbaikan dari TKIT Al-Kumala. Maka akan

berimplikasi terhadap jumlah pendaftar di tahun selanjutnya.

3. Pemasaran yang kurang menarik, tidak terstruktur dan gaya komunikasi yang kurang tepat, akan mempengaruhi isi konten yang akan dibuat, pesan yang ingin disampaikan tidak tersampaikan, jika tidak adanya perbaikan dari TKIT Al-Kumala. Maka akan berimplikasi terhadap jumlah pendaftar di tahun selanjutnya.

5.3 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dianjurkan dalam meningkatkan jumlah murid pada TKIT Al-Kumala di Bekasi adalah sebagai berikut:

1. Upaya untuk meningkatkan kemampuan SDM yang kurang paham terhadap pemasaran, maka diperlukan pihak sekolah mencari pelatihan tentang pemasaran untuk SDM di TKIT Al-Kumala, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian dalam melakukan pemasaran. Selain itu pihak sekolah bisa mencari pegawai baru yang lebih terampil dan khusus untuk mengelola media sosial. Sehingga nantinya kualitas inovasi pemasaran yang dilakukan oleh TKIT Al-Kumala menjadi lebih baik setiap tahunnya, dan akan berpengaruh terhadap minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya di TKIT Al-Kumala.
2. Upaya untuk mengatasi permasalahan kurang konsisten dan media yang masih sedikit yaitu dengan membuat kalender konten, membuat google drive untuk menyimpan konten dan menambah media sosial TikTok. Hal ini perlu dilakukan agar nantinya memudahkan pihak sekolah dalam menentukan kapan harus melakukan editing, mengunggah konten, dan memperluas jangkauan pemasaran. Sehingga akan berpengaruh terhadap minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya di TKIT Al-Kumala, karena melihat konten yang ada di media sosial.
3. Upaya untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran yang kurang menarik, tidak terstruktur dan gaya komunikasi yang kurang tepat yaitu dengan cara membuat *storyline* dan mencari *tone* warna untuk setiap

unggahan. Sehingga media pemasaran menjadi lebih terstruktur, rapi, unik dan pesan yang disampaikan mudah untuk dipahami.