

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada aspek produk (*product*), SDIT Ihsanul Amal memposisikan diri sebagai pelopor melalui strategi diferensiasi produk (*product differentiation*) secara terpadu. Keunggulan ini diwujudkan melalui diferensiasi religius (*spiritual services*) berupa target terukur Tahfiz Al-Qur'an 3 juz, program *Murottal Live* harian, dan MABIT (Malam Bina Iman Taqwa). Diferensiasi tersebut diperkuat inovasi literasi digital sebagai pelopor srikulasi perpustakaan berbasis aplikasi *Minislide* di tingkat daerah, tradisi ilmiah dini melalui program Bulog (Buku Antologi) Siswa dan CECI (CEndikiawan Cilik Islami) serta pembentukan karakter dan kepemimpinan melalui program Upacara Bendera setiap hari Senin, Aransi Kelas dan Ragam Ekstrakurikuler.

Aspek harga (*price*), penetapan biaya pendidikan secara konsisten mengedepankan prinsip keadilan (*'adl*), transparansi, dan akuntabilitas melalui skema subsidi silang yang akurat. Pendekatan finansial ini berhasil menjaga keterjangkauan akses masyarakat lokal sekaligus menjamin kelangsungan investasi mutu serta kesejahteraan pendidik.

Aspek tempat (*place*), pengelolaan lingkungan fisik (*physical evidence*) disinkronisasikan melalui kebijakan *servicescape* untuk menciptakan lingkungan belajar yang ergonomis. Posisi bangunan sekolah secara strategis menyeimbangkan aksesibilitas luar dengan ketenangan internal guna memitigasi

polusi suara, didukung manajemen fasilitas preventif gerakan "Arensi" dan sistem keamanan berlapis.

Aspek promosi (*promotion*), sekolah menerapkan teori pensinyalan (*signaling theory*) melalui *evidence-based branding* yang mengonversi prestasi autentik menjadi konten digital publik. Strategi ini dikombinasikan dengan *authority branding* lewat praktik kolaborasi kompetitif (*coopetition*) berupa keterbukaan sebagai pusat rujukan (*benchmark*) bagi institusi kompetitor, yang secara empiris justru mempertegas posisi sekolah sebagai pemimpin pasar (*market leader*) regional.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, rekomendasi strategis yang diajukan untuk akselerasi mutu dan keberlanjutan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah dan Manajemen SDIT Ihsanul Amal

- a. Produk & Promosi: Segera mematenkan inovasi digitalisasi perpustakaan berbasis aplikasi *Minislide* dan model penerbitan buku siswa (Bulog-Ceci) sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sekolah guna memperkuat legitimasi dan keaslian produk (*unsubstitutable resource*).
- b. Tempat & Mitigasi Risiko: Mengakselerasi realisasi cetak biru (*blueprint*) infrastruktur adaptif banjir, termasuk peninggian bangunan fisik dan penyediaan sistem evakuasi digital berbasis *early warning system*.

2. Bagi Yayasan Ihsanul Amal Harga & Kesejahteraan

Mempertahankan dan memperluas skema subsidi silang yang proporsional, serta mengoptimalkan unit usaha mandiri milik yayasan (*revenue generating unit*) agar pembiayaan kesejahteraan pendidik tidak hanya bertumpu pada dana masyarakat.

3. Bagi Dinas Pendidikan Kabupaten Hulu Sungai Utara

- a. *Knowledge Sharing* (Diseminasi Mutu): Mengadopsi model *Authority Branding* melalui *Coopetition* yang diterapkan sekolah ini untuk dijadikan acuan kebijakan dalam membina sekolah-sekolah dasar lain di daerah, guna mengonversi persaingan tidak sehat antarlembaga menjadi kolaborasi peningkatan mutu daerah.
- b. Dukungan Infrastruktur & Literasi: Memberikan fasilitasi regulasi dan insentif bagi replikasi program digitalisasi perpustakaan daerah berbasis *Minislide* ke sekolah negeri lainnya guna mempercepat pemerataan indeks literasi digital di Kabupaten HSU.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji efektivitas *Itqan-Marketing Mix* pada jenjang pendidikan menengah atau pada institusi pendidikan non-Islam di daerah dengan karakteristik keterbatasan geografis serupa, menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed-methods*).