

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, dan juga penjelasan yang berkaitan dengan judul Skripsi “Strategi Pemasaran Pendidikan di Pondok Pesantren Al Muqoddas Kabupaten Cirebon dalam Menarik Minat Santri Baru”. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al Muqoddas dalam konsep pemasaran di Pondok Pesantren Al Muqoddas hanya empat elemen dari kelima elemen belum membuat konsep strategi pemasaran secara maksimal, walaupun sudah ada yang dilakukan akan tetapi belum mencapai target yang sudah ditentukan oleh pihak Pondok Pesantren. Karena masih mengikuti suatu lembaga pendidikan lain yang mana lembaga tersebut sudah memiliki nama yang bagus di masyarakat luas sedangkan Pondok Pesantren Al Muqoddas belum bisa menyamai lembaga tersebut.
2. Bahwa faktor pendukung dan penghambat di Pondok Pesantren Al Muqoddas yaitu ketika masa pandem Covid 19 pihak pondok tidak melakukan kunjungan ke beberapa lembaga pendidikan dan juga strategi pemasaran pendidikan lebih menekankan kepada media sosial yang dimiliki oleh lembaga pendidikan dan juga media sosial pribadi wali santri. Faktor pendukungnya memiliki kurikulum gontor, serta program bahasa Arab dan Inggris dan juga sistem Mua'dalah pendidikan yang secara berjenjang dan strukstur yang dapat disetarakan dengan jenjang pendidikan dasar menengah di lingkungan Kementerian Agama.
3. Minat santri baru di Pondok Pesantren Al-Muqoddas sudah cukup baik, dikarekan pihak pondok pesantren sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menarik minat masyarakat luas sehingga masyarakat bisa

mempercayai pihak pondok untuk mendidik anak-anak mereka, walaupun cara yang digunakan masih sederhana dibandingkan dengan lembaga lainnya. Program bahasa Arab dan Inggris serta Kurikulum Gontor yang di miliki Pondok Pesantren Al Muqoddas juga merupakan daya tarik minat calon santri baru dan wali murid dalam memilih Pondok Pesantren Al Muqoddas. Bisa dilihat dari proses yang digunakan oleh pihak pondok pesantren dengan menggunakan cara membagikan brosur, mempromosikan lewat sosial media, dan wali santri yang mengambil andil dalam mempromosikan pondok pesantren. Bukan hanya itu, pihak pondok pesantren juga berupaya dalam memperbaiki sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan belajar mengajar, selain itu juga pondok pesantren berusaha menjaga nama baik alumni yang lulus dari pondok pesantren, bagi pihak pondok pesantren hal ini dirasa sudah cukup untuk menarik minat santri baru walaupun terkadang santri yang didapatkan tidak memenuhi target yang sudah disepakati.

B. Implikasi

Sebagai suatu penelitian yang telah dilakukan pada lingkungan pendidikan non formal yaitu pondok pesantren maka bisa ditarik implikasinya dalam bidang strategi pemasaran pendidikan, maka dari itu implikasinya sebagai berikut:

1. Mengenai strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat santi baru di Pondok Pesantren Al Muqoddas Kabupaten Cirebon karena pemasaran pendidikanya belum maksimal maka hasil yang di peroleh dalam menarik minat santri baru hasilnya sedikit karena strategi pemasaran pendidikanya belum maksimal, maka jika belum ada perubahan dalam strategi pemasaran pendidikan kemungkinan besar akan kalah persaingannya dengan lembaga pendidikan lainnya.

2. Kurikulum Gontor, program unggulan bahasa Arab dan Inggris yang di miliki Pondok Pesantren Al Muqoddas juga merupakan faktor pendukung dalam menarik minat santri baru sehingga para wali santri tidak perlu mendaftarkan anaknya ke Pondok Gontor yang jauh.
3. Minat santri baru kepada Pondok Pesantren Al Muqoddas sudah cukup baik karena mempunyai beberapa program unggulan dan juga dorongan individu dalam memilih, ada yang berdampak positif dan negatif semuanya ikut menyumbang terhadap kemajuan Pondok Pesantren pada masa yang akan datang.

C. Saran

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh sempurna maka dari itu kritik, saran, dan bimbingan sangat diperlukan dalam menyelesaikan penelitian ini. Dengan melihat hasil penelitian di lapangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk Lembaga Pondok Pesantren Al Muqoddas, peneliti memberikan saran untuk lebih sigap dalam merencanakan konsep pemasaran sehingga target yang ditentukan oleh pihak Pondok tercapai dan juga untuk tidak mengikuti pondok lain sebagai acuan dalam strategi pemasaran pendidikan.
2. Untuk Pimpinan Pondok Pesantren Al Muqoddas, untuk lebih mengevaluasi semua kegiatan yang dapat memajukan pondok pesantren salah satunya dalam proses pemasaran pendidikan.
3. Untuk panitia penerimaan santri baru, lebih kreatif, inovatif dalam mempromosikan pondok pesantren ke masyarakat luas sehingga pondok pesantren Al Muqoddas bisa dikenal oleh orang banyak.

4. Untuk peneliti selanjutnya, berhubung penulis menganalisis tentang Kurikulum gontor yang dijadikan sebagai pedoman kegiatan pembelajaran di Pondok Pesantren Al Muqoddas, yang mungkin saja Kurikulum Gontor ini menjadi salah satu daya tarik agar santri atau orang tua berminat untuk mondok di sini, maka untuk peneliti selanjutnya penulis menyarankan ada penelitian selanjutnya yang membahas tentang Manajemen Kurikulum.

