

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari efektivitas strategi marketing pendidikan blue ocean strategi melalui pemanfaatan media sosial dan pengaruhnya dalam kuantitas calon peserta didik adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang diterapkan oleh kepala madrasah dalam rekrutmen santri baru yaitu dengan pemanfaatan media sosial sebagai strategi utama dalam melaksanakan proses pemasaran pendidikan. Langkah-langkah dalam pelaksanaan Pemasaran yang ditempuh yaitu dengan cara menjalin komunikasi yang baik antara lembaga dengan masyarakat agar menciptakan citra positif. Selain itu, kegiatan promosi dilakukan dengan dua cara yaitu melalui media *online* dan *offline*. Pemanfaatan media sosial merupakan cara yang ditempuh dalam melaksanakan pemasaran secara *online* sedangkan secara *Offline* melalui media media cetak berupa brosur, baliho, spanduk, dll. Pondok Pesantren Abu Manshur juga melakukan kunjungan ke berbagai sekolah yang ada disekitar Cirebon agar mampu dikenal oleh sekolah-sekolah lain.
2. Implementasi marketing pendidikan Blue Ocean Strategy melalui pemanfaatan media sosial di Abu Manshur dilaksanakan dengan menggunakan berbagai media sosial berupa Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Website. Implementasi yang dilakukan yaitu melalui beberapa langkah yaitu : (1) Promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru, (2) menggunakan *Tools* yang tepat, (3) memberikan alternatif dan variasi pada konten yang dipostingkan, (4) memperbaiki kualitas konten dan tidak usah terlalu memusingkan berapa banyak postingan yang dilakukan dalam sehari, (5) Berkomunikasi Dengan Baik Dalam Menggunakan Media Sosial, (6) menggunakan Hashtag agar dapat mudah ditemukan saat pencarian dalam aplikasi instagram, (7) mencari waktu yang tepat untuk

mengunggah konten. Hasil yang dicapai dari strategi PPDB yang diterapkan oleh kepala madrasah telah tercapai dengan baik karena mampu meningkat dan menjangkau santri dari berbagai daerah seperti Jambi, Riau, Lampung, Jawa Tengah, dll.

3. Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran di Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon. Berdasarkan hasil observasi faktor pendukung dalam penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran diantaranya yaitu : (1) Mempunyai akun media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan sekolah sekaligus sarana rekrutmen untuk menjangkau wilayah yang lebih luas dan jauh, (2) Adanya strategi dalam menarik minat masyarakat untuk mengenal sekolah tersebut melalui berbagai konten yang dibuat dalam postingan Pondok Pesantren Abu Manshur, (3) Eksistensi sekolah yang sudah diketahui oleh masyarakat luas, (4) Biaya yang dikeluarkan relatif lebih terjangkau dibandingkan promosi secara *offline*, (5) Mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas, (6) Lebih sedikit kompetitor. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu : (1) persaingan pasar semakin banyak, angkatan sekolah semakin sedikit, (2) sarana yang belum memadai, (3) kegiatan PPDB bersamaan, (4) kurangnya staf IT.

B. Kritik dan saran

1. Guru

Dalam melaksanakan tugas dan kewajiban sebagai guru agar lebih bersungguh-sungguh dan terus melakukan peningkatan kompetensi-kompetensi yang dapat mendukung profesi keguruan, sehingga dapat menghasilkan produk pendidikan yang berkualitas dan kompetitif.

2. Komite madrasah

Untuk mendukung pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan madrasah yang akuntabel, maka komite madrasah diharapkan untuk membuat program kerja yang bersinergi dengan tujuan pendidikan

sekolah, sehingga kedepan pendidikan sekolah pondok pesantren menjadi lebih diminati oleh masyarakat dan semakin maju.

3. Kepala madrasah

Sebagai seorang manager, kepala pondok pesantren diharapkan mampu untuk mengefektifkan program-program yang mendukung peningkatan kualitas layanan dan kualitas produk pendidikan pondok pesantren, sehingga pondok pesantren dapat menghasilkan output pendidikan yang unggul secara intelektual, spiritual dan kompetitif di era global.

4. Orang tua/wali peserta didik

Untuk memilih dan menentukan lembaga pendidikan agar lebih berorientasi pada kualitas layanan pendidikan dan kualitas produk pendidikan serta memberikan aspirasi-aspirasi kepada pengelola pendidikan madrasah demi perbaikan dan kemajuan pendidikan pondok pesantren dimasa yang akan datang.

