

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil deskripsi dan analisis yang peneliti lakukan, berikut ini peneliti sampaikan kesimpulan dari strategi manajemen digital marketing dalam peningkatan kuantitas santri baru pada masa pandemi Covid-19 di pondok pesantren Manba'ul 'Ulum :

1. Perencanaan Strategi Manajemen Digital Marketing Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas santri baru di Pondok Pesantren Manba'ul 'Ulum Cirebon. Perencanaan yang ada pada strategi digital marketing ini dilakukan sebelum kegiatan penerimaan santri baru berlangsung, untuk itu perencanaan strategi pemasaran melalui beberapa tahap yaitu:
 - a. Pembentukan tim PSB yang terdiri dari Kabid Akademik, wali kelas dan guru-guru pengabdian.
 - b. Menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan.
 - c. Menentukan alat atau media promosi kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Tujuan dilaksanakannya program digital marketing adalah :

- a. Mempermudah dalam mencari informasi terkait kegiatan dan perkembangan dalam lembaga tersebut
- b. Mengenalkan Pondok Pesantren secara luas di media sosial.

2. Implementasi Strategi Digital Marketing Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Santri Baru Pondok Pesantren Manba'ul 'Ulum Cirebon. Implementasi dari perencanaan strategi manajemen digital marketing diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Panitia atau tim PSB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai topoksinya yaitu SK PSB
- b. Melaksanakan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan Oktober-Mei, dan target yang dituju yakni anak-anak lulusan SD/MI dan SMP/MTs negeri maupun swasta.
- c. Penyebaran alat atau media promosi melalui media sosial youtube, facebook, instgram, whatsapp, tiktok, brosur, banner, panflet, wali santri, alumni, abituren, simpatisan.

Mekanisme pelaksanaan program digital marketing adalah dengan cara :

- a. Memposting kegiatan dan promosi pondok di media sosial dan *website*. Media sosial yang digunakan adalah *Website, Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok dan WhatsApp*.
 - b. Mensosialisasikan kepada Wali/Orangtua, Alumni dan Simpatisan.
3. Faktor pendukung strategi manajemen digital marketing dalam peningkatan kuantitas santri baru yaitu dengan adanya fasilitas yang memadai seperti adanya kantor, kamera, komputer dan internet yang selalu terkoneksi. Sedangkang faktor penghambat terbatasnya pengetahuan

sumber daya manusia (SDM) tentang Ilmu Strategi Pemasaran yang baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka dengan segala kerendahan hati peneliti memberikan saran dengan adanya perbaikan ke arah yang lebih baik lagi.

1. Kepada lembaga pendidikan, untuk terus melakukan pengembangan strategi pemasaran pendidikan demi meningkatkan kualitas layanan pendidikan sesuai dengan perkembangan yang ada, baik dalam situasi pandemi maupun nonpandemi.
2. Kepada peneliti lain untuk bisa meneliti ulang masalah ini, sebab hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan semata-mata keterbatasan pengetahuan dan metodologi penulis, namun demikian semoga hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini masih jauh dari sempurna karena masih banyak kekurangan dalam beberapa hal. Penelitian ini berdasarkan kondisi pesantren yang ada di Pondok Pesantren Manba'ul 'Ulum. Objek penelitian belum tentu akan mengalami kondisi yang sama. Diharapkan pada peneliti berikutnya dapat memperoleh data yang lebih lengkap dengan melakukan analisis data yang lebih *Comprehensive*.

3. Dari kemajuan dan pengembangan pondok pesantren, maka untuk semua alumni santri Pondok Pesantren Manba'ul 'Ulum supaya dapat memberikan kontribusi pemikiran maupun material untuk mendukung segala sesuatu yang dilakukan dalam rangka pengelolaan pesantren dan memberikan standar pengajaran umum yang bisa dimanfaatkan oleh santri ketika mereka hidup bermasyarakat.

C. Penutup

Tidak ada kata yang pantas penulis ucapkan kecuali rasa syukur *Alhamdulillahirobbil'alamin* kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat-Nya kepada penulis atas terselesaikannya penulisan Tesis ini. Shalawat bermutiarkan salam semoga tetap terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Semoga kita selalu mendapatkan ridho dan ampunan dari Allah Robbil 'alamin.

Penulis menyadari sepenuhnya atas segala kekurangan dan kekhilafan baik dari kata-kata, kalimat maupun susunannya. Dan penulis menyadari pula bahwa penulisan tesis ini jauh dari kesempurnaan bahkan masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Namun mudah-mudahan bisa memberikan sedikit kontribusi positif bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya dari tulisan ini. Pada akhirnya, penulis berharap dengan segala kekurangannya tesis ini dapat bermanfaat dalam menambah khazanah pemikiran keislaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, dan Hurriyati, Ratih. *Manajemen Corporate & Strategi digital marketing Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. (Alfabeta, Bandung, 2008).
- Asmani, Jamal Ma'mur. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi Menerapkan Jiwa Kompetisi dan Sportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggulan*. (DIVA Press, Yogyakarta, 2015).
- A Imron, "Manajemen Peserta Didik. Dalam Imron, A., Maisyaroh, Dan Burhanuddin," *Manajemen Pendidikan: Analisis Substantif dan Aplikasinya dalam Institusi Pendidikan* (2003), hlm. 51- 66.
- Asni, *Strategi Peningkatan Kuantitas Santri Pondok Pesantren Bukit Hidayah Malino*, (UIN Alaudin Makassar, 2018).
- Agama, Departemen, *Pedoman Pengembangan Pesantren dan Pendidikan Keagamaan*, (Jakarta: Direktorat. Pendidikan Keagamaan dan Pontren, 2004).
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005).
- Bahtiar, Yoyo, dan Prihati, Eka, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Chafey, Dave et al. *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practic*. (England: pearson Education Limited, 2000).
- ESRI Living Atlas Team and the Johns Hopkins University Applied Physics Lab (JHU APL), "*Novel Coronavirus Visual Dashboard operated by the Johns Hopkins University Center for Systems Science and Engineering (JHU CSSE)*" 2019.
- Fradito, Aditia, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam", *Tesis* (Malang: UIN Malang, 2016)
- Herdiansyah, Haris, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010).
- John Naisbitt, *Megatrends*, (Gramedia, Jakarta, 2000).
- Matdio, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan", *Jurnal Kajian Ilmiah*, Volume 1 Nomor 1, (Juli 2020).

- Mukhtar, Latif, Latief, Suryawahyuni. *Teori Manajemen Pendidikan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).
- Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008).
- Putri, Tanama, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*, (Fakultas Peternakan Udayana, Denpasar, 2017).
- Qomar, Mujamil, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, (Erlangga, 2007).
- Romlah, *Manajemen Pendidikan Islam Buku Daras*, (Bandar Lampung: 2016).
- Rahayu, Agus. *Strategi Meraih Keunggulan dalam industri Jasa Pendidikan Suatu Kajian Manajemen Strategik, Dalam Manajemen Comporatet dan Strategi digital marketingJasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima* (Alfabeta, Bandung, 2009).
- Rahayu, Agus. *Strategi Meraih Keunggulan dalam industri Jasa Pendidikan Suatu Kajian Manajemen Strategik, Dalam Manajemen Comporatet dan Strategi digital marketingJasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima* (Alfabeta, Bandung, 2009).
- Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press).
- Sarifudin dkk, Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor, *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 02 No 02 Juli 2019, hlm 143-144, diakses 18 Mei 2020, pukul 15.45.
- Salam, Abdus. *Manajemen Insani Dalam Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).
- Savitri, Astrid. *Revolusi Industri 4.0*, (Genesih, Yogyakarta, 2019).
- Santoso, Singgih, Tjiptono, and Fandy, "Riset Pemasaran," *Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. (PT Gramedia Jakarta, 2001).
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Alfabeta, Bandung 2014).

- Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Non Formal Dan Pengembangan SDM* (Bandung: bersama-sama orang lain atau melalui orang lain dalam mencapai tujuan organisasi Falah Production, 2004)
- S Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* , (Jakarta: Rineka Cipta, 2003).
- Tanzeh, Ahmad. *Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011).
- Tjiptono, Fandy. *Strategi digital marketing Edisi III*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008).
- Usman, Husaini, *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: PT BMU Aksara, 2008).
- Umi Zulfa, *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*, (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2011).
- Widjojo, Handyanto. *Sari-Sari Pemasaran*, (Prasetya Mulya Publishing, Jakarta, 2018).
- Zaenal Arifin, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:: Remaja Rosdakarya, 2012).
- Zamahsari, Dhofir, *Tradisi Pesantren*, (PT. terja jakarta, 1994).

