

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, pengumpulan data, analisis data yang tersedia dan didapat ditarik beberapa kesimpulan sesuai fokus penelitian mengenai strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di pondok pesantren Manbaul Ulum. Berikut kesimpulan dari temuan temuan yang telah penulis peroleh di lapangan sebagai berikut :

1. Strategi digital *marketing* dalam menarik minat siswa baru strategi pemasaran digital yang dilakukan pondok pesantren Manbaul Ulum meliputi pemanfaatan media sosial dan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, serta website resmi disajikan berisi informasi program unggulan, testimoni alumni, kegiatan santri sehingga informasi pendaftaran santri baru yang disisipkan dalam isi konten video dan foto yang di publikasikan pada media sosial tersebut. Strategi ini berhasil meningkatkan jangkauan pesantren kepada masyarakat luas terutama di era digital sehingga mampu menjangkau calon wali santri dan santri yang sebelumnya tidak tersentuh oleh metode konvensional.
2. Kualitas pelayanan yang diterapkan pondok pesantren Manbaul Ulum telah menunjukkan upaya yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan mencakup aspek fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*resposiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Pelayanan tersebut terlihat dari fasilitas yang disediakan pondok pesantren yaitu sarana dan prasarana seperti ruang kelas yang layak, kamar santri, fasilitas ibadah, serta perhatian layanan bimbingan konseling, program beasiswa, keamanan lingkungan dan keterlibatan guru dalam proses pembelajaran turut membentuk citra pelayanan yang positif. Kualitas pelayanan ini terbukti menjadi salah satu daya tarik utama bagi orang tua dalam memilih pesantren sebagai tempat pendidikan anak.
3. Kendala dalam menerapkan Strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan. Beberapa kendala yang dihadapi yaitu dalam penerapan strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan antara lain terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki

kemampuan teknologi informasi, kurangnya pelatihan teknis untuk pengelolaan konten digital, terdapat kendala website pesantren terkendala serangan dari hacker serta minimnya anggaran khusus untuk *marketing* digital. Di sisi pelayanan, tantangan muncul dari ketersediaan fasilitas yang belum merata, keterbatasan tenaga pengajar profesional, serta kebutuhan peningkatan kapasitas staf dalam memberikan pelayanan prima secara konsisten. Kendala ini menjadi penghambat optimalisasi strategi yang telah dirancang.

Secara keseluruhan dari hasil penelitian, penelitian ini membuktikan bahwa strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan merupakan dua aspek penting yang saling melengkapi dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Implementasi yang tepat dan berkelanjutan akan mendukung eksistensi dan pertumbuhan Pondok Pesantren Manbaul Ulum dalam menghadapi persaingan pendidikan modern.

B. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data lapangan, pada hakekatnya sudah dilakukan dengan baik akan tetapi masih ada beberapa hal yang harus dibenahi oleh pihak pondok pesantren Manbaul Ulum. Namun bukan suatu kekeliruan apabila penulis ingin menyajikan beberapa saran yang mudah mudahan bermanfaat bagi perkembangan *marketing* lembaga pendidikan dan kualitas pelayanan khusus dalam meningkatkan minat peserta didik baru di pondok pesantren Manbaul Ulum Cirebon, adapun saran saran sebagai berikut :

1. Meningkatkan pelatihan intensif dan pengembangan kompetensi untuk pengasuh dan tim media center agar mampu beradaptasi dengan perkembangan digital dan kebutuhan masyarakat. Sehingga pesantren dalam penyebaran promosi melalui media sosial efektif dan tepat sasaran
2. Pengembangan infrastruktur pondok pesantren terus mengembangkan fasilitas penunjang pendidikan seperti laboratorium komputer, serta tempat tinggal santri yang nyaman. Pelayanan administrasi dan konseling juga harus di tingkatkan agar memberi kesan kepada pengguna jasa pendidikan bahwa pondok pesantren Manbaul Ulum pengasuhnya profesional dan empati kepada santri dan wali santri

3. Mengadakan kolaborasi dengan alumni, masyarakat, dan stakeholder lain untuk memperluas jaringan promosi pendidikan serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan di pesantren.
4. Melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan dan efektivitas strategi digital *marketing*, sehingga dapat terus dilakukan perbaikan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman
5. Untuk santri diharapkan selalu menjaga nama baik almamater pesantren dengan memperhatikan etika, sopan santun saat beraktivitas di media sosial demi meningkatkan citra positif pesantren dan mempertahankan reputasi pondok pesantren
6. Tim Media Center khususnya pengelola digital *marketing* maksimalkan media sosial sebagai *platform* utama mengkomunikasikan informasi pesantren terkait penerimaan santri baru, buat konten yang menarik khusus untuk kualitas pelayanan pendidikan.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON