

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di MTs Negeri 3 Kota Cilegon mengenai “Manajemen Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Citra MTsN 3 Kota Cilegon”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen *Digital Marketing* di MTs Negeri 3 Kota Cilegon, tidak terlepas dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan). Manajemen Digital Marketing yang telah dilakukan MTsN 3 Kota Cilegon yaitu membentuk panitia khusus Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang pada tahun ini prosesnya dilakukan secara online dan sebagai bentuk digitalisasi madrasah bukan hanya pada PPDB saja melainkan pemasaran lembaga juga dilakukan secara online. Selain itu para stakeholder pendidikan di MTsN 3 Kota Cilegon, akan lebih memasifkan lagi dalam mensosialisasikan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan di madrasah sebagai bentuk promosi lembaga pendidikan kepada masyarakat luar sebagai pengguna jasa pendidikan melalui media digital.

2. Masalah dalam pengelolaan *digital marketing* di MTsN 3 Kota Cilegon yaitu dari segi internal madrasah seperti keterbatasan sarana dan prasarana, Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih belum mumpuni, serta masih terdapat beberapa guru yang kurang paham dan masih awam terkait teknologi sehingga berdampak negative pada proses pemasaran yang dilakukan MTsN 3 Kota Cilegon. Sehingga hal tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap keefektifann pelaksanaan pemasaran secara digital di madrasah, seperti kurang konsisten dalam memposting atau membuat konten baik itu kegiatan atau aktivitas pembiasaan di lingkungan madrasah, prestasi yang didapat oleh peserta didik atau guru, informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) ke dalam media sosial maupun *website* madrasah.
3. Cara mengatasi masalah dalam pengelolaan *digital marketing* di MTsN 3 Kota Cilegon yaitu, kepala madrasah berupaya untuk memberikan pelatihan dan bimbingan terhadap pendidik yang masih kurang paham terkait teknologi dan konsep digital marketing ini. Kepala madrasah selaku pimpinan selalu memberikan dorongan positif kepada para pendidik dan tenaga kependidikan agar terus masif dalam mempromosikan madrasah secara digital. Untuk fasilitas yang menunjang pemasaran digital, selalu diusahakan agar terus

terpenuhi supaya proses pelaksanaan pemasaran lembaga dapat berjalan lancar. Madrasah memiliki tenaga kependidikan yang khusus untuk mengelola website madrasah. Masalah yang muncul perlu disikapi dengan baik agar tidak selalu menjadi masalah dalam kegiatan pemasaran maupun yang lainnya. Dari kurikulum sendiri sebagai pengelola media sosial Instagram madrasah, berupaya untuk mengejar ketertinggalan dalam memposting segala aktivitas atau kegiatan, informasi serta hal lainnya yang telah dilakukan ataupun yang akan dilakukan.

4. Hasil dari Pengelolaan Digital Marketing di MTs Negeri 3 Kota Cilegon yaitu, bahwasannya madrasah telah memiliki media digital untuk melakukan pemasaran diantaranya *website*, dan juga beberapa media sosial lainnya yang cukup aktif dalam menginformasikan segala aktivitas dan kegiatan di madrasah. madrasah telah memiliki tenaga kependidikan yang khusus mengelola website madrasah. Saat ini madrasah sedang melakukan proses PPDB secara online, dan sekarang terdapat calon peserta didik yang mendaftar dari luar provinsi, seperti Jawa Tengah. Mereka mendaftar secara online dengan melihat informasi melalui website madrasah. Hal ini menjadi bukti bahwa pelaksanaan digital marketing yang dilakukan madrasah

sudah cukup baik, walaupun memang perlu pengelolaan yang lebih masif lagi supaya madrasah lebih dikenal masyarakat luar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data di lapangan, peneliti menyajikan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi perkembangan Manajemen *Digital Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Citra MTsN 3 Kota Cilegon, sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah, selalu ikut terlibat secara aktif dalam mengarahkan dan mendukung proses pemasaran serta pengelolaan digital marketing secara maksimal. Kepala madrasah terus mengoptimalkan kegiatan pelatihan atau bimbingan bagi pendidik dan tenaga kependidikan yang masih kurang paham terkait pemasaran yang dilakukan secara digital. Selain itu, perlu memonitoring serta melakukan evaluasi terjadwal terhadap tim digital marketing, pendidik dan tenaga kependidikan, supaya dapat mengidentifikasi setiap tantangan yang muncul demi keberhasilan pengelolaan digital marketing di MTsN 3 Kota Cilegon. Kepala madrasah juga diharapkan untuk terus menjalin hubungan yang harmonis kepada masyarakat dan juga instansi pendidikan lainnya yang terkait.

2. Bagi Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas, Humas harus lebih aktif dalam mengkomunikasikan segala hal terkait madrasah kepada masyarakat bukan hanya melakukan pemasaran secara offline saja, tetapi perlu dibarengi dengan pemasaran secara digital/online, supaya dapat menggandeng masyarakat lebih luas lagi demi ketercapaian pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah.
3. Bagi Wakil Kepala Madrasah Bidang Kurikulum, memaksimalkan pengelolaan media sosial sebagai *platform* utama dalam pemasaran lembaga pendidikan secara digital, lebih konsisten dalam memposting konten-konten kreatif yang sesuai dengan lembaga pendidikan berupa kegiatan atau aktivitas di madrasah, prestasi dan juga informasi terkait PPDB untuk mencerminkan madrasah yang eksis dan melek *digital* sehingga mendapat citra yang baik dari masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan.
4. Bagi Admin *website*, lebih mengoptimalkan lagi penggunaan *website* sebagai media pemasaran di lembaga pendidikan. Diharapkan semua informasi terkait madrasah telah tercantum di dalam *website* khusus madrasah tersebut, sehingga dapat memudahkan para pengguna jasa pendidikan dalam mencari informasi terkait madrasah. Sebagai admin *website*, diharapkan dapat mengkomunikasikan informasi terkait PPDB, konten yang dibuat dengan kreatif dan juga dapat

memberikan kualitas pelayanan yang baik agar membangun keteratarikan bagi pengguna jasa pendidikan yaitu peserta didik dan orang tua.

5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melengkapi hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode-metode penelitian yang lebih akurat lagi.