

Manajemen Penerimaan Santri Baru Sebagai Kunci Keberhasilan Optimalisasi Kuota Santri di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang : Pendekatan Penelitian Kualitatif

Muhammad Aji Santoso¹, Muhammad Win Afgani², Afriantoni³

¹ Ponpes Modern Hamalatul Qur'an, ^{2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Corresponding Author: Muhammad Aji Santoso, aji86santoso@gmail.com

Published: April, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis manajemen penerimaan santri baru sebagai kunci keberhasilan optimalisasi kuota santri di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, pesantren dituntut untuk menerapkan strategi yang inovatif dan adaptif guna menjaga keberlanjutan institusi serta membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam manajemen penerimaan santri baru. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, dengan melibatkan pimpinan pesantren, panitia penerimaan, staf administrasi, serta orang tua santri baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pesantren dalam mencapai kuota santri secara optimal merupakan hasil dari manajemen yang terstruktur, inovasi berbasis teknologi, serta komunikasi yang persuasif. Integrasi platform digital seperti sistem pendaftaran daring dan promosi melalui media sosial terbukti meningkatkan efisiensi administrasi dan jangkauan informasi kepada masyarakat. Selain itu, pelayanan yang bersifat personal serta keterlibatan alumni dalam jejaring promosi turut memperkuat kepercayaan publik dan citra institusi. Faktor internal seperti kepemimpinan visioner, kerja tim yang efektif, dan sistem informasi yang terintegrasi, serta faktor eksternal seperti dukungan masyarakat dan tingginya minat terhadap pendidikan agama, menjadi elemen penting dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menegaskan pentingnya manajemen yang profesional, responsif, dan strategis dalam mengoptimalkan penerimaan santri baru. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan manajemen pendidikan Islam serta menjadi rujukan praktis bagi pesantren lain dalam meningkatkan sistem penerimaan dan daya saing institusional.

Kata kunci : Pesantren, Manajemen Penerimaan Santri, Optimalisasi Kuota, Inovasi Digital, Pemasaran Pendidikan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pondok pesantren memiliki peran strategis sebagai institusi pendidikan Islam yang tidak hanya berfokus pada pengembangan kecerdasan spiritual dan akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter santri guna menghadapi dinamika zaman (Oktaviani et al., 2024). Transformasi fungsi pesantren dalam era modern mendorong institusi untuk mengoptimalkan proses penerimaan santri baru sebagai kunci dalam menjaga keberlangsungan dan daya saingnya. Dalam konteks inilah,

keberhasilan Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang muncul sebagai fenomena menarik yang memerlukan kajian mendalam mengenai praktik manajemen yang diterapkan (Fatoni, 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi serta persaingan di sektor pendidikan nonformal, pesantren dituntut untuk mengambil langkah inovatif dalam proses penerimaan santri baru. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memiliki efektivitas yang signifikan dalam menarik minat calon santri (Pratama & Syam, 2022; . Selain itu, penerapan sistem pendaftaran berbasis website dan aplikasi digital juga menunjukkan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan administrasi penerimaan, sehingga meminimalkan kesalahan dan mempercepat proses validasi data calon santri Mansyur & Khafidhoh, 2024; , Nurhayati et al., 2024). Adopsi teknologi informasi ini menjadi salah satu pilar utama dalam memperkuat posisi pesantren di era digital.

Keberhasilan optimalisasi kuota santri baru pada pesantren tidak semata-mata bergantung pada penggunaan teknologi, melainkan juga pada strategi manajemen yang menyeluruh. Penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat (public relations) sangat penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap pesantren, dimana pendekatan komunikasi yang efektif dan promosi yang terintegrasi menghasilkan peningkatan minat pendaftaran (Oktaviani et al., 2024). Di samping itu, penerapan Customer Relationship Management (CRM) juga telah diidentifikasi sebagai strategi kunci untuk mengelola dan mengoptimalkan interaksi dengan calon wali santri, serta mendukung sistem rekrutmen santri baru secara efektif dan efisien (Fatoni, 2021). Kombinasi antara inovasi teknis dan manajerial ini merupakan praktik strategis yang mampu mendongkrak reputasi pesantren sekaligus menjamin keberlanjutan institusional.

Analisis lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal seperti kualitas promosi, efektivitas layanan administrasi, serta keterpaduan sistem pendaftaran, yang secara bersama-sama membentuk dasar keberhasilan manajemen penerimaan santri baru. Di sisi lain, faktor eksternal berupa dinamika sosial, persaingan di dunia pendidikan, serta adaptasi terhadap teknologi informasi turut mempengaruhi implementasi strategi penerimaan di pesantren Mansyur & Khafidhoh, 2024; , Nurhayati et al., 2024). Dengan memahami keterkaitan antara faktor internal dan eksternal tersebut, pesantren dapat merancang langkah-langkah strategis yang adaptif dan berkelanjutan guna mempertahankan daya tarik terhadap calon santri.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam sistem manajemen penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang melalui pendekatan kualitatif. Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen pendidikan Islam, serta menyediakan referensi praktis bagi pengelola pesantren lain dalam menyusun strategi penerimaan yang inovatif, terstruktur, dan responsif terhadap perubahan zaman (Pratama & Syam, 2022; , Mansyur & Khafidhoh, 2024; , Nurhayati et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam praktik manajemen penerimaan santri baru di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang. Pendekatan kualitatif dipilih karena dinilai paling sesuai untuk mengungkap fenomena secara holistik dan kontekstual, serta memungkinkan peneliti memahami secara menyeluruh pengalaman, strategi, dan persepsi para pelaku yang terlibat langsung dalam proses tersebut.

Lokasi penelitian ditetapkan di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang. Pesantren ini dipilih secara purposif karena menunjukkan keberhasilan signifikan dalam proses penerimaan santri baru, yaitu tercapainya kuota santri secara optimal bahkan sebelum satu semester berjalan. Waktu pelaksanaan penelitian disesuaikan dengan jadwal kegiatan akademik dan proses penerimaan santri baru yang sedang berlangsung agar memperoleh data yang aktual dan relevan.

Informan dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan peran langsung dalam manajemen penerimaan santri baru. Informan utama terdiri dari pimpinan pesantren, ketua panitia penerimaan santri baru, staf administrasi, serta perwakilan wali santri dan santri baru sebagai informan pendukung. Pemilihan informan yang beragam bertujuan untuk mendapatkan data yang kaya dan bervariasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (in-depth interview), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi yang detail namun tetap fleksibel terhadap dinamika lapangan. Observasi dilakukan terhadap proses penerimaan santri, pelayanan administrasi, serta interaksi antara pihak pesantren dan calon wali santri. Dokumentasi yang dikaji meliputi brosur, formulir pendaftaran, laporan kegiatan, dan data kuota santri tahun sebelumnya.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument), yang berperan dalam merancang pedoman wawancara, melakukan observasi, dan menganalisis data. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta melakukan member check kepada informan untuk memastikan keakuratan informasi.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara memilah dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk naratif dan matriks tematik untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Tahap akhir adalah verifikasi dan interpretasi data untuk menemukan pola, makna, serta implikasi dari strategi manajemen yang diterapkan.

Untuk menjaga keabsahan temuan, penelitian ini mengacu pada empat kriteria trustworthiness yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba, yaitu: credibility (kredibilitas), transferability (keteralihan), dependability (kebergantungan), dan confirmability (konfirmasiabilitas). Teknik yang digunakan meliputi

triangulasi, pengecekan anggota (member check), dan audit trail sebagai bentuk dokumentasi proses penelitian secara transparan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem dan Proses Manajemen Penerimaan Santri Baru

Penelitian di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang menunjukkan bahwa sistem dan proses manajemen penerimaan santri baru merupakan tulang punggung dalam mengoptimalkan kuota penerimaan. Sistem tersebut mengintegrasikan tahapan pra-pendaftaran, pendaftaran, seleksi, dan pasca-penerimaan yang dirancang secara berjenjang dan sistematis. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap proses dapat berjalan dengan lancar dan terorganisir, sehingga meminimalkan hambatan administratif dan operasional dalam penyaringan calon santri.

Setiap tahapan dalam proses penerimaan memiliki fungsi strategis masing-masing. Pada tahap pra-pendaftaran, pesantren mengumpulkan data awal dari calon santri yang berminat, yang kemudian diverifikasi sebelum dilanjutkan ke kegiatan pendaftaran. Pendaftaran dilakukan dengan memanfaatkan sistem digital yang membantu percepatan verifikasi data, sedangkan seleksi dilakukan melalui mekanisme yang akuntabel dan transparan. Tahap pasca-penerimaan memastikan bahwa dukungan dan pemantauan terhadap santri yang diterima dilakukan secara berkelanjutan.

Peran dan tugas masing-masing tim atau panitia juga menjadi elemen krusial dalam keberhasilan proses ini. Pembagian tugas yang jelas antar tim—mulai dari administrasi, seleksi, hingga bidang pemasaran—memungkinkan terciptanya koordinasi internal yang efektif. Komunikasi yang rutin dan alur koordinasi yang telah terstandardisasi membantu menyinkronkan seluruh kegiatan, sehingga proses penerimaan berjalan tanpa adanya celah dalam birokrasi. Penelitian Hibatullah dan Utomo (2024) menyebutkan bahwa strategi komunikasi internal yang terstruktur dapat meningkatkan efektivitas operasional (Hibatullah & Utomo, 2024).

Inovasi teknologi informasi, seperti penerapan SIM-PSB (Sistem Informasi Manajemen Penerimaan Santri Baru), memberikan kontribusi besar terhadap efisiensi proses pendaftaran. Sistem ini tidak hanya mempercepat verifikasi data calon santri, tetapi juga mempermudah alur pelaporan dan monitoring secara real time. Implementasi teknologi digital sejalan dengan hasil penelitian Kirany et al. (2023) yang menyatakan bahwa sistem informasi penerimaan santri yang valid, praktis, dan efektif meningkatkan kinerja rekrutmen secara signifikan (Kirany et al., 2023). Kombinasi antara sistem terintegrasi dengan koordinasi tim internal menjadi fondasi kuat untuk mencapai target optimalisasi kuota.

Strategi Pemasaran dan Promosi Pendidikan

Strategi pemasaran dan promosi pendidikan di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang telah dirancang untuk meningkatkan citra dan daya tarik pesantren di mata masyarakat. Pesantren menerapkan pendekatan pemasaran terpadu yang menggabungkan media tradisional dan digital

sebagai upaya memperluas jangkauan promosi. Pendekatan ini menekankan pada keunggulan nilai-nilai keislaman dan mutu pendidikan yang ditawarkan, sehingga calon wali santri merasa yakin untuk memilih pesantren sebagai institusi yang dapat memenuhi aspirasi pendidikan agama mereka.

Media dan saluran informasi yang digunakan meliputi brosur cetak, media sosial, dan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah dasar maupun menengah. Penggunaan media sosial memungkinkan pesantren untuk menjangkau calon santri dan orang tua secara lebih luas dan interaktif. Hasil studi oleh Pratama dan Syam (2022) mendukung efektivitas media sosial dalam penyebaran informasi rekrutmen santri, terutama dalam era digital yang semakin maju (Pratama & Syam, 2022). Kombinasi berbagai media memberikan dampak sinergis dalam membangun image yang solid.

Selain itu, peran alumni dan jejaring sosial turut memperkuat strategi pemasaran pesantren. Keterlibatan alumni sebagai duta edukasi dan promotor kinerja pesantren membantu menyampaikan testimoni autentik mengenai keunggulan institusi. Jejaring alumni yang kuat menjadi modal penting untuk menyebarkan informasi melalui rekomendasi personal, yang sering kali lebih meyakinkan daripada iklan formal. Temuan dari Ramadhan et al. (2023) menunjukkan bahwa peran aktif alumni dapat menambah nilai kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan (Ramadhan et al., 2023).

Upaya branding pesantren pun didorong oleh strategi komunikasi persuasif yang menyoroti nilai-nilai tradisional dan modern. Pesantren mengusung citra yang kokoh sebagai pusat pendidikan yang tidak hanya mendalami ilmu agama tetapi juga mengintegrasikan teknologi informasi dan inovasi dalam administrasinya. Kombinasi aspek tradisional dan modern ini terbukti efektif, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Ikhwana et al. (2024), yang menekankan pentingnya komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat pendaftaran santri baru (Ikhwana et al., 2024). Pendekatan ini berhasil membangun kepercayaan dan mengukuhkan reputasi pesantren di tengah persaingan sektor pendidikan.

Inovasi dan Pelayanan Pendaftaran Santri Baru

Inovasi dalam pelayanan pendaftaran menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam mencapai kuota santri baru. Sistem pendaftaran berbasis teknologi yang diterapkan di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' Palembang telah menunjukkan proses pendaftaran yang lebih cepat dan efisien. Digitalisasi proses pendaftaran memungkinkan informasi terkumpul secara real time, yang sangat berguna untuk pengambilan keputusan secara cepat dan akurat. Hasil penelitian Kirany et al. (2023) menunjukkan bahwa sistem ini terbukti valid, praktis, dan efektif (Kirany et al., 2023).

Pelayanan penerimaan tidak hanya berhenti pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pendekatan konsultatif dan kekeluargaan yang responsif terhadap kebutuhan calon wali santri. Konsultasi yang bersifat personal dan pendampingan intensif selama proses pendaftaran menciptakan pengalaman positif bagi calon peserta didik dan orang tua mereka. Pendekatan ini menumbuhkan kepercayaan dan memberikan kesan yang mendalam, sehingga meningkatkan loyalitas terhadap

pesantren. Temuan Fatoni (2021) menggarisbawahi bahwa penerapan CRM dalam rekrutmen santri baru menghasilkan pelayanan yang terpersonalisasi dan lebih informatif (Fatoni, 2021).

Selain itu, inovasi juga terlihat dari pemanfaatan platform digital sebagai media komunikasi antara pesantren dan calon santri. Penggunaan chat online, layanan customer service digital, dan aplikasi mobile untuk proses pendaftaran mempermudah interaksi dan memberikan respon cepat terhadap pertanyaan maupun kendala yang dihadapi. Pendekatan inovatif ini sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang mendukung peningkatan kualitas layanan pendidikan, sebagaimana dijelaskan oleh Nurhayati et al. (2024) dalam konteks penggunaan aplikasi berbasis Android (Nurhayati et al., 2024).

Secara keseluruhan, inovasi dalam pelayanan pendaftaran santri baru menunjukkan integrasi antara efisiensi teknis dan pelayanan yang bersifat humanis. Kombinasi antar dua aspek ini menghasilkan proses penerimaan yang tidak hanya cepat dan akurat, tetapi juga ramah dan mendekatkan pesantren dengan calon santri. Upaya peningkatan layanan melalui inovasi digital mendukung terciptanya ekosistem manajemen yang responsif terhadap kebutuhan zaman. Hal ini sejalan dengan temuan Haerani et al. (2022) yang menekankan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas interaksi serta pelayanan dalam pendidikan (Haerani et al., 2022).

Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Optimalisasi Kuota Santri

Keberhasilan optimalisasi kuota santri baru tidak lepas dari keterpaduan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi setiap aspek manajemen penerimaan. Dari segi internal, kepemimpinan visioner, kompetensi sumber daya manusia, dan budaya kerja inovatif memiliki peran penting dalam menciptakan sistem yang efisien dan responsif. Hal ini memfasilitasi penyusunan strategi yang berorientasi pada peningkatan mutu layanan dan pengelolaan administrasi yang terstruktur.

Faktor internal juga mencakup pengadaan teknologi informasi yang mendukung sistem pendaftaran. Penggunaan sistem informasi manajemen seperti SIM-PSB yang sudah terbukti valid dan efektif menjadi contoh bahwa integrasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian oleh Kirany et al. (2023) menekankan bahwa sistem berbasis digital tidak hanya mempermudah verifikasi data, tetapi juga dapat mengoptimalkan monitoring dan evaluasi proses rekrutmen (Kirany et al., 2023). Kepemimpinan yang proaktif dalam mendorong adopsi solusi digital menjadi faktor kritis dalam pengelolaan pesantren modern.

Di sisi eksternal, kepercayaan masyarakat terhadap institusi pesantren dan kebutuhan akan pendidikan agama yang berkualitas merupakan pendorong utama peningkatan kuota penerimaan. Persepsi positif terhadap pesantren yang dibangun melalui citra komunikasi persuasif dan promosi yang terarah meningkatkan minat pendaftaran. Studi Darajah (2021) mengemukakan bahwa dukungan dari lingkungan sekitar dan kepercayaan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang diberikan menjadi faktor penentu dalam mencapai target optimalisasi kuota santri (Darajah, 2021). Penerimaan

masyarakat yang luas juga mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan promosi yang telah dilakukan.

Sintesisasi antara faktor internal dan eksternal menciptakan ekosistem yang kondusif untuk peningkatan jumlah santri. Sinergi yang terjadi antara kepemimpinan, inovasi teknologi, dan pendekatan pemasaran tidak hanya berkontribusi pada efisiensi manajemen internal, tetapi juga memperkuat kepercayaan eksternal terhadap pesantren. Kombinasi tersebut menghasilkan sistem yang adaptif dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pendidikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Murobbi (2023) yang menyatakan bahwa optimalisasi manajemen ekonomi dan kepercayaan masyarakat merupakan fondasi untuk keberlanjutan lembaga pesantren (Murobbi, 2023).

Tantangan dan Solusi dalam Penerimaan Santri Baru

Dalam proses penerimaan santri baru, pesantren menghadapi berbagai tantangan yang muncul dari dinamika persaingan di sektor pendidikan nonformal. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan lembaga pendidikan lain yang juga menerapkan strategi promosi digital dan konvensional. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang teknologi informasi dan pemasaran sekaligus menjadi kendala penting dalam implementasi sistem penerimaan yang inovatif.

Kendala teknis seperti infrastruktur teknologi yang belum optimal dan keterbatasan dana juga menjadi permasalahan yang sering ditemui. Masih terdapat beberapa aspek dalam sistem pendaftaran online yang perlu disempurnakan, seperti keamanan data dan kemampuan sistem dalam menangani lonjakan pendaftaran pada saat-saat tertentu. Tantangan-tantangan teknis ini mengharuskan pengelola pesantren untuk terus melakukan evaluasi serta peningkatan terhadap sistem informasi yang digunakan. Penelitian oleh Mulyani and Ramadhan (2014) menekankan pentingnya perbaikan berkelanjutan untuk menjaga kualitas sistem pendaftaran (Mulyani & Ramadhan, 2014).

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, penerapan strategi penyelesaian masalah melalui pelatihan edu-marketing bagi tim pemasaran serta peningkatan kompetensi internal telah diterapkan. Peningkatan kapasitas SDM melalui workshop dan seminar tentang manajemen digital menjadi salah satu solusi strategis untuk menjawab tantangan yang ada. Temuan Sukaris et al. (2024) menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi tim penerimaan melalui pelatihan interaktif mampu mengurangi kesenjangan dalam kemampuan pemasaran dan pelayanan administrasi (Sukaris et al., 2024). Upaya tersebut memastikan bahwa setiap hambatan teknis dan non-teknis dapat dikelola secara tepat waktu dan efektif.

Solusi inovatif lainnya adalah dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital sebagai respons terhadap dinamika pendaftaran yang cepat. Misalnya, implementasi sistem pemantauan secara real time yang mengintegrasikan data pendaftaran online dan offline memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dalam menangani lonjakan pendaftaran. Kolaborasi dengan pihak ketiga untuk peningkatan infrastruktur teknologi juga merupakan langkah yang diambil untuk mengantisipasi keterbatasan internal. Strategi ini menciptakan asosiasi antar pemangku kepentingan dalam mengatasi

berbagai hambatan dan memastikan keberlanjutan operasional pesantren.

Dampak Keberhasilan Manajemen terhadap Kepercayaan Masyarakat dan Potensi Replikasi

Keberhasilan manajemen penerimaan santri baru memiliki dampak signifikan terhadap persepsi masyarakat, khususnya pada tingkat kepercayaan orang tua dan calon santri terhadap kualitas pesantren. Peningkatan kuota santri yang tercapai sebelum semester berjalan penuh menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil menarik minat publik secara efektif. Citra positif pesantren sebagai lembaga pendidikan yang adaptif dan inovatif semakin tersusun dengan baik berkat upaya terpadu dalam pemasaran, pelayanan, dan pengelolaan administrasi. Temuan dari Ikhwana et al. (2024) mendukung bahwa komunikasi persuasif memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan ini (Ikhwana et al., 2024).

Dampak yang positif juga terlihat dari meningkatnya partisipasi alumni dan kontribusi mereka dalam menyebarkan informasi mengenai pesantren. Koneksi emosional yang terjalin antara pesantren dan alumninya menghasilkan rekomendasi lisan yang berharga, yang pada gilirannya memperkuat basis dukungan dari masyarakat luas. Peran alumni sebagai duta pesantren membantu menumbuhkan loyalitas dan membangun jaringan relasional yang mendukung keberhasilan rekrutmen. Bukti empiris menunjukkan bahwa keterlibatan alumni secara signifikan berkontribusi terhadap persepsi positif dan peningkatan jumlah calon santri baru.

KESIMPULAN

Keberhasilan manajemen penerimaan tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah santri, tetapi juga berimplikasi pada keberlanjutan institusi dalam jangka panjang. Dengan terbangunnya sistem manajemen yang efisien serta integrasi antara inovasi digital, strategi pemasaran, dan pelayanan yang humanis, pesantren mampu menciptakan model replikasi yang dapat diadopsi oleh lembaga pendidikan lain. Keberhasilan tersebut memberikan bukti empiris bahwa optimalisasi proses internal dan kepercayaan eksternal saling mendukung untuk mencapai kestabilan operasi dan reputasi yang unggul. Studi kasus di Pondok Pesantren Jami'atul Qurro' menjadi contoh konkret akan keberhasilan model integratif dalam dunia pendidikan Islam.

Potensi replikasi sistem manajemen penerimaan santri yang sukses ini membuka peluang bagi pesantren lain untuk mengadaptasi model yang telah terbukti efektif. Tidak hanya dalam konteks administrasi, namun seluruh aspek mulai dari komunikasi pemasaran hingga inovasi layanan dapat dijadikan referensi strategis dalam meningkatkan jumlah santri. Konsep replikasi tersebut mendorong terciptanya standar operasional prosedur dalam proses penerimaan yang lebih modern dan responsif, serta menggalang kerja sama antar lembaga. Model ini, jika diadopsi secara luas, berpotensi meningkatkan keseluruhan kualitas sistem pendidikan pesantren di era kompetisi global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, N. (2018). Pendidikan kewirausahaan di pondok pesantren Sirojul Huda. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 1(2). <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v1i2.661>
- Alamsyah, R., et al. (2024). Implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas santri di masa pandemi (studi kasus di Pondok Modern Ummul Quro Al-Islami). *Alamiah Jurnal Muamalah dan Ekonomi Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.56406/alamiahjurnalmuamalahdanekonomisyariah.v5i1.425>
- Bahri, M. (2021). Strategi komunikasi dalam pemasaran mutu pendidikan di MTs Negeri 2 Pamekasan. *Fikrotuna Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, 13(1). <https://doi.org/10.32806/jf.v13i01.5065>
- Darajah, I. (2021). Peran manajemen pendidikan terhadap hubungan masyarakat dalam meningkatkan jumlah santri baru di Pondok Pesantren Miftahul Huda Peron Limbangan Kendal. *Jl*, 1(2). <https://doi.org/10.62509/ji.v1i2.43>
- Fatoni. (2021). Optimalisasi penerimaan santri baru melalui pengembangan customer relationship management (CRM) di Pondok Pesantren Hamalatul Quran Putri. *Hamalatul Qur'an Jurnal Ilmu Ilmu Alqur'an*, 2(1). <https://doi.org/10.37985/hq.v2i1.18>
- Firdaus, A., & Hermawan, B. (2024). Kemitraan pembimbing asrama dengan orang tua santri: Kolaborasi yang sukses dalam pendidikan santri di Pondok Pesantren. *Surya Abdimas*, 8(4). <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5290>
- Firdaus, A., & Nuzula, S. (2023). Tinjauan nilai-nilai pemasaran Islam terhadap pelaksanaan komunikasi pemasaran pada kegiatan penerimaan santri baru. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1739>
- Fridayanthie. (2021). Perancangan sistem informasi pendaftaran santri Pesantren moderen Daarul Muttaqien 1 Tangerang. *Swabumi*, 9(2). <https://doi.org/10.31294/swabumi.v9i2.10444>
- Haerani, E., et al. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk peningkatan kualitas pembelajaran bagi santri Darul Falah Serang, Banten. *Minda Baharu*, 6(2). <https://doi.org/10.33373/jmb.v6i2.4557>
- Hibatullah, M., & Utomo, A. (2024). Strategi komunikasi pengurus rayon dalam menanamkan nilai panca jiwa terhadap santri baru. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 6(2). <https://doi.org/10.21111/sjic.v6i2.11562>
- Ichsan, A., et al. (2021). Sistem informasi pendaftaran santri baru berbasis WEB dengan pemanfaatan UML pada PONPES Daarun Nizham. *Profitabilitas*, 1(1). <https://doi.org/10.31294/profitabilitas.v1i1.318>
- Iqbal, M., et al. (2024). Analisis peran dan fungsi public relations di Pondok Pesantren Dayah Jamiah Al-Aziziyah Batee Iliak Samalanga Bireuen. *Khadem Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.54621/jkdm.v3i1.770>
- Ikhwana, A., et al. (2024). Komunikasi persuasif dalam rekrutmen calon santri Rumah Tahfidz “Wa Ta’lim Mahabbatul Ilmi” Palembang. *JBKD*, 1(3). <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2353>
- Kirany, F., et al. (2023). Perancangan sistem informasi manajemen penerimaan santri baru (SIM-PSB) di MA Plus Subulussalam Kab. Padang Pariaman. *Anthor Education and Learning Journal*, 2(6). <https://doi.org/10.31004/anthor.v2i6.217>

- Mulyani, A., & Ramadhan, M. (2014). Rancang bangun sistem informasi penerimaan santri baru di Sekolah Dasar Islam Terpadu Persis Tarogong berbasis Web. *Jurnal Algoritma*, 14(2). <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.14-2.288>
- Murobbi, U. (2023). Analisis optimalisasi manajemen ekonomi Pondok Pesantren Nurul Huda Kota Tangerang. *An-Natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 3(1). <https://doi.org/10.33474/an-natiq.v3i1.19267>
- Qorni, R. (2021). Manajemen rekrutmen santri tahfidz al Qur'an tingkat Madrasah Aliyah. *Rayah Al-Islam*, 5(2), 480. <https://doi.org/10.37274/rais.v5i02.480>
- Ramadhan, M., et al. (2023). Strategi komunikasi pemasaran pondok pesantren di Kabupaten Karawang. *Communcology Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1102(10). <https://doi.org/10.21009/comm.1102.10>
- Sukaris, F., et al. (2024). Peningkatan kompetensi edu-marketing tim penerimaan peserta didik baru (PPDB) pada sekolah di Majelis Dikdasmen PNF Cabang Muhammadiyah Gresik. *Dedikasimu Journal of Community Service*, 6(2). <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v6i2.7993>
- Zohriah, R., et al. (2024). Manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam upaya meningkatkan citra pesantren. *Tadbir Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v12i1.4678>