

Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, Dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru Di PP. Darul Ulum Al-Fadholi

Khofifatul Ula*)

Eka Farida)**

Ita Athia*)**

Email : khofifatulula@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the influence of promotional strategies, infrastructure, and ease of payment on the enrollment decisions of new students at the Darul Ulum Al-Fadholi Islamic Boarding School. This study used a quantitative approach with an explanatory research approach. Data collection was conducted through questionnaires using a saturated sampling method, with the entire population of 85 respondents sampled. The data analysis method used was multiple linear regression to test the simultaneous and partial effects between variables. The results indicate that promotional strategies, infrastructure, and ease of payment jointly influence the enrollment decisions of new students. Partially, all three variables proved to have a significant influence, with promotional strategies being the most dominant factor influencing enrollment decisions. This indicates that the delivery of attractive, easy-to-understand information, and widespread distribution through various media play a significant role in attracting prospective students. Meanwhile, the availability of adequate and comfortable infrastructure fosters trust in the quality of educational services, and a flexible and secure payment system also supports the decision-making process by parents.

Keywords: *Promotional Strategies, Infrastructure, Ease of Payment, Enrollment Decisions.*

Pendahuluan

Pendidikan secara umum terbagi menjadi dua jenis, yaitu pendidikan formal dan non-formal. Pendidikan formal meliputi jalur sekolah dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, sedangkan pendidikan non-formal mencakup kegiatan di luar sistem sekolah, seperti yang diselenggarakan oleh pondok pesantren, masjid, kursus, atau lembaga sejenis lainnya. Pondok pesantren sebagai bentuk pendidikan non-formal memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan pemahaman keagamaan para santri melalui sistem pembelajaran yang tetap terstruktur meskipun tidak mengikuti kurikulum formal (Syaadah et al., 2023).

Ketentuan mengenai pendidikan keagamaan, khususnya Islam, diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 2007. Pada Pasal 21 ayat 1 dijelaskan bahwa pendidikan diniyah non-formal dapat diselenggarakan dalam bentuk pengajian kitab kuning, majelis taklim, pendidikan Al-Qur'an, maupun bentuk serupa lainnya (Laili & Ashari, 2024). Provinsi Jawa Timur tercatat memiliki jumlah pondok pesantren tertinggi kedua di Indonesia setelah Jawa Barat. Salah satu di antaranya adalah Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, yang menyelenggarakan pendidikan agama dengan sistem non-formal dan telah memberikan kontribusi besar dalam membina karakter serta keterampilan santri. Pondok pesantren ini juga memiliki berbagai keunggulan yang menjadi daya tarik bagi calon santri, baik dari segi pendekatan pendidikan, lokasi yang strategis, hingga manajemen yang tertata dengan baik. Daya tarik tersebut dapat ditinjau dari tiga aspek utama, yaitu strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran, yang diduga memengaruhi keputusan calon santri dalam memilih lembaga pendidikan.

Strategi promosi merupakan salah satu elemen dari konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Kotler & Keller (2016), yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Dalam konteks pesantren, strategi promosi dijalankan melalui media sosial, brosur, expo pesantren, serta kerja sama dengan lembaga atau komunitas eksternal. Strategi ini berfungsi membentuk citra positif sekaligus menjawab kebutuhan calon wali santri yang memiliki kondisi sosial dan ekonomi yang beragam. Temuan Anwar et al., (2023) juga memperkuat bahwa strategi promosi yang tepat mampu meningkatkan minat pendaftar secara signifikan. Selain promosi, ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan juga berpengaruh terhadap daya tarik pesantren. Ulwy (2023) menegaskan bahwa fasilitas yang memadai seperti ruang kelas, asrama, dan tempat ibadah yang nyaman dapat menciptakan suasana belajar yang lebih mendukung. Hal ini sejalan dengan pendapat Widianita (2023) yang menyatakan bahwa fasilitas belajar sangat penting dalam menunjang keberhasilan proses pendidikan. Kemudahan pembayaran turut menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pendaftaran. Menurut Sarwani & Rohmah (2022) kemudahan transaksi dapat diartikan sebagai proses pemesanan yang simpel, pilihan metode pembayaran yang beragam dan mudah diselesaikan. Dengan tersedianya berbagai opsi pembayaran di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, seperti: transfer bank, pembayaran *online*, dan cicilan, maka orang tua santri akan merasa lebih terbantu dalam mengatur biaya pendidikan.

Hasil pengamatan terhadap 25 santri dari jenjang S1 hingga S3 menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka memilih pondok ini karena kombinasi dari ketiga faktor tersebut. Strategi promosi melalui media sosial dan brosur memberikan informasi yang efektif, sarana prasarana yang lengkap memperkuat kepercayaan terhadap kualitas lembaga, dan sistem pembayaran yang fleksibel memberikan rasa aman secara finansial bagi calon santri dan wali mereka. Penelitian sebelumnya juga mendukung relevansi variabel-variabel ini. Laily (2023) menunjukkan bahwa citra lembaga dan strategi promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Setiawan (2024) menyebutkan bahwa sarana dan prasarana yang baik berkontribusi pada peningkatan citra lembaga di mata peserta didik. Sementara itu, Fatmawati & Aini (2024) menunjukkan kemudahan pembayaran, transparansi, dan kepercayaan secara individu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat. Berdasarkan paparan penelitian terdahulu menunjukkan belum ada studi yang mengukur keputusan pendaftaran santri baru melalui strategi promosi, sarana prasarana dan kemudahan pembayaran. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi dengan judul “Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru”.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Pendaftaran Santri Baru (Y)

Menurut Wiyono et al., (2023) penerimaan santri baru merupakan tahap seleksi dan administrasi bagi calon santri yang ingin menjadi bagian dari pondok pesantren. Proses ini mencakup pengumuman, pendaftaran, ujian, wawancara, pengumuman hasil, dan pembayaran. Menurut Kotler & Armstrong (2017), terdapat beberapa indikator: identifikasi masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, tindak lanjut pasca keputusan. Menurut penelitian Prastika, et al., (2020), Munawaroh & Inayatul, (2020) dan Triyoga (2020) keputusan calon santri dan orang tua untuk mendaftar di pesantren tidak hanya didasari oleh kebutuhan pendidikan, tetapi juga dipengaruhi oleh cara informasi disampaikan, kualitas fasilitas, serta kemudahan dalam pembayaran. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan bersama-sama memengaruhi minat mendaftar.

H1: Strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pendaftaran santri baru

Strategi Promosi (X1)

Menurut Rigitta & Maulana (2023) strategi promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mempengaruhi dan mendorong konsumen agar tertarik membeli produk perusahaan, dengan harapan dapat mencapai tujuan peningkatan penjualan. Menurut Kotler et al., (2016), indikator strategi promosi terdiri dari beberapa hal sebagai berikut: periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), publisitas (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*). Menurut penelitian Anwar et al., (2023), Triyoga (2020), Rahmawati, et al., (2024), dan pangestika, et al., (2024) strategi promosi berperan penting dalam menarik perhatian masyarakat, membangun citra positif pesantren, dan menyampaikan keunggulan lembaga kepada calon santri dan orang tua. Promosi yang aktif dan terstruktur akan membantu calon santri memperoleh informasi yang cukup untuk membuat keputusan pendaftaran.

H2: Strategi promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.

Sarana dan Prasarana (X2)

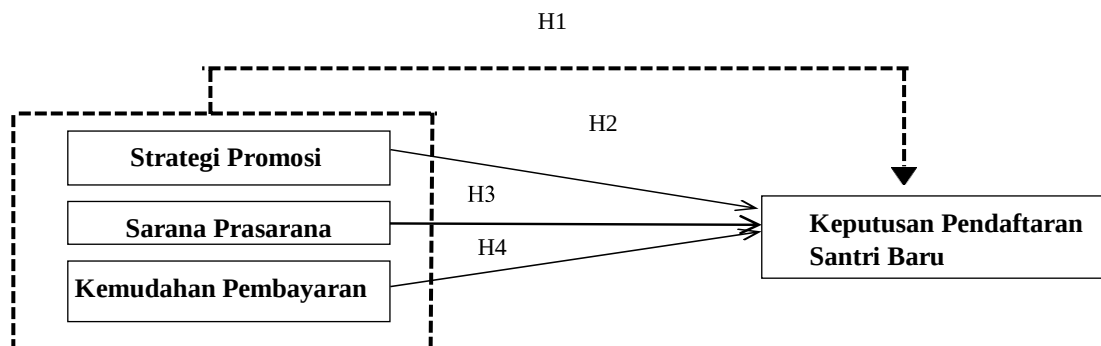
Menurut Noven & Inayati (2023) sarana prasarana dalam pendidikan adalah serangkaian tahap pengelolaan yang meliputi perencanaan, pengadaan, inventarisasi, pemeliharaan, serta penghapusan yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan pendidikan yang berkualitas. Menurut Hartono et al., (2020) indikator sarana prasarana adalah sebagai berikut: kelengkapan, kondisi, penggunaan sarana dan prasarana. Menurut penelitian Chotimah & Husnul (2021), Fadli & Ahmad, (2020) fasilitas yang lengkap dan terawat tidak hanya mendukung kegiatan belajar, tetapi juga mendorong minat calon santri untuk mendaftar.

H3: Sarana prasarana berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.

Kemudahan Pembayaran (X3)

Menurut Febrianti & Elviana (2023) kemudahan pembayaran adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi informasi adalah hal yang mudah dan tidak membutuhkan usaha yang besar dari penggunanya. Menurut Azah & Nurul (2024), terdapat 3 indikator dalam kemudahan pembayaran yaitu: kepercayaan dalam pembayaran, waktu penggunaan, dan metode pembayaran. Menurut penelitian Azah & Nurul (2024) dan Aisa & Putri, (2024) sistem pembayaran yang mudah, aman, dan fleksibel memberikan kenyamanan bagi orang tua santri. Kemudahan ini menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk melanjutkan proses pendaftaran di pesantren.

H4: Kemudahan pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.



Gambar 1. Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi di Kota Malang. Populasi penelitian mencakup seluruh santri PP. Darul Ulum Al-Fadholi yang berjumlah 85 orang, dan karena jumlahnya terbatas, seluruh populasi dijadikan sampel melalui teknik sampling

jenuh. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *online* berbasis *Google Form* dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang didahului oleh uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta dilanjutkan dengan uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

Uji Instrumen

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r Hitung	r tabel (0,05)	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keputusan Pendaftaran (Y)	Y.1	0.703	0,2133	Valid	0,825	Reliabel
	Y.2	0.779	0,2133	Valid		
	Y.3	0.608	0,2133	Valid		
	Y.4	0.521	0,2133	Valid		
	Y.5	0.372	0,2133	Valid		
	Y.6	0.341	0,2133	Valid		
	Y.7	0.708	0,2133	Valid		
	Y.8	0.762	0,2133	Valid		
	Y.9	0.716	0,2133	Valid		
	Y.10	0.633	0,2133	Valid		
Strategi Promosi (X1)	X1.1	0.621	0,2133	Valid	0,890	Reliabel
	X1.2	0.688	0,2133	Valid		
	X1.3	0.724	0,2133	Valid		
	X1.4	0.760	0,2133	Valid		
	X1.5	0.729	0,2133	Valid		
	X1.6	0.799	0,2133	Valid		
	X1.7	0.655	0,2133	Valid		
	X1.8	0.762	0,2133	Valid		
	X1.9	0.697	0,2133	Valid		
	X1.10	0.681	0,2133	Valid		
Sarana Prasarana (X2)	X2.1	0.826	0,2133	Valid	0,918	Reliabel
	X2.2	0.870	0,2133	Valid		
	X2.3	0.829	0,2133	Valid		
	X2.4	0.829	0,2133	Valid		
	X2.5	0.872	0,2133	Valid		
	X2.6	0.831	0,2133	Valid		
Kemudahan Pembayaran (X3)	X3.1	0.708	0,2133	Valid	0,855	Reliabel
	X3.2	0.778	0,2133	Valid		
	X3.3	0.732	0,2133	Valid		
	X3.4	0.762	0,2133	Valid		
	X3.5	0.806	0,2133	Valid		
	X3.6	0.801	0,2133	Valid		

Sumber: Data Diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 1, setiap item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai *r* hitung > *r* tabel sebesar 0,2133. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item termasuk dalam kategori valid dan layak digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas 0,6. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur masing-masing variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ pada variabel strategi promosi, sarana prasarana, kemudahan pembayaran, dan keputusan pendaftaran. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas didasarkan pada nilai VIF dan *tolerance*. Nilai VIF masing-masing variabel adalah strategi promosi sebesar 1.089, sarana prasarana sebesar 1.139, dan kemudahan pembayaran sebesar 1.095. Sementara itu, nilai *tolerance*-nya adalah 0,918, 0,878, dan 0,913, semuanya > 0,10. Artinya, tidak ditemukan gejala multikolinearitas dalam model ini. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *glejser*, dan hasilnya menunjukkan nilai signifikansi strategi promosi sebesar

0,105, sarana prasarana sebesar 0,791, dan kemudahan pembayaran sebesar 0,437. Karena seluruh nilai signifikan $> 0,05$, maka model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003
	Strategi Promosi	.265	.082	.300	3.182	.002
	Sarana Prasarana	.361	.115	.303	3.141	.002
	Kemudahan Pembayaran	.344	.145	.224	2.370	.020
R : .583 R ² : .340 Adjusted R ² : .316				F Hitung : 13.924 Sig. F : 0.000		

Sumber: Data Diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 13.850 + 0.265X_1 + 0.361X_2 + 0.344X_3 + e$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran akan diikuti oleh peningkatan pada keputusan pendaftaran santri baru. Hasil uji t secara parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel strategi promosi sebesar 0,002, sarana prasarana sebesar 0,002, dan kemudahan pembayaran sebesar 0,020. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel secara parsial berpengaruh nyata terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Dengan demikian, hipotesis H2, H3, dan H4 dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 13.924 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru. Oleh karena itu, hipotesis H1 juga dinyatakan diterima. Sementara itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,316 mengindikasikan bahwa strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan pendaftaran santri baru sebesar 31,6%. Adapun sisanya sebesar 68,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini..

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Berdasarkan hasil analisis regresi, ketiga variabel yaitu strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Artinya, ketiga aspek tersebut bersama-sama memengaruhi pilihan calon santri dan wali santri dalam menentukan pesantren sebagai lembaga pendidikan. Temuan ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa elemen pemasaran seperti promosi, fasilitas, dan pelayanan menjadi penentu utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, khususnya pada sektor jasa pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi terbukti sebagai faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran santri baru. Promosi yang dilakukan melalui berbagai media, seperti sosial media, brosur, kunjungan ke sekolah, serta pendekatan personal, dinilai efektif dalam membentuk citra positif lembaga dan meningkatkan minat calon santri serta wali mereka terhadap pesantren.

Selanjutnya, sarana prasarana juga memberikan pengaruh yang signifikan. Fasilitas yang tersedia dianggap memadai, efisien, dan mampu menunjang proses belajar-mengajar maupun aktivitas

harian santri, sehingga menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan pesantren. Sementara itu, meskipun berada pada posisi terakhir, kemudahan pembayaran tetap menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap keputusan pendaftaran. Sistem pembayaran yang disediakan meliputi berbagai metode seperti transfer, tunai, dan non-tunai serta fleksibilitas waktu pembayaran, memberikan kenyamanan bagi wali santri dalam memenuhi kewajiban administrasi secara praktis dan aman. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyoga (2020), Prastika et al., (2020), Fadli & Ahmad (2020), serta Azah & Nurul (2024) yang sama-sama menemukan bahwa promosi, sarana prasarana, dan sistem pembayaran merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan di bidang pendidikan.

Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Strategi promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* menjadi aspek paling menonjol, karena penyampaian informasi secara langsung, jelas, dan meyakinkan efektif menarik minat calon santri. Selanjutnya, *direct marketing* mempermudah calon wali santri dalam memperoleh informasi melalui pendekatan langsung, sementara *sales promotion* memberikan daya tarik tambahan melalui penawaran yang menguntungkan. Selain itu, *advertising* berkontribusi dalam menyebarkan informasi melalui media sosial dan cetak, sedangkan *publicity*, meskipun memiliki pengaruh paling kecil, tetap memberikan kontribusi melalui pemberitaan serta promosi yang dilakukan di sekolah-sekolah. Temuan ini mendukung pendapat Kotler & Keller (2016) yang menyebutkan bahwa promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang berfungsi menyebarkan informasi, membujuk, serta memengaruhi keputusan calon konsumen.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Benazir et al., (2022), Anwar et al., (2023) serta Baru et al., (2024) yang menyatakan bahwa promosi yang terencana, konsisten, serta sesuai dengan target audiens mampu meningkatkan minat calon peserta didik. Oleh sebab itu, pengelola pondok pesantren disarankan untuk memperkuat strategi promosi dengan memperluas jangkauan media digital, meningkatkan kualitas pesan promosi, serta melibatkan komunitas dan alumni sebagai agen informal dalam memperkenalkan lembaga.

Pengaruh Sarana Prasarana terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Sarana dan prasarana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli. Berdasarkan hasil penelitian, aspek pemanfaatan fasilitas menjadi yang paling dominan dirasakan responden. Fasilitas dinilai efisien, mendukung kelancaran seluruh kegiatan santri, serta sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Selain itu, aspek kelengkapan sarana prasarana juga mendapat penilaian positif. Pondok pesantren dinilai telah menyediakan fasilitas yang memadai untuk menunjang berbagai aktivitas, mulai dari asrama, ruang belajar, aula, masjid, hingga area penunjang lain seperti koperasi, dapur, dan akses *Wi-Fi*. Sedangkan pada aspek kondisi fasilitas, responden menilai bahwa seluruh sarana dalam keadaan baik, terawat, dan rutin diperiksa untuk menjaga kenyamanan dan keamanan santri.

Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Hartono et al., (2020) yang menyebutkan bahwa kelengkapan, kondisi, dan penggunaan fasilitas merupakan aspek penting dalam menunjang mutu pendidikan. Matin dan Nurhatti (2016) juga menekankan bahwa sarana prasarana memiliki fungsi utama untuk mendukung kualitas proses pembelajaran dan memberikan rasa aman kepada peserta didik. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Prastika et al., (2020), Fadli & Ahmad (2020), serta Chotimah & Husnul (2021), yang menyebutkan bahwa fasilitas menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pendaftaran peserta didik.

Pengaruh Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Kemudahan dalam sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Akses yang mudah, prosedur yang sederhana, serta fleksibilitas dalam mekanisme pembayaran menjadi aspek penting yang dipertimbangkan oleh calon santri maupun wali santri dalam menentukan pilihan mereka. Berdasarkan temuan penelitian, aspek cara pembayaran menjadi yang paling dominan dirasakan manfaatnya oleh responden. Ketersediaan berbagai alternatif pembayaran, seperti transfer bank, pembayaran tunai, hingga opsi non-tunai, dinilai sangat memudahkan proses administrasi keuangan. Selain itu, aspek keyakinan dalam pembayaran turut memberikan dampak positif, mengingat responden merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi karena sistem yang digunakan terjamin keakuratannya dan minim risiko kesalahan. Di sisi lain, aspek waktu pembayaran juga berkontribusi, meskipun berada pada urutan yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Penjadwalan yang fleksibel dan tenggat waktu yang cukup tetap menjadi nilai tambah yang mendukung keputusan pendaftaran.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Jiang et al., (2013) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi dapat meningkatkan kenyamanan dalam pengambilan keputusan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan Rachmawati & Widya (2022), Azah & Nurul (2024), serta Darmawan et al., (2024) yang menyebutkan bahwa sistem pembayaran yang praktis dan fleksibel dapat meningkatkan minat untuk memilih lembaga pendidikan.

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) terhadap keputusan pendaftaran santri baru (Y) di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
2. Strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
3. Sarana prasarana berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
4. Kemudahan pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian:

1. Perbedaan persepsi antar responden dimungkinkan terjadi karena masing-masing individu memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda, sehingga jawaban yang diberikan belum tentu mencerminkan pandangan sebenarnya.
2. Keterbatasan akses terhadap data internal lembaga menjadi hambatan dalam memperoleh informasi yang lebih rinci terkait strategi promosi dan kebijakan pembayaran.
3. Indikator keputusan pendaftaran yang digunakan dalam penelitian ini masih mengacu pada teori keputusan pembelian, karena terbatasnya teori khusus yang membahas keputusan pendaftaran dalam konteks pesantren.
4. Minimnya referensi yang relevan membuat peneliti mengalami kesulitan dalam menemukan penelitian terdahulu yang secara khusus membahas hubungan antara kemudahan pembayaran dan keputusan pendaftaran, baik di lingkungan pesantren maupun lembaga pendidikan lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi
Diharapkan dapat terus mengoptimalkan strategi promosi, meningkatkan kelayakan sarana prasarana, serta menyediakan sistem pembayaran yang fleksibel dan mudah diakses untuk meningkatkan minat calon santri serta membuat konten yang inspiratif dan kreatif yang menggambarkan kehidupan positif di pesantren, agar dapat mengubah persepsi masyarakat yang masih memandang bahwa kuliah sambil mondok adalah sesuatu yang berat dan kurang menyenangkan.
2. Bagi Santri
Santri disarankan untuk lebih aktif dalam menggali informasi seputar fasilitas, layanan, serta lingkungan pesantren agar keputusan pendaftaran yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi.
3. Bagi Wali Santri
Wali santri diharapkan mempertimbangkan secara menyeluruh aspek promosi, fasilitas yang tersedia, dan kemudahan pembayaran sebelum menentukan pondok pesantren yang tepat bagi anaknya.
4. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam mengembangkan studi terkait strategi pemasaran pendidikan dan perilaku konsumen di lingkungan pesantren.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dianjurkan untuk memperluas cakupan objek dan variabel penelitian agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian di masa mendatang.

Referensi

- Aisa, & Putri, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Pembayaran, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pendaftaran. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Anwar, Zayudi, Ernawati, & Afrianto., E. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Modern Al-Furqon Prabumulih Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal LA RIBA Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 54–74.
- Azah, & Nurul, I. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Pembayaran SPP terhadap Keputusan Pendaftaran Santri dalam menggunakan Pembayaran Digital (studi pada Pondok Pesantren Dukuh Waluh Purwokerto).
- Baru, D., Smp, D. I., & Huda, A. L. (2024). Strategi Promosi dalam Merekrut Peserta Didik Baru Di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan.
- Benazir, Mulyani, Desthiani, Dyas, & Unik. (2022). Strategi Promosi Dalam Program Penerimaan Murid Baru Di Masa Covid-19. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 9(2), 88. <https://doi.org/10.32493/skr.v9i2.21896>
- Chotimah, & Husnul, S. (2021). Pengaruh Manajemen Sarana Prasarana Dan Kompetensi Profesionalitas Guru Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru Mtsn 8 Jombang. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 1(1), 132–139. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v1i1.99>
- Darmawan, M. R., Shulthoni, M., & Stiawan, D. (2024). Pengaruh Sistem *Cashless Payment* Sebagai Sarana Transaksi Utama Di Pondok Modern Tazakka. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 16–22.
- Fadli, & Ahmad. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada SMK Swasta Teladan Sumut 1. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4*, September, 628–636.
- Fatmawati, H., & Aini, S. N. (2024). Pengaruh Kemudahan Pembayaran, Tranparasi, Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat di LAZIS Nurul Falah.

5(2), 124–144.

- Febrianti, & Elviana. (2023). Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Ulang Tiket CGV Cinemas (Studi Pada Pelanggan Bioskop CGV Cinemas Plaza Lawu Madiun). September 2023.
- Hartono, S., Prasetyo, R., & Setyawan, A. (2020). Evaluasi Sarana dan Prasarana Pendidikan dalam Mendukung Proses Pembelajaran di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 15(2), 125–138.
- Jiang, Z., Yang, Z., & Jun, M. (2013). *Customer Perceptions of e-Payment Systems: An Empirical Analysis. International Journal of Service Industry Management*, 24(3), 247–268.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Edisi ke-17. Pearson Education*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed). Pearson Education*.
- Laili, N., & Ashari, M. Y. (2024). Kajian Historis Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia : Tinjauan Komprehensif terhadap dimensi Formal, Informal dan Non Formal. *STIT Muhammadiyah Tempurrejo Ngawi*, 3(1), 5–14.
- Laily, Q. F. (2023). Pengaruh Citra Lembaga Madrasah dan Strategi Promosi Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah di MTs N 1 Ponorogo. 1–145.
- Matin dan Nurhatti. (2016). Buku Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan. *Nucl. Phys.*, 210.
- Munawaroh, & Inayatul, H. (2020). Pengaruh Promosi, Kemudahan Pembayaran, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru”. *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*, 155.
- Noven, T. T. A., & Inayati, N. L. (2023). Proses Manajemen Sarana dan Prasarana di Madrasah Aliyah Negeri. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 73–83. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.570>
- Pangestika, R., Amilda, A., & Astuti, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 98–111. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.759>
- Prastika, A., Zhafirah, H., Rahma Sari, A., Puji Astuti, A., & Kimia Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, P. (2020). Pengaruh Sarana Prasarana, Biaya, Dan Lokasi Sekolah Dalam Menentukan Pilihan Rasional Orang Tua Memilih Sekolah Untuk Anak *the Effect of Infrastructure, Cost, and Location of School in Determining Parents' Rational Choices of School for Children*. 5, 744–765. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1239>
- Rachmawati, & Widya, E. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta *Purchase Intention* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid – 19. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Rahmawati, N., Muna, N., & Puspitasari, D. (2024). Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Syubbanul Wathon 2 Bandongan Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Baru Tahun 2023 / 2024. 12(2), 377–395.
- Rigitta, & Maulana, N. (2023). Tradisi Dugderan Sebagai Strategi Promosi Pemasaran Wisata Di Kota Semarang. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(2). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i2.1025>
- Sarwani, S., & Rohmah, F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 83–99. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Setiawan, A. C. (2024). Pengaruh Kualitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Citra Lembaga Di UPT SMP Negeri 7 Gresik. 421–432.
- Syaadah, R., Ary, M. H. A. A., Silitonga, N., & Rangkuty, S. F. (2023). Pendidikan Formal, Pendidikan Non Formal Dan Pendidikan Informal. *Pema (Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 125–131. <https://doi.org/10.56832/pema.v2i2.298>
- Triyoga, A. (2020). Analisis Pengaru Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIKES RS Baptis Kediri. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 4(3), 248–253*.

- Ulwy, H. (2023). Manajemen Sarana Prasarana dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Santri serta Keputusan Pendaftaran Santri Baru. In 2023.
- Widianita, R. (2023). Sarana Prasarana Pondok Pesantren. *At-Tawassuth Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Wiyono, S., Fikri Hidayatullah, M., & Huda, M. (2023). Pengembangan dan Implementasi Sistem Penerimaan Santri Baru Berbasis Website di Pondok Pesantren Imam Syafi'i Brebes. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(2), 308–313. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.3763>

Khofifatul Ula*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Eka Farida**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Ita Athia***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma