

ABSTRAK

Fahmi Almas. 2020.03.010. 2024. *Pengaruh Manajemen Digital Marketing Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Bakti Nusantara 666 Cileunyi*

Indonesia saat ini berada dalam era revolusi industri 5.0, dimana teknologi maju yang didukung internet mengendalikan berbagai sektor kehidupan manusia. Dalam sektor pendidikan, perkembangan internet ini harus dimanfaatkan dengan baik, terutama dalam pemasaran pendidikan. Manajemen digital marketing menjadi penting untuk meningkatkan penerimaan peserta didik baru di sekolah, termasuk di SMK Bakti Nusantara 666.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen digital marketing, penerimaan peserta didik baru dan pengaruh manajemen digital marketing terhadap penerimaan peserta didik baru di SMK Bakti Nusantara 666.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan adalah komparatif deskriptif. Populasi yang dijadikan sampel atau responden dalam penelitian ini sebanyak 39 peserta didik baru di SMK Bakti Nusantara 666. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian adalah uji instrumen data, uji parsial, uji normalitas dan uji hipotesis.

Hasil pengujian hipotesis utama dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh manajemen digital marketing terhadap penerimaan peserta didik baru berpengaruh secara signifikan sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah manajemen digital marketing memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan visibilitas, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan interaksi langsung dengan peserta didik dan orang tua melalui platform digital. Dengan menggunakan media sosial secara efektif, institusi pendidikan dapat menarik lebih banyak prospek calon siswa, menyederhanakan proses pendaftaran, serta mengoptimalkan pengeluaran pemasaran melalui analitik digital untuk mencapai hasil yang optimal dalam meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru.

Kata kunci: Manajemen, Digital Marketing, Penerimaan Peserta Didik Baru