



JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)

E-ISSN : 2716-375X
P-ISSN : 2716-3768

<https://dinastirev.org/JMPIS>

dinasti.info@gmail.com

+62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i4>

Received: 13 Juni 2024, Revised: 1 Juli 2024, Publish: 3 Juli 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Strategi Marketing Pendidikan di Pondok Pesantren Darul Muta'allimin Tanah Merah Aceh Singkil

Nur Helmi¹, Amiruddin Siahaan², Yusuf Hadijaya³

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia, nurhelmi198@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia, amiruddinsiahaan@uinsu.ac.id

³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia, yusufhadijaya@uinsu.ac.id

Corresponding Author: nurhelmi198@gmail.com

Abstract: *Islamic boarding schools have a very important role in efforts to provide education for the Indonesian people, especially in religious education. The era of globalization has had many impacts in various fields, one of which is the education sector, where competition between educational institutions has become more competitive. Islamic boarding schools are required to be able to promote their existence as educational institutions by implementing appropriate marketing strategies to maintain their existence and to attract public interest in the Islamic boarding school itself. The Darul Muta'allimin Islamic Boarding School is one of the oldest Islamic boarding schools in the Aceh Singkil region, which was founded in 1962 AD. However, this does not reduce the public's interest and trust in the Darul Muta'allimin Islamic Boarding School as a place to study. Based on initial observations made by researchers, the educational marketing strategy at the Darul Muta'allimin Islamic Boarding School is still less than optimal, carried out in an organized and planned way to be disseminated widely on social media to attract public interest. However, every year a large number of students still register. Based on this description, researchers are interested in conducting research related to educational marketing strategies carried out at the Darul Muta'allimin Tanah Merah Aceh Singkil Islamic Boarding School. The aim of this research is to analyze the educational marketing strategy at Darul Muta'allimin Islamic Boarding School, the marketing mix carried out at Darul Muta'allimin Islamic Boarding School, the obstacles faced in carrying out educational marketing mix and ways to overcome educational marketing mix obstacles at Darul Muta'allimin Islamic Boarding School. This research uses a research methodology using descriptive qualitative methods. The results of this research explain that the educational marketing strategy carried out at the Darul Muta'allimin Islamic Boarding School is carried out by carrying out promotions, creating routine activities, adjusting educational programs, highlighting their advantages, attractive financing strategies, and students and female students participating in community activities.*

Keyword: Marketing, Education, Strategy.

Abstrak: Pesantren memiliki peran yang sangat penting dalam usaha memberikan pendidikan bagi bangsa Indonesia, terutama dalam pendidikan agama. Era globalisasi banyak memberikan dampak diberbagai bidang, salah satunya adalah dalam sektor pendidikan, dimana persaingan antar lembaga pendidikan menjadi lebih kompetitif. Pesantren dituntut untuk dapat mempromosikan keberadaannya sebagai lembaga pendidikan dengan melakukan strategi *marketing* yang tepat demi mempertahankan eksistensinya dan untuk menarik minat masyarakat terhadap lembaga pesantren itu sendiri. Pesantren Darul Muta'allimin merupakan salah satu pesantren yang tertua di wilayah Aceh Singkil yang berdiri pada tahun 1962 M. Namun, hal tersebut tidak mengurangi minat dan kepercayaan masyarakat terhadap Pesantren Darul Muta'allimin sebagai tempat untuk menempuh pendidikan. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti, strategi *marketing* pendidikan yang ada pada Pesantren Darul Muta'allimin masih kurang optimal dilakukan dengan cara yang tersusun dan terencana untuk disebar luaskan di media-media sosial untuk menarik minat masyarakat. Akan tetapi pada setiap tahunnya tetap banyak jumlah santri yang mendaftar. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian terkait strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di Pondok Pesantren Darul Muta'allimin Tanah Merah Aceh Singkil. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi *marketing* pendidikan di Pesantren Darul Muta'allimin, *marketing mix* yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin, kendala yang dihadapi dalam melakukan *marketing mix* pendidikan dan cara dalam mengatasi kendala *marketing mix* pendidikan di Pesantren Darul Muta'allimin. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin dilakukan dengan melakukan promosi, membuat kegiatan rutin, penyesuaian program pendidikan, menonjolkan keunggulan yang dimiliki, strategi pembiayaan yang menarik, serta santri dan santriwati ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat.

Kata Kunci: Marketing, Pendidikan, Strategi.

PENDAHULUAN

Pesantren memiliki peran yang sangat penting dalam usaha memberikan pendidikan bagi bangsa Indonesia, terutama dalam pendidikan agama. Pesantren menjadi lembaga yang tertua di Indonesia (Mahmudi, 2013: 31). kehadiran pesantren memiliki tempat serta peranan yang tersendiri dalam membentuk *akhlakul karimah* di lingkungan masyarakat (Hasanah, dkk, 2022: 30). Eksistensi suatu lembaga pendidikan akan diuji dengan adanya kebutuhan dan keinginan dari masyarakat, pada sisi lain pendidikan berupaya untuk dapat terus membangun nilai-nilai, untuk dapat disampaikan serta menjadi budaya, namun pada satu sisi di saat yang bersamaan juga lembaga pendidikan dihadapkan dengan keinginan pasar yang mewajibkan agar terus mampu menciptakan produk yang terbaru sesuai dengan tuntutan zaman sehingga banyak digemari (Barokah, 2023). Selain itu di era globalisasi banyak memberikan dampak diberbagai bidang, salah satunya adalah dalam sektor pendidikan, dimana persaingan antar lembaga pendidikan menjadi lebih kompetitif (Berlianada et al., 2022: 250).

Pesantren sebagai lembaga pendidikan harus dapat menjaga mutu dan eksistensinya untuk bertahan di tengah ketatnya kompetensi sekarang ini (Siahaan, dkk, 2023: 1233). Pesantren dituntut untuk dapat mempromosikan keberadaannya sebagai lembaga pendidikan dengan melakukan strategi *marketing* yang tepat demi mempertahankan eksistensinya dan untuk menarik minat masyarakat terhadap lembaga pesantren itu sendiri. Adapun keterkaitan dari strategi dalam *marketing* diartikan sebagai alat esensial yang direncanakan dengan mengembangkan keunggulan berkompetisi yang berkelanjutan dengan memasuki pasar dan

melayani sasaran pasar dengan program pemasaran, sehingga dapat memperoleh tujuan perusahaan (Faizin, 2017: 262). Damayanti & Khamidi (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa orientasi pemasaran sekolah tidak hanya sebatas mengkomersialkan pendidikan untuk mencari keuntungan, melainkan pada peningkatan mutu sesuai dengan tuntutan, harapan dan kepuasan masyarakat (pelanggan). Pesantren Darul Muta'allimin merupakan salah satu pesantren yang tertua di wilayah Aceh Singkil yang berdiri pada tahun 1962 M, akan tetapi sampai sekarang Pesantren Darul Muta'allimin tetap mempertahankan eksistensinya dan menjadi salah satu pesantren yang banyak diminati masyarakat. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti, strategi *marketing* pendidikan yang ada pada Pesantren Darul Muta'allimin masih kurang optimal dilakukan dengan cara yang tersusun dan terencana untuk disebar luaskan di media-media sosial untuk menarik minat masyarakat. Akan tetapi pada setiap tahunnya tetap banyak jumlah santri yang mendaftar. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian terkait strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di Pondok Pesantren Darul Muta'allimin Tanah Merah Aceh Singkil.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini ialah menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ialah jenis penelitian yang berlandaskan teori sebagai ajuan penelitian, agar fokus dari penelitian sesuai dengan fakta yang didapat di lapangan (Arikunto, 2010: 3). Dalam jenis penelitian ini peneliti akan ikut dalam peristiwa atau dalam hal yang diteliti. Adapun hasil yang didapat dari penelitian kualitatif akan memerlukan pendalaman analisis dari peneliti (Ramadhan, 2021: 6). Jadi, berdasarkan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif yang akan dilakukan peneliti, ialah dengan menyajikan hasil dari penelitian yang didapat di lapangan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami.

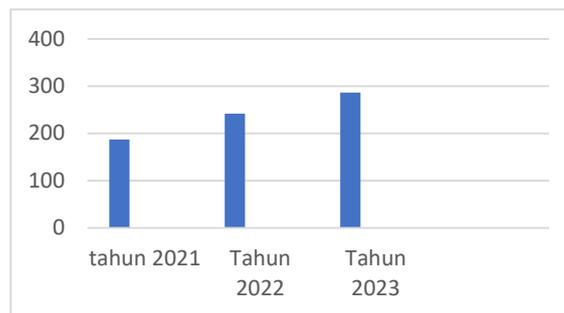
HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *marketing* pendidikan Pesantren Darul Muta'allimin

Adapun strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin ialah sebagai berikut ini:

- 1 Melakukan promosi pendidikan melalui sosial media dan membuat brosur. Promosi melalui sosial dilakukan seperti kegiatan pembelajaran, perlombaan, peringatan hari besar Islam, kunjungan-kunjungan yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin dan berbagai kegiatan lainnya di sosial media facebook. Adapun promosi dalam membuat brosur yang dilakukan oleh Pesantren Darul Muta'allimin hanya dilakukan ketika memasuki ajaran baru.
- 2 Membuat kegiatan rutin dalam menarik minat masyarakat terhadap layanan pendidikan yang diberikan dengan membuat kegiatan persulukan tareqat Naqsabandiyah untuk setiap tahunnya dan yang kedua membuat acara perayaan akbar 4 tahun sekali.
- 3 Penyesuaian program pendidikan dengan kebutuhan masyarakat. Penyesuaian program pembelajaran ini merupakan suatu strategi yang cermat untuk mendapatkan banyak pelanggan pendidikan.
- 4 Menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Keunggulan-keunggulan yang diperlihatkan berkaitan dengan adanya program pembelajaran yang ada di Pesantren Darul Muta'allimin serta keunggulan dari santri dan santriwati yang mondok di Pesantren Darul Muta'allimin.
- 5 Biaya pendidikan di Pesantren Darul Muta'allimin juga tidak terlalu berat untuk tingkat perekonomian masyarakat Aceh Singkil dan Kota Subulussalam.
- 6 Santri dan santriwati Pesantren Darul Muta'allimin juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan masyarakat sekitar Pesantren Darul Muta'allimin.

Berdasarkan beberapa strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di atas terlihat memberikan pengaruh yang besar bagi Pesantren Darul Muta'allimin serta menarik banyak minat masyarakat terutama santri dan santriwati baru. Hal ini disampaikan peneliti berdasarkan jumlah data santri dan santriwati dalam tiga tahun terakhir yang terus bertambah.



Jumlah santri dan santriwati baru

Strategi bauran *marketing/marketing mix* yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin

Strategi bauran *marketing/marketing mix* yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin dalam penelitian ini mengacu pada teori Booms dan Bitner, di mana terdapat tujuh bauran pemasaran jasa atau yang lebih dikenal dengan istilah 7P meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*, yaitu meliputi:

1 *Product* (Produk) Pesantren Darul Muta'allimin

Produk pendidikan ialah program dan layanan jasa yang diberikan (Azan et al., 2021: 72). Menurut Kotler seperti yang dikutip Khasanah (2015: 117) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan produk ialah segala sesuatu yang dapat untuk ditawarkan ke pasar dalam memenuhi kebutuhan.

Secara garis besarnya program pendidikan yang ditawarkan terdapat dua jenis, yaitu salafiyah dan formal. Diprogram pendidikan salafiyah terdapat tingkatan Tsanawiyah salafiyah dan Aliyah Salafiyah, sedangkan untuk pendidikan formal terdapat SMP dan SMA. Program pembelajaran Salafiyah di Pesantren Darul Muta'allimin yaitu program pembelajaran kitab kuning, termasuk belajar tentang ketuhanan, nahwu sharaf, mantiq, balaghah, tasawuf, belajar ilmu fiqh, dan kitab-kitab kuning lainnya sesuai dengan kelasnya. Selain belajar kitab kuning juga ada program fardu 'ain, belajar dalail khairat, membaca al barjanzi, program pidato, dan muthala'ah kitab kuning. Setiap malam para santri dan santriwati akan belajar mengaji Alquran, sehingga para santri dan santriwati akan mampu membaca Alquran sesuai dengan makhruzul huruf dan tajwid yang sesuai. Program unggulan di Pesantren Darul Muta'allimin adalah kitab kuning, sehingga untuk mendukung pembelajaran kitab kuning dibuat program kegiatan muthala'ah. Sedangkan program pembelajaran formal SMP dan SMA ialah program pembelajaran seperti sekolah formal pada umumnya. Sehingga ilmu pengetahuan santri dan santriwati di Pesantren Darul Muta'allimin tidak hanya tentang ilmu keagamaan dan belajar kitab kuning semata. Adapun santri dan santriwati kelas 1 dan 2 SMP ada program tambahan yang mewajibkan untuk seluruh santri dan santriwati nya menghafal juz ke 30 Alquran.

2 *Price* (Harga) Pesantren Darul Muta'allimin

Menurut Amiruddin et al., (2021: 47) harga atau biaya jasa pendidikan ialah jumlah uang yang peminta jasa pendidikan harus bayar, dengan kata lain dapat diartikan sebagai biaya atas tawaran yang dibeli oleh pasar sasaran. Uang SPP yang ditetapkan Pesantren darul Muta'allimin sekitar Rp.100.000-Rp.150.000 perbulan untuk setiap santri dan santriwatinya. Akan tetapi Pesantren Darul Muta'allimin memberikan keringanan biaya pendidikan kepada setiap santri dan santriwati yang yatim, piatu, atau yatim piatu, selain

itu juga ada keringanan biaya SPP untuk orangtua santri dan santriwati yang memondokkan dua atau lebih anaknya di Pesantren Darul Muta'allimin tanah merah. Untuk biaya pendaftaran di Pesantren Darul Muta'allimin juga setiap tahunnya terdapat perbedaan tetapi rata-rata uang pembangunan yang ditetapkan Pesantren Darul Muta'allimin ialah sebesar Rp.200.000 perorangnya.

3 *Place* (Lokasi) Pesantren Darul Muta'allimin

Menurut Juhaidi (2022: 54) lokasi yang dimaksud dalam konteks lembaga pendidikan merupakan lokasi tempat dilakukan kegiatan layanan pendidikan. Pesantren Darul Muta'allimin terletak di Desa Tanah Merah, kecamatan Gunung Meriah Aceh Singkil. Pesantren Darul Muta'allimin tidak sulit untuk dijangkau masyarakat meskipun tidak berada di tepi jalan raya tetapi letak pesantren juga tidak berada di pedalaman. Keberadaan Pesantren yang jauh dari jalan raya menjadikan tempat belajar yang terhindar dari suara berisik kendaraan bermotor, lokasi kegiatan pembelajaran di Pesantren Darul Muta'allimin juga nyaman dengan adanya kelas-kelas yang cukup untuk melakukan kegiatan pembelajaran, meskipun terdapat kekurangan kursi untuk setiap kelasnya.

4 *Promotion* (promosi) Pesantren Darul Muta'allimin

Promosi (*promotion*) ialah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di pasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat (Machali dan Hidayat, 2016: 293). Promosi yang dilakukan pesantren Darul Muta'allimin ialah dengan membuat brosur pada ajaran baru. Promosi di sosial media juga dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin meskipun kegiatan promosi di media sosial masih kurang aktif dilakukan oleh pihak Pesantren. Tjiptono (1997: 222) menyebutkan bahwa dalam melakukan promosi terdapat beberapa kegiatan yang dapat dilakukan, seperti publisitas, bentuk kegiatannya seperti pameran, mengadakan seminar, membuat perlombaan dan lainnya. Sehingga dalam hal ini bentuk publisitas yang dilakukan adalah seperti melakukan kegiatan persulukan dan tawajuh pada pada bulan suci Ramadhan dan bulan maulid yang sifatnya terbuka untuk masyarakat umum.

5 *People* (Orang) Pesantren Darul Muta'allimin

Menurut Machali dan Hidayat (2016: 293) *people* (sumber daya manusia) di dunia pendidikan merupakan semua orang yang terlibat dalam kegiatan menyampaikan jasa pendidikan, misalnya Tata Usaha (TU), kepala sekolah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Tenaga pendidik atau guru-guru yang mengajar di Pesantren Darul Muta'allimin terdiri dari alumni-alumni Pesantren Darul Muta'allimin itu sendiri yang menguasai kitab kuning paling rendah tingkat kitab I'anah harus dikuasai oleh tenaga pendidik di Pesantren Darul Muta'allimin, sehingga setiap tenaga pendidik di Pesantren Darul Muta'allimin cukup kompeten, didukung dengan dilakukan evaluasi terhadap kinerja setiap tenaga pendidik pada setiap tahunnya, bertujuan untuk terus meningkatkan kompetensi dari setiap pendidik ataupun guru-guru yang mengajar di Pesantren Darul Muta'allimin.

6 *Physical Evidence* (Bukti Fisik) Pesantren Darul Muta'allimin

Bukti fisik ialah sarana fisik, lingkungan tempat terjadinya kegiatan dalam menyampaikan jasa yang dilakukan oleh penyedia jasa kepada konsumen dengan melakukan interaksi, ditambah dengan beberapa bagian yang diperlukan supaya dapat mendukung pneranan jasa tersebut (Junaris & Haryanti, 2022: 51). Sarana dan prasarana yang dimiliki Pesantren Darul Muta'allimin sudah mencukupi untuk melakukan kegiatan pembelajaran, meskipun secara keseluruhannya belum memadai secara maksimal, hal ini dikarenakan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terlihat masih terdapat kelas-kelas yang kekurangan kursi dan terdapat beberapa kelas yang rusak. Selain itu Pesantren Darul Muta'allimin menciptakan seragam baju yang berbeda dari desain baju pesantren yang lainnya.

7 *Process* (Proses) Pembelajaran Pesantren Darul Muta'allimin

Proses jasa pendidikan (*process*), ialah sistem pelaksanaan lembaga pendidikan dalam mengatur pemasaran jasa pendidikan dengan terlihat pengaruh jelas dalam memposisikan karyawan lembaga pendidikan dalam kegiatan membagi tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran jasa pendidikan (Junaris & Haryanti, 2022: 54). Adapun kegiatan pembelajaran yang berlangsung di Pesantren Darul Muta'allimin mulai dari setelah subuh sampai malam hari penuh dengan kegiatan pembelajaran. Di Pesantren Darul Muta'allimin setelah sholat subuh sampai pukul 07.00 wib para santri dan santriwati tingkat Tsanawiyah akan mengikuti kegiatan belajar fardu ain yang diajar oleh tingkatan kelas Aliyah, pukul 08.00 wib – 12.00 wib seluruh santri dan santriwati akan sekolah belajar kitab kuning sesuai dengan tingkatan kelasnya masing-masing, pukul 14.00- 16.00 wib akan ada kegiatan belajar sekolah formal baik SMP ataupun SMA, setelah magrib akan belajar mengaji Alquran yang diajar oleh kelas Aliyah IV atau kelas Aliyah paling tinggi di Pesantren Darul Muta'allimin, setelah isya akan belajar kitab kuning dan dilanjutkan dengan kegiatan muthala'ah kitab kuning sampai pukul 24.00 wib. Adapun untuk setiap malam kamis, hari kamis dan malam jumat akan ada kegiatan muhadarah yang didalamnya ada kegiatan belajar pidato, membaca sarafal anam dan dalail khairat.

Kendala yang dihadapi di Pesantren Darul Muta'allimin dalam melakukan *marketing* pendidikan

Adapun kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin dalam melakukan *marketing* pendidikan dalam penelitian ini berdasarkan teori Booms dan Bitner yang lebih dikenal dengan istilah 7P meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*. Kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin dalam melakukan *marketing* pendidikan sebagai berikut:

1. *Product*

Produk pendidikan ialah program dan layanan jasa yang diberikan (Azan et al., 2021: 72). Kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin dalam melakukan *marketing* pendidikan terkait *product* ialah tentang bangunan fisik sarana dan prasarana Pesantren Darul Muta'allimin yang kurang mendukung dalam melakukan kegiatan pembelajaran, kekurangan tenaga pendidik bidang kegiatan muthala'ah.

2. *Price*

Kendala dalam pembiayaan di Pesantren Darul Muta'allimin tidak terlalu menjadi kendala, karena selama ini pihak Pesantren Darul Muta'allimin ada menerima sejumlah bantuan pendidikan dari Kementerian Agama, dinas pendidikan Dayah, Bupati dan juga Gubernur.

3. *Place*

Lokasi Pesantren Darul Muta'allimin yang berada di desa paling ujung dan bukan berada diperkotaan akan tetapi lokasi tersebut tidak menjadi kendala dalam melakukan *marketing* pendidikan. Pihak Pesantren Darul Muta'allimin menyebutkan bahwa keberadaan Pesantren Darul Muta'allimin atau yang sering dikenal dengan pesantren Tanah Merah sudah dikenal di masyarakat luas.

4. *Promotion*

Dalam melakukan promosi Pesantren Darul Muta'allimin kendala yang dihadapi ialah kurang aktif dilakukan promosi tentang Pesantren Darul Muta'allimin di sosial media, dengan membuat profil Pesantren Darul Muta'allimin yang menarik minat masyarakat luas. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin ialah dengan membuat kegiatan rutin membuka persulukan dan tawajuh bersama, dalam hal ini dihadapi ialah seperti kurangnya minat masyarakat kaum remaja untuk mengikuti kegiatan rutin yang dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin.

5. *People*

People (sumber daya manusia) di dunia pendidikan merupakan semua orang yang terlibat dalam kegiatan menyampaikan jasa pendidikan, misalnya Tata Usaha (TU), kepala sekolah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan (Machali dan Hidayat, 2016: 293). Sehingga dalam hal ini kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin berkaitan tentang sumber daya manusia ialah perekrutan tenaga pengajar untuk kegiatan program muthala'ah.

6. *Physical evidence*

Kendala dalam melakukan *marketing* pendidikan di Pesantren Darul Muta'allimin ialah berkaitan dengan sarana dan prasarana yang belum memadai dan belum mempunyai teknologi yang canggih seperti pesantren-pesantren maju yang ada di Aceh.

7. *Process*

Kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin dalam proses pembelajaran berkaitan dengan sarana dan prasarana yang kurang memadai dalam mendukung kegiatan pembelajaran serta kekurangan tenaga pengajar muthala'ah di Pesantren Darul Muta'allimin ada di tenaga pengajarnya.

Cara mengatasi kendala *marketing* pendidikan yang dihadapi di Pesantren Darul Muta'allimin

Adapun cara yang dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam melakukan *marketing* pendidikan sebagai berikut:

- a. Menerima hibah-hibah baik itu dari pemerintah atau masyarakat dalam melengkapi sarana dan prasarana pendukung pembelajaran dan terus mengembangkan kegiatan muthala'ah.
- b. Menjalani kerjasama dengan para alumni yang mempunyai wewenang di pemerintahan untuk memperhatikan pesantren.
- c. Untuk mempermudah masyarakat menemukan lokasi pesantren darul muta'allimin membuat pamflet tentang lokasi pesantren.
- d. Pesantren membuat akun sosial media sendiri untuk melakukan promosi tentang pesantren, meskipun dalam praktiknya belum dilakukan secara aktif dari pihak pesantren darul muta'allimin. Selain itu dalam mengatasi kendala kegiatan rutin yang dilakukan pesantren darul muta'allimin sebagai suatu sarana promosi ialah dengan tetap secara rutin melakukan program persulukan dan tawajuh setiap tahunnya dengan mengajak segenap kalangan masyarakat.
- e. Melakukan diskusi dengan para tenaga pengajar pesantren untuk menjadikan kegiatan mengajar muthala'ah sebagai bentuk bakti kepada pesantren.
- f. Menerima hibah-hibah yang diberikan masyarakat baik berbentuk barang ataupun uang.

setiap hari ada bagian bidang keamanan yang akan mengontrol santri dan santriwati untuk aktif ikut pembelajaran dan ditanamkan rasa semangat mengajar untuk para tenaga pendidik. Pihak Pesantren Darul Muta'allimin juga merekrut tenaga pengajar muthala'ah dari dayah Samalanga dan mengadakan rapat dengan para tenaga pendidik di Pesantren Darul Muta'allimin dalam mendukung kegiatan muthala'ah

KESIMPULAN

1. Strategi *marketing* pendidikan yang dilakukan di Pesantren Darul Muta'allimin terdapat beberapa strategi yaitu: melakukan promosi pendidikan melalui sosial media dan membuat brosur, membuat kegiatan rutin, penyesuaian program pendidikan dengan kebutuhan masyarakat, menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki, strategi pembiayaan, santri dan santriwati Pesantren Darul Muta'allimin juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan masyarakat.
2. Strategi bauran *marketing* pendidikan di Pesantren Darul Muta'allimin adalah: program pembelajaran yang berlangsung di Pesantren Darul Muta'allimin terdapat lembaga formal

dan salafiyah, yaitu ada SMP, SMA, Tsanawiyah Salafiyah dan Aliyah Salafiyah. Uang SPP yang ditetapkan Pesantren Darul Muta'allimin sekitar Rp.100.000-Rp.150.000 perbulan untuk setiap santri dan santriwatinya, uang pembangunan yang ditetapkan Pesantren Darul Muta'allimin ialah sebesar Rp.200.000 perorangnya. Lokasi Pesantren Darul Muta'allimin tidak sulit untuk dijangkau. Promosi yang dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin membuat brosur pada ajaran baru. Tenaga pendidik atau guru-guru di Pesantren Darul Muta'allimin terdiri dari alumni-alumni Pesantren Darul Muta'allimin yang cukup kompeten. Sarana dan prasarana mencukupi untuk melakukan kegiatan pembelajaran, meskipun secara keseluruhannya belum memadai secara maksimal. Kegiatan pembelajaran terbagi atas dua lembaga pendidikan yaitu salafi dan formal, lembaga salafi terdapat Tsanawiyah salafiyah dan Aliyah Salafiyah. Dalam mendukung program unggulan ini dibuat program muthala'ah mengkaji ulang kitab kuning yang diajar oleh guru-guru yang berkompeten.

3. Kendala yang dihadapi Pesantren Darul Muta'allimin dalam melakukan *marketing mix* pendidikan ialah: bangunan fisik sarana dan prasarana Pesantren Darul Muta'allimin yang kurang mendukung dalam melakukan kegiatan pembelajaran, kekurangan tenaga pendidik bidang kegiatan muthala'ah; kurang aktif melakukan promosi tentang Pesantren Darul Muta'allimin di sosial media; kurangnya minat kaum muda dalam mengikuti kegiatan rutin yang dilakukan pihak Pesantren Darul Muta'allimin; kendala yang berkaitan dengan kegiatan santri dan santri wati yang full sehingga kadang ada yang bolos dalam kegiatan pembelajaran; kendala berkaitan dengan tenaga pendidik yang jauh dari Pesantren Darul Muta'allimin; perekrutan tenaga pengajar untuk kegiatan program muthala'ah; belum mempunyai teknologi yang canggih seperti pesantren-pesantren maju yang ada di Aceh.
4. Adapun cara yang dilakukan Pesantren Darul Muta'allimin untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam melakukan *marketing mix* pendidikan sebagai berikut: Pesantren Darul Muta'allimin dilakukan dengan menerima hibah-hibah baik itu dari pemerintah atau masyarakat dalam melengkapi sarana dan prasarana pendukung pembelajaran dan terus mengembangkan kegiatan muthala'ah; menjalin kerjasama dengan para alumni yang mempunyai wewenang di pemerintahan untuk memperhatikan pesantren; membuat akun sosial media sendiri untuk melakukan promosi tentang pesantren; tetap secara rutin melakukan program persulukan dan tawajuh setiap tahunnya dengan mengajak segenap kalangan masyarakat; melakukan diskusi dengan para tenaga pengajar pesantren untuk menjadikan kegiatan mengajar muthala'ah sebagai bentuk bakti kepada pesantren; menerima hibah-hibah yang diberikan; bidang keamanan yang akan mengontrol santri dan santriwati untuk aktif ikut pembelajaran dan ditanamkan rasa semangat mengajar untuk para tenaga pendidik; merekrut tenaga pengajar muthala'ah dari dayah Samalanga dan mengadakan rapat dengan para tenaga pendidik di Pesantren Darul Muta'allimin dalam mendukung kegiatan muthala'ah

REFERENSI

- Amiruddin, Ritonga, A. H., & Samsu. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam* (F. A. Pratama (ed.)). Yogyakarta: K-Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Cet 4*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Azan, K., Refika, Tabi'in, A., Patrah, I., Novalina, S., Noviriani, Rizik, M., Prabowo, N., & Pend, H. Z. (2021). *Isu-Isu Global: Manajemen Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Barokah, A. (2023). Strategi Marketing Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan (Studi Kasus Pondok Pesantren. *This Research Is Descriptive- Qualitative with a Direct Approach to Fieldwork, Data Collection Techniques Were*

- Carried out by; 1). Observation, 2). Interview, 3). Documentation. After Conducting in-Depth Research, the Following Specific Results Were Found:*, 4(4), 791–807.
- Berlianada, A. F., Mu, B., Mulya, D., & Harsoyo, R. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Saing Di MA Ma ' arif Al-Mukarrom. *Edumanagerial*, 1(2), 249-263.
- Damayanti, S. P., & Khamidi, A. dan K. (2021). Private Junior High School Marketing Management to Face the New Students Admission (PPDB) Policies of State Junior High Shool in Surabaya. , *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3 (1).
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madaniyah*, 7, 261–283.
- Hasanah, N, dkk. (2022). *Pesantren Salafiyah dalam Lintasan Sejarah*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Juhaidi, A. (2022). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Junaris, I dan Haryanti, N. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Khasanah, A. (2015). “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden,” *el-Tarbawi*, 8 (2), 117.
- Machali, I dan Hidayat, A. (2016). *The Handbook of Education Management; Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Mahmudi. (2023). *Kapita Selekta Pendidikan: Isu Aktual Pendidikan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Siahaan, A dkk. (2023). “Strategi Manajemen Lembaga Pendidikan Islam untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di SMP Swasta IT Al-Munadi Marelan”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Islam Sejarah* 8(3). 1233.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.