

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENDAFTARAN SISWA
DI PONDOK PESANTREN AL-ISLAM JORESAN,
MLARAK, PONOROGO**

SKRIPSI



OLEH:

Khusna Kiswatul Azizah

NIM: 18170040

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENDAFTARAN SISWA
DI PONDOK PESANTREN AL-ISLAM JORESAN,
MLARAK, PONOROGO**

SKRIPSI

Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu (S-1)
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh:

KHUSNA KISWATUL AZIZAH

NIM: 18170040

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENDAFTARAN SISWA
DI PP. AL-ISLAM JORESAN, MLARAK, PONOROGO

Skripsi

Oleh:

Khusna Kiswatul Azizah

NIM. 18170040

Telah disetujui dan disahkan,

Pada tanggal 30 Maret 2022

Oleh:

Dosen Pembimbing



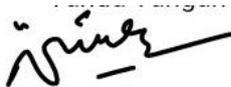
Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag

NIP. 197503102003121004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Nurul Yaqien, S. Pd. I., M. Pd

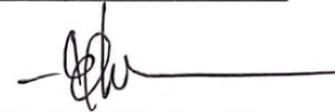
NIP. 197811192006041001

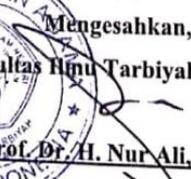
LEMBAR PENGESAHAN

MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENDAFTARAN SISWA
DI PONDOK PESANTREN AL-ISLAM JORESAN,
MLARAK, PONOROGO
SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh
Khusna Kiswatul Azizah (18170040)
telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 April 2022 dan
dinyatakan
LULUS

Serta diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan (S. Pd)

Panitia Ujian	Tanda Tangan
Ketua Sidang Siti Ma'rifatul Hasanah, M. Pd NIP. 19851015209032012	: 
Sekretaris Sidang Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag NIP. 197503102003121004	: 
Pembimbing Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag NIP. 197503102003121004	: 
Penguji Utama Prof. Dr. H. Nur Ali, M. Pd NIP. 196504031998031002	: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. H. Nur Ali, M Pd
NIP. 196504031998031002



REKOMENDASI UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag
NIP : 197503102003121004

Selaku Dosen Pembimbing, menerangkan bahwa:

Nama : Khusna Kiswatul Azizah

NIM : 18170040

Judul : Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Telah melakukan konsultasi dan pembimbingan Skripsi sesuai ketentuan yang berlaku sebagai syarat mengikuti Ujian Skripsi. Selanjutnya sebagai Dosen Pembimbing memberikan *rekomendasi* kepada mahasiswa tersebut untuk mengikuti Ujian Skripsi sesuai mekanisme dan ketentuan yang berlaku.

Demikian Surat Keterangan ini, untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Malang, 30 Maret 2022

Dosen Pembimbing



Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag
NIP. 197503102003121004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khusna Kiswatul Azizah
Nim : 18170040
Fakultas : Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar rujukan.

Malang, 30 Maret 2022



Khusna Kiswatul Azizah

NIM. 18170040

MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

*“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras
(untuk urusan yang lain).”*

(Al-Insyirah: 7)¹

¹ Al-Qur'an Al-Karim. (Kudus, Menara Kudus). Hlm 597

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas ridho-Nya skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Pendastaran Siswa” ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita termasuk umat beliau yang mendapat syafaat kelak. *Aamiin*.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari dukungan dan partisipasi semua pihak. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Nur Ali, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, S. Pd. I., M. Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak Dr. H. Muhammad In’am Esha, M. Ag selaku dosen pembimbing. Atas bimbingan beliau skripsi saya dapat terselesaikan tepat dengan waktunya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Drs. H. Usman Yudi, M. Pd. I selaku Direktur Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo
7. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam proses skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Jazakumullah ahsanal jaza’. Semoga Allah memberi balasan terbaik atas jasa beliau semua. Dengan segala kerendahan hati, penulis serahkan skripsi ini di

hadapan pembaca. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat memberi manfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 9 Maret 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan no 0534/b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	\`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	a
ي	Kasrah	i	i
و	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ِ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...ِ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إَ...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...ِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Grafik peningkatan jumlah siswa 5 tahun terakhir

Tabel 2. Tokoh pendiri Pondok Pesantren Al-Islam

Tabel 3. Jumlah peserta didik tahun 2022

Tabel 4. Tabel perencanaan pemasaran pendidikan PP. Al-Islam

Tabel 5. Biaya pendaftaran santri baru

Tabel 6. Jadwal kegiatan harian santri

Tabel 7. Jumlah guru dan karyawan di Al-Islam

Tabel 8. Implementasi pemasaran pendidikan PP. Al-Islam

Tabel 9. Kesesuaian teori perencanaan dengan temuan di lapangan.

Tabel 10. Kesesuaian teori implementasi dengan temuan di lapangan.

Tabel 11. Kesesuaian teori pengendalian dengan temuan di lapangan.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Brosur PP. Al-Islam
- Gambar 2. Kegiatan Sorogan santri putri dan muhadhoroh
- Gambar 3. Kepramukaan sebagai salah satu ekstrakurikuler Al-Islam
- Gambar 4. Platform digital Al-Islam
- Gambar 5. Jadwal pelajaran di Al-Islam
- Gambar 6. Jarak antara PP. Al-Islam dengan Ponorogo Kota
- Gambar 7. Buku rapor siswa
- Gambar 8. Pekan perkenalan
- Gambar 9. Bukti pembayaran Al-Islam
- Gambar 10. Peta perjalanan menuju Pondok Pesantren Al-Islam
- Gambar 11. Peta perjalanan Pondok Pesantren Darul Hikam menuju Al-Islam
Joresan
- Gambar 12. Group WhatsApp IKAI Al-Islam
- Gambar 13. Kyai dan Sesepuh Al-Islam
- Gambar 14. Wawancara bersama kepala MTs Al-Islam Joresan, Bapak Imro
Ahmadi, S. Ag
- Gambar 15. Wawancara bersama kepala humas, Bapak Iwan Suryanto, M. Th. I
- Gambar 16. Wawancara bersama wali santri, Ibu Nurhayati
- Gambar 17. Wawancara bersama guru pondok pesantren, Ustadzah Ulfa
Rohmawati, S. Pd
- Gambar 18. Wawancara bersama santri, Nadiatul Kholifah
- Gambar 19. Wawancara bersama santri, Rosela Angelina
- Gambar 20. Wawancara bersama santri, Tansa Alvira
- Gambar 21. Wawancara bersama santri, Qorina Ulya
- Gambar 22. Salah satu program unggulan di Pondok Pesantren, *amaliyatutadris*
- Gambar 23. Gedung kantor Al-Islam
- Gambar 24. Pengajian kitab di Pondok Pesantren Al-Islam
- Gambar 25. Kalender Al-Islam
- Gambar 26. Denah Pondok Pesantren Al-Islam

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen penelitian

Lampiran 2. Daftar wawancara

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
ABSTRAK	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Kajian Terdahulu.....	11
F. Definisi Istilah	17
G. Sistematika pembahasan	18
BAB II	20

LANDASAN TEORI.....	20
A. Hakikat Manajemen Pemasaran Pendidikan	20
1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan	20
2. Tujuan Manajemen Pemasaran Pendidikan	23
3. Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan	25
4. Fungsi-Fungsi Manajemen	28
5. Bauran Pemasaran Pendidikan.....	35
B. Konsep Pondok Pesantren	37
1. Pengertian Pondok Pesantren.....	37
2. Sistem Pengajaran di Pondok Pesantren	41
C. Kerangka Berpikir	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	45
C. Sumber Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Teknik Analisis Data	50
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	51
BAB IV	53
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	53
A. Selayang pandang mengenai PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	53
B. Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	61
C. Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	70

D. Pengendalian Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	92
E. Hasil Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	95
BAB V	105
PEMBAHASAN	105
A. Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Pendaftaran Siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo	105
B. Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.	108
C. Pengendalian Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorgo.	116
D. Hasil Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorgo.	121
BAB VI	125
PENUTUP	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
DOKUMENTASI	131
LAMPIRAN	134

ABSTRAK

Azizah, Khusna Kiswatul. 2022. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Pendaftaran Siswa. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag.

Peningkatan jumlah siswa merupakan salah satu keberhasilan dari suatu pengelolaan lembaga pendidikan. Manajemen pemasaran pendidikan sangat dibutuhkan dalam proses pengelolaan lembaga pendidikan. Pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di lembaga tersebut. Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki proses manajemen yang unik dan berbeda dengan lembaga pendidikan pada umumnya. Penting bagi Pondok Pesantren untuk melakukan pemasaran pendidikan agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya dan eksistensi dari Pondok tersebut tetap terjaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menghasilkan informasi deskriptif yang bersumber dari tulisan dan lisan para narasumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Triangulasi merupakan metode untuk mengecek keabsahan data dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses pemasaran pendidikan menggunakan tindakan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi: perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian. Tindakan fungsi manajemen diawali dengan perencanaan, melalui tahap ini lembaga pendidikan merencanakan langkah-langkah dan strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan jasa pendidikannya. Pada tahap implementasi, lembaga pendidikan melaksanakan program-program yang telah direncanakan. Dalam proses pelaksanaannya, lembaga

pendidikan mengacu pada strategi 7p (*product, price, promotion, place, process, phsycal evidence, and people*) ditambah dengan satu strategi yang merupakan ciri khas dari lembaga pendidikan tersebut. Proses pengendalian dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya dengan dua metode, yakni formal dan informal. Pengendalian informal dilaksanakan selama proses pemasaran berlangsung sedangkan pengendalian formal dilaksanakan di akhir proses pemasaran pendidikan.

Kata kunci: *manajemen, pemasaran, pendidikan, pondok, pesantren, kuantitas, siswa.*

ABSTRACT

Azizah, Khusna Kiswatul. 2022. Educational Marketing Management in Increasing Student Enrollment Quantity. Thesis, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Thesis Supervisor: Dr. H. Muhammad In'am Esha, M. Ag.

Increasing the number of students is one of the successes of managing an educational institution. Educational marketing management is very much needed in the process of managing educational institutions. Effective marketing can increase the quantity of student enrollment in the institution. Pondok Pesantren is an Islamic educational institution that has a unique and different management process from educational institutions in general. It is important for Islamic Boarding Schools to conduct educational marketing in order to be able to compete with other educational institutions and the existence of the Pondok is maintained.

This study aims to determine the marketing management of education to increase the quantity of student enrollment. The method used in this research is qualitative research. Qualitative research produces descriptive information sourced from written and oral sources. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation and data retrieval. Triangulation is a method to check the validity of the data in this study.

The results of the study indicate that in the marketing process of education using the actions of management functions which include: planning, implementing, and controlling. The action of the management function begins with planning, through this stage educational institutions plan steps and strategies that can be used to market their educational services. In the implementation phase, educational institutions carry out the planned programs. In the implementation process, educational institutions refer to the 7p strategy (product, price, promotion, place, process, physical evidence, and people) coupled with a strategy that is the hallmark of the educational institution. The control process is carried

out by the leader to his subordinates with two methods, namely formal and informal. Informal control is carried out during the marketing process, while formal control is carried out at the end of the educational marketing process.

Keywords: *management, marketing, education, Islamic boarding school, quantity, students.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam konteks kehidupan masyarakat sekarang, pendidikan menjadi hal yang tidak dapat dinafikkan. Pendidikan telah menjadi sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan. Bahkan, pendidikan telah menjadi semacam rumus yang dijadikan prasyarat bagi sebuah bangsa untuk dapat disebut maju (modern).²Kini pendidikan menjadi tolok ukur kemajuan sebuah bangsa. Suatu bangsa dianggap maju apabila memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi. Dan begitu pula sebaliknya, suatu bangsa akan dianggap mundur apabila tingkat pendidikan di negara tersebut cukup rendah.

Program yang dicanangkan dalam suatu lembaga pendidikan memiliki tujuan umum yakni menumbuhkan sikap saling menghargai sesama manusia. Karena pada dasarnya kita adalah makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri dan saling membutuhkan satu sama lain. Setiap kepala memiliki ego, keinginan, dan pendapat yang berbeda-beda. Maka dari itu, saling menghargai menjadi salah satu kunci kesejahteraan dalam hidup bersama.

Banyak negara yang sudah memiliki kesadaran akan arti penting dari pendidikan. Apabila suatu negara hendak membangun sebuah peradaban,

² Muhammad In'am Esha, "*Pemikiran Mewujudkan Good University Governance (GUG) di Perguruan Tinggi Islam*", Jurnal el-Hikmah Fakultas Tarbiyah UIN Maliki Malang . 10 (1). pp. 91-101. ISSN 1693-1499. hlm 93

maka yang harus diutamakan adalah pendidikan. Oleh karena itu, kini setiap negara berusaha meningkatkan kualitas pendidikan di negaranya.

Semenjak diberlakukannya UU. No. 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional, kini pendidikan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. UU. No. 20 Tahun 2003 ini menjadi landasan yuridis bagi suatu lembaga pendidikan untuk mengelola lembaga pendidikannya. Berdasarkan undang-undang tersebut, setiap lembaga pendidikan memiliki wewenang untuk mengelola pendidikan yang ada dalam lembaga tersebut. Kewenangan pengelolaan tersebut meliputi metode belajar, kurikulum yang digunakan, mutu yang hendak dicapai, strategi pemasaran yang mampu menarik minat masyarakat, dan lain sebagainya.³ Kebebasan yang diberikan pemerintah kepada masing-masing lembaga pendidikan tersebut tentu memiliki batasnya. Meskipun masing-masing lembaga pendidikan memiliki sistem pengelolaan yang berbeda akan tetapi tujuan dari penyelenggaraan pendidikan di Indonesia ialah mencerdaskan kehidupan bangsa. Maka masing-masing lembaga harus memiliki program yang mampu meningkatkan kemampuan siswa untuk menghadapi masa depan.

Apabila kita melihat lembaga pendidikan dari kacamata sebuah *corporate*, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Kenyataan ini diungkapkan oleh Moris dalam Kotler, bahwa dewasa ini tidak ada organisasi baik itu bisnis maupun nonbisnis yang dapat terlepas dari

³ Maskub Abrori, *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda*, Syamil 2015, Vol. 3 No. 2.

pemasaran (*marketing*), organisasi tersebut dapat memilih untuk mengerjakannya demi kebaikan organisasi atau meninggalkannya untuk kemundurannya.⁴ Maka, kini lembaga pendidikan pun dianggap sebagai organisasi bisnis, meskipun “laba” bukanlah tujuan utama dari sekolah, namun untuk menjalankan sistem pendidikannya sekolah membutuhkan dana dari orang tua/wali. Maka dari itu, perhatian utama suatu lembaga adalah siswa sekaligus sebagai konsumen utama. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah atau perguruan tinggi akan mundur peminat, tidak ada, dan akhirnya ditutup.⁵

Dengan demikian, pengelolaan kelembagaan pendidikan Islam membutuhkan berbagai pemenuhan standar sebagai lembaga pendidikan yang dianggap layak dalam menyelenggarakan kegiatan pendidikan, pembelajaran, dan pengajaran, dimana penataan ini dapat pula dipahami sebagai suatu ikhtiar dalam meningkatkan mutu pendidikan dalam perspektif kelembagaan.⁶ Pengelolaan pendidikan membutuhkan berbagai komponen di dalamnya. Suatu lembaga mendapat kewenangan untuk mengelola lembaga pendidikannya apabila telah memenuhi berbagai standar yang ditetapkan.

⁴ Muhaimin, *“Manajemen Pendidikan: Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah”*. (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2010). Hlm 97

⁵ Buchari Alma and Ratih Hurriyati, *“Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima”* (Bandung: Alfabeta, 2009). Hlm 13

⁶ Ali Nizar and Ali Syatibi, *“Manajemen Pendidikan Islam”* (Bekasi: Pustaka Isfahan, 2009), hal. 191

Pendidikan merupakan salah satu produk jasa yang dihasilkan oleh suatu lembaga pendidikan. Masing-masing lembaga memiliki hasil jasa tersendiri dalam pendidikannya. Dalam hal ini, konsumen bebas menentukan lembaga pendidikan yang ingin dituju. Seiring berjalannya waktu, kini bermunculan lembaga pendidikan yang memiliki daya saing tinggi. Masing-masing lembaga berupaya mempertahankan eksistensinya agar para orang tua berminat mendaftarkan putra putrinya di lembaga tersebut. Salah satu upaya mempertahankan eksistensi lembaga ialah melakukan pemasaran lembaga pendidikan.

Khususnya dalam marketing pendidikan John R. Silber yang dikutip Buchari Alma menyatakan bahwa *“in another sense, marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and character as well”*. Dengan kata lain bahwa etika *marketing* dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.⁷ Hal tersebut karena pendidikan merupakan salah satu wadah pembentukan generasi bangsa, maka perlu ada penanaman materi sejak dini.

Fungsi pemasaran jasa pendidikan/sekolah sendiri termasuk bagian dari teknik pemasaran yang bertujuan untuk mencapai hasil yang lebih baik

⁷ Dadang Suhardan, dkk. *“Manajemen Pendidikan”*. (Bandung, Alfabeta: 2009) Hlm 337

dibandingkan dengan teknik pemasaran yang tidak dapat mencapai target jumlah siswa atau pengguna jasa pendidikan yang diinginkan.⁸

Dalam Islam, perdagangan merupakan hal yang diperbolehkan. Bahkan pemimpin umat muslim, Rasulullah SAW pun seorang pedagang yang tersohor dan sukses pada masanya. Di kalangan pedagang lainnya, beliau dikenal sebagai sosok yang jujur, ulet dan cerdas. Kegiatan pemasaran sering dikaitkan dengan proses perdagangan. Secara konsep, strategi dan praktik keduanya memiliki kesamaan. Hal tersebut karena strategi pemasaran merupakan ilmu dan seni dalam proses menyampaikan dan memberikan pesan mengenai suatu produk atau barang jasa kepada para konsumen dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat setempat⁹.

رَيْبٌ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا

Artinya: “kitab (Al-Qur’an) ini tidak ada keraguan padanya, (sebagai) petunjuk bagi mereka yang bertaqwa”

Ayat diatas dapat dikatakan sebagai “promosi Al-Qur’an”. Melalui ayat diatas, Allah memberitahukan bahwa Al-Qur’an merupakan kitab yang sempurna. Didalamnya tidak terdapat keraguan sedikitpun. Relevansi Al-Qur’an terjamin sampai hari kiamat tiba. Allah menjamin kebenaran Al-Qur’an sebagaimana seorang pebisnis menjamin kualitas dari produk yang ditawarkannya. Kualitas tersebut disertai dengan mencantumkan fungsi Al-Qur’an sebagai petunjuk (hudan) dan menyebut pula siapa saja yang bisa

⁸ Willem Mantja, “Manajemen Pendidikan Dan Supervisi Pengajaran” Malang: Wineka Media (2002).

⁹ Veitzal Rivai Zainal dkk, “Islamic Marketing Manajement”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm 80.

mendapat petunjuk dari Al-Qur'an. Bukankah dalam berbisnis harus ditentukan pula sasaran dari produk tersebut?. Dapat disimpulkan bahwa ayat ini mengajarkan kepada umat Islam dalam proses berbisnis hendaknya menggunakan prosedur yang serupa dengan ayat diatas.

Pondok Pesantren merupakan suatu lembaga pendidikan agama Islam yang berada di bawah kepemimpinan seorang atau beberapa kiai dengan ciri khas dari masing-masing pemimpin. Semua keputusan yang diambil merupakan atas pertimbangan dari seorang Kyai. Pondok pesantren berdiri dan diakui masyarakat sejak lama dengan sistem asrama (komplek) atau tinggal menetap di lingkungan pondok pesantren, dimana santri menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah, yang diajarkan langsung oleh ustadz dan ustadzah.¹⁰ Dengan diterapkannya strategi pemasaran pendidikan yang baik dapat menjadi sumbangsih pondok pesantren dalam memajukan pemuda dan pemudi Indonesia. Apalagi pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang memiliki peran penting dalam proses kemerdekaan Indonesia. Meskipun pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang cukup diminati masyarakat, namun perlu adanya pemasaran pendidikan di pondok pesantren. Hal tersebut karena semakin kompleksnya kebutuhan masyarakat akan pendidikan yang mencetak generasi berkarakter dan siap terjun di masyarakat secara langsung.

Berbicara tentang Pondok Pesantren merupakan suatu hal yang menarik yang selalu dibahas di masyarakat sekitar. Proses manajemen yang

¹⁰Irfan Fauzan dan Muslimin, *Efektifitas Metode Sorogan Dalam Meningkatkan Minat Belajar Santri Di Madrasah Diniyah Haji Ya'qub Lirboyo Kediri*, INTELEKTUAL Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman, Vol 8 No 1 April 2018, hlm 71. Diakses pada 24 April 2021 pukul 09.36 WIB

dilakukan pesantren pada umumnya yaitu seperti manajemen di lembaga pendidikan yang lain. Hanya saja pada pesantren memiliki keunikan tersendiri mulai dari model kurikulum, proses pendidikan (kegiatan belajar mengajar), rekrutmen peserta didik, dan pola manajerial seorang pemimpin.¹¹ Meskipun begitu, manajemen dalam pondok pesantren memiliki tingkat kesulitan tersendiri dalam pengelolaannya. Pola kepemimpinan pun didasarkan pada keputusan dari pimpinan pondok atau kyai. Hal tersebut menandakan bahwa pemegang kekuasaan tertinggi dalam suatu Pondok Pesantren ialah seorang Kyai. Maka dari itu, penting bagi pondok pesantren untuk terus melakukan inovasi guna mempertahankan eksistensi pondok di era milenial ini.

Kegiatan pemasaran dapat meningkatkan daya saing terhadap lembaga pendidikan lain. Kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat. Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

Untuk mencapai jumlah siswa yang ditargetkan perlu adanya peran dari warga sekolah. Salah satunya ialah asatidz dan karyawan. Asatidz dan karyawan memegang peranan penting dalam proses pemasaran pendidikan karena asatidz dan karyawan merupakan warga yang mengetahui seluk beluk madrasah.

¹¹ Fathul Aminudin Aziz, *“Manajemen Pesantren: Paradigma Baru Mengembangkan Pesantren ditinjau dari Teori Manajemen”*, (Purwokerto: STAIN Press, 2014), hlm 11.

Pondok Pesantren Al-Islam Joresan merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam di Ponorogo. Al-Islam turut serta mencetak kader unggul bangsa melalui pendidikan. Secara struktur, lembaga ini berada di bawah naungan Kementerian Agama. Dalam pembelajarannya, Al-Islam Joresan menggunakan tiga kurikulum, yaitu kurikulum pondok salafiyah, kurikulum pondok modern dan kurikulum Kementerian Agama.

Meskipun banyak sekali pondok yang bermunculan di Ponorogo, namun Pondok Pesantren Al-Islam Joresan ini memiliki kenaikan grafik siswa baru setiap tahunnya. Posisinya sebagai lembaga pendidikan swasta tidak menurunkan kepercayaan orang tua dan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya disana. Al-Islam Joresan terus melakukan inovasi pendidikan dalam berbagai bidang. Salah satunya pada pemasaran pendidikan. Al-Islam Joresan melakukan inovasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Kini pemasaran juga dilakukan secara *online*. Al-Islam melakukan pemasaran pendidikan melalui website, *instagram*, *facebook* dan platform digital lainnya.

Pondok Pesantren Al-Islam memiliki kenaikan jumlah siswa yang signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan data yang peneliti dari Kasubag Humas, yaitu Bapak Iwan Suryanto diketahui bahwa jumlah siswa baru 5 tahun terakhir yaitu (a) pada tahun 2021 terdapat 735 santri baru, (b) pada 2020 terdapat 725 santri baru, (c) pada 2019 terdapat 629 santri baru, (d) pada

2018 terdapat 604 santri baru, dan (e) pada 2017 terdapat 428 santri baru.¹²

Peningkatan jumlah lembaga pendidikan serta persaingan lembaga pendidikan yang cukup tinggi membuat setiap lembaga diharuskan memiliki strategi manajemen pemasaran pendidikan yang cukup baik. Ditengah persaingan yang cukup tinggi pula PP. Al-Islam mampu mempertahankan eksistensinya di hadapan masyarakat sehingga masih mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya di PP. Al-Islam.



Tabel 1. Grafik peningkatan jumlah siswa 5 tahun terakhir

Berangkat dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk menyusun penelitian sebagai tugas skripsi yang berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Pendaftaram Siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo”.

¹² Hasil Wawancara Dengan Bapak Iwan Suryanto Selaku Kasubag Humas Pp. A-Islam Pada Jumat, 04 Juni 2021

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo?
2. Bagaimana implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo?
3. Bagaimana proses pengendalian pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo?
4. Bagaimana hasil proses pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo
2. Untuk mengetahui implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo
3. Untuk mengetahui proses pengendalian manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

4. Untuk mengetahui hasil proses pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis
 - a) Dapat mengembangkan wawasan, pengetahuan serta pengalaman peneliti mengenai strategi pengelolaan dan manajemen institusi pendidikan.
 - b) Sebagai bahan kajian ilmiah khususnya bagi mahasiswa jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan konstribusi konstruktif serta dijadikan bahan pertimbangan pengelola pendidikan khususnya di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan untuk lebih meningkatkan daya saingnya dalam mencerdaskan kehidupan bangsa yang beriman dan bertaqwa.

E. Kajian Terdahulu

Menelusuri kajian terdahulu dari suatu penelitian sangat dibutuhkan untuk mengukur relevansi dari penelitian yang peneliti susun. Selain itu, kajian terdahulu juga berfungsi sebagai upaya menghindari duplikasi terhadap penelitian ini. Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa karya penelitian

sebelumnya yang memiliki tema yang hampir relevan dengan tema yang diangkat peneliti yakni sebagai berikut:

Penelitian pertama mengambil tesis yang lokasi penelitiannya sama dengan peneliti, yakni Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo. Tesis tersebut merupakan karya Nuril Finawati, mahasiswi pasca sarjana IAIN Ponorogo yang berjudul *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Nilai Panca Jiwa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo* tahun 2020. Secara detail, penelitian ini memiliki beberapa kesimpulan, yaitu: (a) Dalam perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan semua pihak dilibatkan sehingga keputusan yang diambil sesuai dengan hasil pemikiran bersama, jenis perencanaan yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan adalah berdasarkan jangka waktu yaitu jangka pendek dan jangka menengah. (b) Implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan pelaksanaannya sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan yang diwujudkan pada berbagai kegiatan dari kepala sekolah atas dasar keputusan bersama. (c) Pengendalian manajemen pemasaran jasa pendidikan Pondok Pesantren Al-Islam Joresan dilakukan dengan pengendalian melekat yang dilakukan secara terus menerus guna menekan penyimpangan yang terjadi dan melakukan perbaikan.

Skripsi karya Ulfa Nurtionita. Mahasiswi IAIN Purwokerto dengan judul skripsi *Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto* tahun 2020. Kesimpulan dari skripsi ini ialah: manajemen pemasaran yang dilakukan menerapkan tahapan-

tahapan fungsi manajemen pada umumnya yaitu POAC. Selain melakukan tindakan-tindakan fungsi manajemen, pondok pesantren juga menganalisis *SWOT* agar pondok terus termotivasi dalam menghadapi tantangan-tantangan di zaman yang terus berkembang saat ini. Setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan ada beberapa faktor pendukung dan penghambat pondok pesantren. Faktor pendukung diantaranya yaitu kemajuan teknologi yang memberikan kemudahan konsumen dalam mengakses informasi lebih jauh tentang pondok pesantren dan tim kerja panitia penerimaan santri baru yang solid sehingga dapat bekerja tanpa adanya kesalahpahaman dalam teknis pemasaran. Adapun faktor penghambat yaitu sebaliknya, apabila tim kerja panitia tidak solid atau terjadi tindakan penyimpangan tersebut dapat mengalami kesalahan teknis. Dengan kesalahpahaman tersebut, pondok pesantren melakukan kegiatan evaluasi yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali.

Skripsi karya Khoirun Ni'am, mahasiswa UIN Walisongo. Skripsi tersebut berjudul *Implementasi Pemasaran Pendidikan di Pondok Pesantren Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati* tahun 2018. Kesimpulan dari skripsi tersebut ialah: Implementasi strategi pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati adalah pertama, produk terkait dengan hal ini, salah satu cara yang dilaksanakan adalah adanya brand “ Taat beribadah, berakhlakul karimah, dan unggul dalam prestasi”, meluluskan siswa yang unggul baik dalam bidang intrakurikuler, ekstrakurikuler dan keagamaan, dibuktikan juga dengan diraihnya berbagai prestasi, nilai akreditasi madrasah yang diperoleh: A (Amat Baik), serta tersedianya sarana dan prasarana

madrasah yang menunjang kegiatan belajar mengajar. Kedua, harga atau biaya yang mudah untuk dijangkau kemampuan masyarakat terutama wali murid, dari sekolah juga memberikan keringanan biaya bagi siswa yang berprestasi dan membantu siswa yang tidak mampu maupun siswa yatim piatu dan program PIP. Ketiga, tempat yang di desain secara baik mulai dari letak madrasah di tengah-tengah desa dan mudah untuk ditempuh, serta lingkungan di madrasah terlihat bersih dan di halaman madrasah ada tumbuh-tumbuhan yang membuat madrasah tampak indah dan nyaman untuk belajar. Selain itu, di dalam kelas terpasang media pembelajaran dan juga ventilasi kelas yang cukup sehingga anak-anak merasa nyaman untuk belajar. Keempat, promosi dengan menerapkan strategi promosi secara langsung, yaitu dengan melakukan sosialisasi atau kunjungan di SD maupun di MI yang bertujuan untuk mempromosikan madrasah kepada siswa atau kepada asatidz, sedangkan promosi secara tidak langsung, yaitu diantaranya pemasangan spanduk, media online/*facebook*, brosur maupun pamflet.

Skripsi Karya Laeli Mubaridah yang berjudul Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini pada tahun 2016. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: manajemen pemasaran PAUD di Kecamatan Bodeh menggunakan cara sosialisasi dalam kegiatan PKK, pengajian, posyandu dan door to door. Faktor pendukung dalam manajemen pemasaran PAUD di Kecamatan Bodeh yaitu: peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan pendidikan asatidz dan tidak ada persaingan dengan lembaga lain. Sedangkan

15amphl penghambatnya yaitu: orang tua belum sadar pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini, banyak orang tua yang merantau dan kendala dalam biaya.

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nuril Finawati (2020)	<i>Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Nilai Panca Jiwa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo</i>	Membahas mengenai manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif.	Penelitian karya Nuril lebih berfokus pada lembaga MTs Al-Islam, sedangkan peneliti membahas mengenai manajemen di Pondok Pesantrennya. Peneliti juga berfokus pada hasil manajemen pemasaran pendidikan di Al-Islam
2	Ulfa Nurtionita (2020)	<i>Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto</i>	Berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren. Metode penelitian yang digunakan pun sama.	Bauran pemasaran yang peneliti gunakan mengacu pada 7p, sedangkan penelitian skripsi karya Ulfa Nurtionita menggunakan 5p.
3	Khoirun Ni'am (2018)	<i>Implementasi Pemasaran Pendidikan di</i>	Berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan di Pondok	Skripsi karya Khoirun Ni'am hanya berfokus pada

		Pondok Pesantren Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati	Pesantren. Metode penelitian yang digunakan pun sama.	implementasi pemasaran pendidikan. Sedangkan dalam penelitian ini befokus pada fungsi manajemen pemasaran pendidikan.
4	Laeli Mubaridah (2016)	Manajemen pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini (Studi Pada Lembaga PAUD di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)	Membahas mengenai manajemen pemasaran di suatu lembaga pendidikan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif	Penelitian skripsi karya Laeli membahas mengenai implementasi, faktor penghambat dan pendukung dari proses manajemen pemasaran pendidikan. Sedangkan pada penelitian ini befokus pada fungsi manajemen dan hasilnya.
5	Khoirunnisa' (2017)	Strategi pemasaran pondok pesantren Nurul 'Ulum kauman kota Gajah, Lampung Tengah	Membahas mengenai manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren. Metode yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif	Penelitian sebelumnya befokus pada strategi pemasaran pendidikan saja. Sedangkan pada penelitian ini

				berfokus pada perencanaan, implementasi, pengendalian dan hasilnya pula.
--	--	--	--	--

Penelitian ini secara substantif memiliki kesamaan dengan kelima karya penelitian diatas, yaitu membahas mengenai manajemen pemasaran pada lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren. Akan tetapi, yang menjadi perbedaannya ialah dalam penelitian ini secara khusus membahas mengenai manajemen pemasaran pendidikan yang meliputi proses perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan hasil pemasaran pendidikan. Lokasi dari penelitian ini pun berbeda dengan ketiga karya penelitian diatas, yaitu di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

F. Definisi Istilah

1. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan adalah suatu proses atau rangkaian kegiatan yang mengatur proses yang dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan untuk menarik minat masyarakat dengan memberi kepuasan dan menunjukkan citra yang baik kepada masyarakat.

2. Kuantitas Pendaftaran Siswa Baru

Kuantitas pendaftaran siswa baru memiliki arti jumlah atau banyaknya siswa yang mendaftar untuk dapat belajar dan menjadi bagian dari suatu lembaga madrasah.

3. Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan yang lebih memfokuskan pembelajarannya pada penanaman nilai-nilai keagamaan dan biasanya masing-masing lembaga memiliki kurikulum dan strategi sendiri dalam mengembangkan lembaganya.

G. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk mempermudah dan memberikan gambaran terhadap maksud yang terkandung dalam penelitian ini, untuk memudahkan penyusunan hasil penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang dilengkapi dengan pembahasan-pembahasan yang dipaparkan secara sistematis yaitu:

BAB I berisi pendahuluan. Bab ini berfungsi untuk memberi gambaran secara global permasalahan yang dibahas, yaitu terdiri dari: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi kajian teori. Bab ini berfungsi sebagai acuan dalam analisis data penelitian. Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan yang meliputi perencanaan, implementasi, dan hasil jasa pendidikan. Selain itu, dalam bab ini juga membahas mengenai seluk beluk pondok pesantren.

BAB III berisi metode penelitian. Bab ini berfungsi sebagai acuan dalam proses penelitian yang dilakukan. Bab ini meliputi jenis penelitian,

lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV berisi paparan data dan tempat penelitian. Bab ini berfungsi sebagai informasi mengenai seluk beluk lokasi penelitian dan temuan data yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan proses penelitian.

BAB V berisi pembahasan. Dalam bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian dari sumber data yang digunakan.

BAB VI penutup. Berisi kesimpulan dan saran. Dalam bab ini peneliti menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukannya serta memberikan saran dan masukan terhadap proses penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Sudjana, manajemen merupakan rangkaian berbagai kegiatan wajar yang dilakukan seseorang berdasarkan norma-norma yang telah ditetapkan dan dalam pelaksanaannya memiliki hubungan dan saling keterkaitan dengan lainnya.¹³ Dalam pelaksanaannya, kegiatan tersebut dilaksanakan oleh beberapa orang yang tergabung dalam satu kelompok yang memiliki tujuan sama.

Stoner mengartikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹⁴ Menurut Stoner, manajemen terdiri dari empat konsep, yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Proses manajemen membutuhkan partisipasi dari seluruh sumber daya yang ada dalam kelompok tersebut. Dalam proses manajemen, keahlian dari masing-masing sumber daya sangat dibutuhkan sehingga tujuan dari suatu organisasi dapat tercapai.

Terry mendefinisikan manajemen melalui pengertian yang lebih sederhana, yaitu *management is getting things done through the effort of*

¹³ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Indonesia. "Manajemen Pendidikan", (Bandung, ALFABETA: 2009), hlm 87

¹⁴ *Ibid.*, Hlm 86

other people.¹⁵ Manajemen ialah kegiatan menyelesaikan sesuatu melalui upaya orang lain. Proses manajemen dapat berjalan dengan baik apabila pekerjaan dilaksanakan oleh beberapa orang dengan tugas yang terstruktur. Kegiatan manajemen tidak akan terwujudkan apabila hanya dilakukan oleh satu orang saja. Manajemen dapat berjalan apabila terdapat partisipasi dari berbagai pihak serta pembagian tugas yang jelas.

Setiap ahli memberi pandangan yang berbeda mengenai pengertian manajemen. Maka dari itu, tidak dapat dengan mudah memberikan arti universal yang dapat diterima oleh semua orang. Namun demikian dari pikiran-pikiran ahli tentang definisi manajemen kebanyakan menyatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses tertentu yang menggunakan kemampuan atau keahlian untuk mencapai suatu tujuan yang di dalam pelaksanaannya dapat mengikuti alur keilmuan secara ilmiah dan dapat pula menonjolkan kekhasan atau gaya manajer dalam mendayagunakan kemampuan orang lain.¹⁶ Manajemen berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengatur orang lain yang pada akhirnya menjadi profesi. Aturan tersebut tersusun secara sistematis dan bertujuan menjadikan pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Proses manajemen juga bergantung pada gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam kelompok tersebut. Maka dari itu, setiap kelompok memiliki gaya manajerial yang berbeda.

¹⁵ *Ibid.*, hlm 87

¹⁶ *Ibid.*, hlm 86.

Menurut Engkoswara dan Ann Komariah, pendidikan merupakan usaha untuk menciptakan lingkungan secara sengaja dan bertujuan untuk mendidik, melatih dan membimbing seseorang agar seseorang itu dapat menjadi pribadi yang lebih baik dan dapat berpartisipasi secara produktif dan kreatif dalam pembangunan.¹⁷ Maka dari itu, pendidikan dipercaya oleh masyarakat sebagai wadah dalam pembentukan generasi bangsa yang bermoral dan intelektual.

Sedangkan pendidikan Islam merupakan suatu sistem pendidikan yang dikembangkan oleh ajaran dan nilai-nilai Islam.¹⁸ Pendidikan Islam merupakan proses mendidik, melatih dan membimbing agar memiliki pribadi yang baik dan produktif sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam. Semua hal yang diajarkan dalam pendidikan Islam berguna bagi kehidupan umat Islam di dunia, sekarang, besok atau masa yang akan datang.

Kotler memberikan pengertian mengenai pemasaran yaitu *marketing is the process of defining, anticipating, and creating customer needs and wants, and of organizing all the resources of the company to satisfy them at greatest profit to the company and to the customer.*¹⁹ Pemasaran adalah proses menentukan, mengantisipasi, dan menciptakan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mengatur semua sumber daya

¹⁷ Muhammad Rohman, dkk. “*Manajemen Pendidikan: Analisis Dan Solusi Terhadap Kinerja Manajemen Kelas Dan Strategi Pengajaran Yang Efektif*”, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2012) hlm 4.

¹⁸ Muhaimin, “*Rekonstruksi Pendidikan Islam*”. (Jakarta: Rajawali Pers, 2009) Hlm 14

¹⁹ *Op. Cit.*, Hlm 336

perusahaan untuk memuaskan mereka dengan keuntungan besar bagi perusahaan dan pelanggan.

Sedangkan manajemen pemasaran atau *marketing* adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, serta mengomunikasikan nilai unggul kepada pelanggan.²⁰

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran pendidikan memiliki arti sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa pendidikan (orang tua/wali murid).²¹

2. Tujuan Manajemen Pemasaran Pendidikan

Tujuan pemasaran ialah untuk memberikan arah dan tujuan pada kegiatan-kegiatan lembaga pendidikan. Selain itu, tujuan pemasaran ialah membuat produk perusahaan atau lembaga yang kompetitif karena ada nilai perbedaan dengan kompetitor.²² Perusahaan atau lembaga yang unggul pasti memiliki perbedaan yang semakin baik dibanding lembaga lainnya. Dibutuhkan kejelian, kecermatan dan kreatifitas tinggi untuk menciptakan suatu perbedaan.

²⁰ M. Munir. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik". INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Vol. 1 No. 2, April 2018. Hlm 80

²¹ *Ibid.*, Hlm 81

²² *Ibid.*, Hlm 82

Di dalam orientasi tujuan pemasaran lembaga pendidikan adalah memaksimalkan kepuasan konsumen atau pelanggan pendidikan. Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat, sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Zeithaml et al menyatakan “*satisfaction is the consumer’s fulfillment response. It is a judgement that a product pleasurable level of consumption related fulfillment*”. Kepuasan merupakan respons konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya, ada kemungkinan barang atau jasa.²³

Selain itu, terdapat lima faktor yang dominan dan menjadi penentu mutu layanan jasa pendidikan, yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan para guru/dosen dalam memberikan jasa pendidikan berupa materi pembelajaran yang terpercaya, akurat dan konsisten.
- b. Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pemilik lembaga untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen atau pemakai jasa pendidikan, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat.
- c. Kepastian (*assurance*), masing-masing guru atau karyawan harus mampu memberikan kepastian kepada para pelanggan

²³ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Indonesia. “*Manajemen ...*” hlm 338

(orang tua maupun siswa) mengenai produk yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan ini. Kepastian dapat berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya janji dalam promosi.

- d. Empati, yaitu kesanggupan para guru dan karyawan dalam memberi kepedulian dan perhatian kepada pihak lain. Guru dan karyawan harus mampu mendengarkan keluhan kesah yang dialami oleh siswa maupun orang tua siswa. Selain itu, guru dan karyawan juga dapat memberi saran yang dibutuhkan oleh para siswa maupun orang tua siswa.
- e. Berwujud (*fangible*), penentu mutu layanan yang terakhir yaitu segala sarana dan prasarana yang tersedia memiliki wujud. Sarana dan prasarana tersebut misalnya gedung sekolah, kebersihan di dalam gedung, letak tata ruang yang rapi dan mendukung proses pembelajaran.²⁴

3. Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan

Konsep manajemen pemasaran memiliki tiga unsur yang harus diperhatikan. Konsep tersebut sebagai alat ukur apakah aktivitas dalam suatu pemasaran telah dikelola sesuai dengan standar yang telah

²⁴ M. Munir. “*Manajemen Pemasaran ...*” hlm 83

ditetapkan. Adapun ketiga unsur penting konsep manajemen pemasaran tersebut adalah:²⁵

a. Orientasi pada konsumen

Fokus pada konsumen merupakan salah satu prioritas utama dalam menghasilkan sebuah produk. Konsumen menjadi perhatian utama suatu perusahaan dalam berbagai hal maupun bentuk-bentuk strategi bisnis yang hendak digunakan. Proses yang dilaksanakan dalam manajemen memiliki arah yang sama, yakni tercapainya suatu tujuan bersama yang telah ditentukan. Apabila para pelanggan tidak merasa puas dengan hasil produk tersebut, maka segala bentuk tindakan-tindakan yang dilakukan dalam manajemen tersebut tidak memiliki hasil yang memuaskan pula.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa tujuan utama suatu lembaga pendidikan dalam melakukan proses pemasaran pendidikan ialah berorientasi pada konsumen yang dalam hal ini konsumen merupakan siswa.

b. Proses penyusunan beberapa kegiatan dalam pemasaran secara menyeluruh

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang terdiri dari berbagai rangkaian kegiatan strategis. Perlu adanya penyusunan yang matang dan terencana agar suatu kegiatan pemasaran dapat menjadi tujuan yang telah ditetapkan. Proses penyusunan harus

²⁵ Akmad Muadin, “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an*”, TA’ALUM: Jurnal Pendidikan Islam, Vol 05 No 2 November 2017, hlm 7-8

dilakukan secara menyeluruh sehingga proses tersebut dapat memiliki dampak baik bagi peningkatan produk yang hendak ditawarkan kepada para konsumen atau siswa.

c. Kepuasan konsumen

Salah satu unsur terpenting dalam proses penyusunan konsep mengenai pemasaran ialah kepuasan dari para konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari manajemen yang baik. Penilaian mengenai kepuasan konsumen dapat diukur melalui berbagai cara, misalnya dengan kualitas dari produk yang telah dihasilkan, strategi pemasaran yang dilakukan, dan lain sebagainya. Kepuasan dari para konsumen juga dapat meningkatkan kepercayaan dan citra yang baik bagi lembaga pendidikan tersebut.

Menurut Tjiptono, kepuasan pelanggan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah aset berharga perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan jumlah peminat di suatu perusahaan.²⁶

Manajemen pemasaran yang baik juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kuantitas dari santri baru. Kepuasan para pelanggan atau konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menimbulkan dampak positif bagi keharmonisan hubungan keduanya. Akan ada perubahan bagi pelanggan yang

²⁶ M Munir, *“Manajemen Pemasaran Pendidikan...,”* hlm 88

membeli untuk kedua kalinya, para pelanggan akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang-orang disekitarnya pula.

Apabila dipandang dari segi jasa suatu pendidikan, maka tiga unsur konsep manajemen diatas memiliki hubungan dalam proses kegiatan pemasaran. Saat hendak melaksanakan proses pemasaran, perlu adanya rencana yang matang dan terstruktur mengenai proses pemasaran. Rencana yang terstruktur tersebut dapat menjadi salah satu penyebab tertariknya para konsumen untuk menggunakan produk berupa lembaga pendidikan tersebut. Suatu lembaga pendidikan wajib melakukan pelayanan yang baik bagi para konsumen. Pelayanan yang baik akan dapat memuaskan para pelanggan pendidikan sehingga mereka akan bersikap loyal terhadap lembaga pendidikan tersebut serta merekomendasikan lembaga pendidikan tersebut kepada khalayak ramai. Kesetiaan para pelanggan dan peningkatan jumlah siswa dapat menjadi salah satu motivasi bagi para pengelola lembaga pendidikan untuk senantiasa meningkatkan proses pemasaran di lembaga pendidikan tersebut.

4. Fungsi-Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen ialah bagian-bagian atau proses yang harus ada dalam sebuah manajemen. Mengenai hal ini, terdapat banyak pendapat dari berbagai ahli. Perbedaan pendapat ini disesuaikan dengan faktor kebutuhan, keadaan dan latar belakang dari lingkungan itu sendiri.

Menurut Henry Fayol fungsi-fungsi manajemen meliputi:

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Pemberian perintah
- d. Pengkoordinasian
- e. Pengendalian

Sedangkan fungsi-fungsi manajemen menurut Louis A. Allen ialah:

- a. Perencanaan
- b. Penyusunan kerja
- c. Memimpin
- d. Pengendalian

Fungsi-fungsi manajemen menurut James Stoner ialah:

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Memimpin
- d. Pengendalian²⁷

Dan masih banyak lagi pendapat mengenai fungsi-fungsi manajemen dari para ahli. Fungsi-fungsi diatas memiliki perbedaan dan persamaan. Secara umum, fungsi-fungsi manajemen meliputi tiga hal berikut.

- a. Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap awal dari sebuah kegiatan manajemen. Perencanaan merupakan kegiatan menyiapkan rangkaian kegiatan sistematis yang menjadi penentu langkah dari manajemen

²⁷ Imam Machali dan Ara Hidayat, “*Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*”. (Penerbit Kaukaba, Yogyakarta: 2021) hlm 236

tersebut. Proses perencanaan berlangsung dalam kurun waktu tertentu tergantung situasi dan kondisi.

Menurut Burhanuddin, perencanaan yang baik harus membuat beberapa aspek: dibuat berdasarkan data yang ada dan dipikirkan pula kejadian-kejadian yang mungkin timbul sebagai akibat tindakan pelaksanaan yang diambil, harus dibuat oleh orang yang sungguh-sungguh memahami teknik perencanaan, rencana harus disertai oleh rincian yang teliti dan detail, rencana harus bersifat sederhana.²⁸

Perencanaan dapat dikatakan sebagai kunci utama dalam sebuah manajemen. Perencanaan yang baik akan berdampak pada pelaksanaan dan pengendalian yang baik pula dalam proses manajemen. Maka dari itu, dalam proses penyusunan rencana membutuhkan orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya. Perencanaan juga harus disusun dengan sederhana sehingga akan lebih mudah untuk memahaminya. Pemahaman yang mudah akan memudahkan pula dalam proses implementasinya. Selain itu, perencanaan yang disusun harus sesuai dengan data lapangan yang sebenarnya sehingga proses implementasinya akan berjalan dengan lancar pula. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Insyirah ayat 7 dan 8.

بِفَاذٍ فَرَّغَتْ فَاَنْصَبَ . وَ اِلَى رَبِّكَ فَارِعْ

²⁸ *Ibid*, hlm 22

Artinya: “Apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

Aspek perencanaan meliputi apa yang dilakukan, siapa yang harus melakukan, kapan dilakukan, dimana dilakukan, bagaimana melakukannya, apa saja yang diperlukan agar tercapai tujuan secara maksimal.²⁹

Dalam proses perencanaan juga perlu mempertimbangkan aspek yang ada di dalamnya. Konsep *5W + 1H* dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses perencanaan. Dengan konsep yang jelas akan memudahkan para pelaksana untuk memahami maksud perencanaan tersebut dan mengimplementasikannya.

Perencanaan yang dilakukan dalam proses pemasaran pendidikan dapat berupa menyusun program kerja, penyusunan panitia, perencanaan produk dari pendidikan tersebut dan lain sebagainya.

b. Pengorganisasian

Fungsi manajemen selanjutnya ialah pengorganisasian. Pengorganisasian dapat dikatakan sebagai “urat nadi” dalam sebuah kelompok atau organisasi. Kegiatan manajemen dalam tahap ini meliputi pembagian tugas antar anggota, dan proses interaksi antar anggota.

²⁹ *Ibid.*, hlm 21

At-Tandziim atau pengorganisasian merupakan wadah tentang fungsi setiap orang, hubunga kerja baik secara vertical maupun horizontal. Dalam surat Ali Imran Allah SWT berfirman ayat 103 :

لَا تَفْرَقُوا^{٣٠} وَادْكُرُوا اللَّهَ عَلَيْهِمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَأَلَّفَ وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَ
نُ اللَّهُ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ
لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya: “Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan ni`mat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena ni`mat Allah orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu daripadanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.

Ayat diatas menunjukkan bahwa organisasi merupakan kumpulan orang-orang yang bisa diorganisir dengan baik. Maka hendaklah bersatu-padulah dalam dalam bekerja dan memegang komitmen untuk mencapai cita-cita dalam satu payung organisasi dimaksud.

Fungsi pengorganisasian (*organizing*) dalam manajemen adalah proses mengatur tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap individu dalam manajemen.³⁰

Nanang Fattah mengartikan pengorganisasian sebagai proses membagi kerja ke dalam tugas-tugas yang lebih kecil, memberikan tugas-tugas tersebut kepada orang-orang yang mempunyai keahlian

³⁰ Widi winarso & Mulyadi, “*Pengantar manajemen*”, (Pena Persada: Jawa Tengah, 2020) hlm 50

dan mengalokasikan sumber daya, serta mengkoordinasikannya dalam rangka efektifitas pencapaian tujuan organisasi.³¹

Sebuah organisasi terdiri dari beberapa orang yang memiliki kemampuan berbeda. Mereka disatukan dalam satu kelompok dan dituntut untuk mampu bekerja sama sehingga dapat tercapai satu tujuan. Agar semua dapat bekerja sesuai bidangnya maka perlu adanya pengorganisasian. Melalui pengorganisasian, mereka akan mendapat tugas sesuai dengan jabatan dan kemampuan mereka dalam organisasi.

c. Pengendalian

Pengendalian merupakan tahap akhir dari sebuah manajemen. Pengendalian atau pengawasan merupakan suatu proses pengukuran dari rangkaian pelaksanaan manajemen. Dalam proses ini, seorang pemimpin melakukan pengecekan terhadap kinerja dan hasil kerja para anggotanya apakah sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan pada tahap awal perencanaan.

Dalam pandangan Islam menjadi syarat mutlak bagi pimpinan harus lebih baik dari anggotanya, sehingga control yang ia lakukan akan efektif. Firman Allah SWT dalam surat At Tahrim (66:6)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقَوُّدُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ
غُلَاطٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

³¹ *Ibid*, hlm 25

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.”

Menjaga keselamatan dan kesuksesan institusi merupakan tugas utama manajer, baik organisasi keluarga maupun organisasi universal. Bagaimana manajer bisa mengontrol orang lain sementara dirinya sendiri masih belum terkontrol. Dengan demikian seorang manajer orang terbaik dan harus mengontrol seluruh anggotanya dengan baik.

Menurut Robert J. Mokler pengendalian manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar kinerja dengan sasaran perencanaan, mendesain sistem umpan balik informasi, membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan, menentukan apakah terdapat penyimpangan dan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut, dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan yang sedang dipergunakan sedapat mungkin secara lebih efisien dan efektif guna mencapai sasaran perusahaan.³²

Menurut Stoner dan Wankel, pada umumnya dalam organisasi proses pengendalian yang ditempuh oleh manajer meliputi penetapan hasil yang diinginkan, penentuan prediktor hasil, penentuan standar atas prediktor dan hasil, penentuan jaringan informasi dan umpan

³² Pengantar manajemen ..hlm 144

balik, serta penilaian informasi dan pengendalian tindakan perbaikan.³³

5. Bauran Pemasaran Pendidikan

Bauran pemasaran merupakan suatu strategi penjualan yang meliputi beberapa komponen dan berfungsi menunjang proses pemasaran, sehingga tujuan dari pemasaran dapat tercapai. Dalam sebuah buku yang dikutip oleh Ara Hidayat dan Imam Machali, bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.³⁴ Berikut adalah penjabaran dari tujuh prinsip bauran tersebut:

- a. *Product* (produk), Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sedangkan kompetensi lulusan adalah yang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan ketrampilan.

³³ *Ibid.*, hlm 152

³⁴) *ibid.*, hlm 236

- b. *Price* (harga), adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain.
- c. *Place* (lokasi), berhubungan dengan dimana perusahaan jasa harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Dalam konteks jasa pendidikan pondok pesantren, *place* adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri.
- d. *Promotion* (promosi), adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk dipasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* melalui media TV, radio, surat kabar, dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukakan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan dan investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat.
- e. *People* (orang), dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa pendidikan seperti tata usaha,

kepala sekolah, guru dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa dalam lembaga madrasah.

- f. *Physical Evidence* (bukti fisik), yaitu lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Terdapat dua macam bukti fisik yakni, pertama merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak gedung seperti desain kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti raport, catatan siswa dan lain-lain.
- g. *Process* (proses), yaitu prosedur atau mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan.

B. Konsep Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Istilah “pesantren” berasal dari kata pe-santri-an, dimana kata “santri” berarti murid dalam Bahasa Jawa. Istilah “pondok” berasal dari Bahasa Arab “*funduuq*” yang berarti penginapan.³⁵

Kata santri memiliki pengertian secara luas dan sempit. Secara luas, kata santri menunjukkan pada seseorang yang benar-benar memeluk agama Islam dengan sepenuh hati. Ia melaksanakan semua perintah yang dianjurkan dalam agama Islam. Ia senantiasa pergi ke masjid, menghadiri pengajian, melaksanakan puasa dan kegiatan lainnya. Sedangkan dalam arti sempit, kata santri memiliki makna seorang murid atau siswa yang tinggal dan menetap untuk beberapa waktu dalam asrama atau pondok pesantren, ia belajar dan mendalami berbagai ilmu pengetahuan dan ilmu agama secara spesifik.

Asal-usul kata “santri” dalam pandangan Nur Cholis Madjid berasal dari Bahasa Sansekerta yang artinya *melek* huruf. Pendapat ini menurut Nur Cholis Madjid agaknya didasarkan atau kaum santri adalah kelas *literary* bagi orang-orang Jawa yang berusaha mendalami ilmu agama melalui kitab-kitab tertulis yang berbahasa Arab.³⁶

Santri terdiri dari dua kelompok yang telah ditentukan pondok pesantren diantaranya yaitu:³⁷

³⁵ Imam Syafe’i, “*Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter*”, Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8 Mei 2017. Hlm 87

³⁶ Asi’ah Nur Rahma, “*Manajemen Kedisiplinan Santri Di Pondok Pesantren Mambaul Hikmah Pasar Pon Kauman Kota Lama Ponorogo*”, dalam skripsi, IAIN Ponorogo, Juli 2018, hlm 39

³⁷ Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, “*Manajemen Pondok Pesantren*”, (Jakarta: Diva Pustaka, 2004), hlm 90.

- a. Santri Mukim merupakan santri yang berasal dari dalam atau luar daerah pesantren yang menetap tinggal di Pesantren. Santri yang sudah lama bermukim di Pesantren biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurus kepentingan kegiatan aktivitas pesantren sehari-hari, membantu kyai maupun ustadz untuk mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab. Santri mukim dapat dikatakan sebagai garda terdepan dalam segala kepentingan Kyai nya. Apabila seorang Kyai hendak meminta bantuan, para santri mukim merupakan santri yang pertama kali dimintai bantuan. Mereka pun dengan sukarela membantu Kyai karena dengan tujuan mencari ridho dari Kyai tersebut sehingga ilmu yang mereka peroleh dapat barokah dan manfaat.
- b. Santri Kalong merupakan santri yang berasal dari daerah sekeliling atau tidak jauh dari lingkungan tempat pondok pesantren itu berada, yang biasanya mereka tidak tinggal di pondok kecuali jika waktu-waktu belajar tertentu (sekolah dan mengaji) saja, sehingga mereka tetap pulang kerumah setiap harinya. Kehidupan di Pondok Pesantren tidaklah mudah, maka beberapa santri memilih untuk berangkat dari rumah dan kemudian pulang apabila proses pembelajaran sudah usai.

Namun beberapa santri memilih menetap dengan berbagai alasan diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a) Dengan tujuan ingin mempelajari kitab-kitab lain yang membahas Islam lebih mendalam langsung dibawah bimbingan kyai yang mengajar di pondok tersebut.
- b) Dapat memberikan pengalaman kehidupan pesantren, baik dalam bidang pengajaran, keorganisasian maupun hubungan dengan pesantren-pesantren lain.
- c) Berkeinginan memusatkan perhatian pada studi di pesantren tanpa harus disibukkan dengan kewajiban sehari-hari di rumah.

Sebagai lembaga pendidikan Islam tertua yang ada di Indonesia, pondok pesantren memiliki peran yang cukup penting dalam proses peningkatan kualitas pendidikan Islam bagi bangsa Indonesia. Pondok pesantren memiliki peran dalam membangun moral, sosial dan keagamaan di Indonesia. Keberadaan pondok pesantren di tengah-tengah masyarakat dapat meningkatkan kesadaran beragama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Keberadaan pondok pesantren juga dapat meningkatkan kehidupan sosial disekitar pondok pesantren tersebut. Urgensi pondok pesantren tidak hanya dalam bidang keagamaan semata, namun juga dalam bidang sosial pula.

Di era globalisasi, eksistensi pondok pesantren tak pernah padam oleh zaman. Pondok pesantren memiliki peminat yang cukup tinggi dari waktu ke waktu. Akan tetapi, inovasi juga diperlukan oleh setiap pondok pesantren. kemunculan berbagai pondok pesantren menjadikan angka persaingan antar pondok pesantren semakin tinggi.

2. Sistem Pengajaran di Pondok Pesantren

Pondok Pesantren menjadi salah satu lembaga pendidikan yang cukup mendominasi dalam dunia pendidikan di Indonesia. Keunikan dari sistem pendidikan yang digunakan dalam Pondok Pesantren dapat menjadi daya tarik bagi pondok pesantren tersebut. Setiap Pondok Pesantren memiliki kurikulum sendiri dalam proses pengajarannya. Meskipun memiliki metode tersendiri dalam pengajarannya, akan tetapi kurikulum tersebut tidak bertentangan dengan cita-cita luhur bangsa Indonesia. Sebab kemerdekaan dari bangsa Indonesia juga merupakan atas jasa para Kyai dan santri di negara ini.

Keunikan-keunikan yang ada dalam Pondok Pesantren tersebut menjadikan pondok pesantren memiliki peminat tersendiri di kalangan masyarakat. Berikut karakteristik dari sistem pendidikan yang diterapkan oleh suatu pondok pesantren dibandingkan dengan sistem pendidikan pada umumnya.³⁸

- a. Memakai sistem tradisional
- b. Kehidupan di pesantren menampakkan semangat demokrasi
- c. Para santri terbebas dari capaian-capaian simbolik, seperti mengejar gelar dan ijazah
- d. Sistem pendidikan yang mengutamakan kesederhanaan idealisme, persaudaraan, persamaan, rasa percaya diri dan keberanian hidup

³⁸ Bambang Sucipto, "*Lembaga Pendidikan Islam Dan Perubahan Sosial*", *INSANIA*, Vol 18 No 3, September-Desember 2013, hlm 13

- e. Sistem pendidikan di pesantren mengarahkan para murid untuk dapat hidup mandiri.

Dalam implementasi pengajarannya, pondok pesantren melestarikan metode pengajaran tradisional. Lingkungan yang diciptakan dalam pondok pesantren pun sangat sederhana dan bersifat demokratis. Pondok pesantren sangat mengutamakan kesederhanaan, persaudaraan, kesetaraan dan keberanian dalam menghadapi semua permasalahan hidup. Pondok Pesantren sangat menekankan hidup mandiri bagi para santri.

Sistem pengajaran yang diselenggarakan pondok pesantren merupakan bagian dari struktur internal sistem pendidikan Islam di Indonesia yang dilaksanakan secara tradisional. Akan tetapi, tujuan dari pendidikan di pondok pesantren tidak bertentangan dengan ideologi dan cita-cita bangsa Indonesia. Hanya dalam proses implementasinya saja yang berbeda.

Abdurrohman mengidentifikasi beberapa pola umum pendidikan Islam tradisional sebagai berikut.

- a. Adanya hubungan akrab antara kyai dan santri
- b. Tradisi ketundukan dan kepatuhan seorang santri terhadap kyai
- c. Pola hidup sederhana
- d. Kemandirian dan indenpendensi
- e. Berkembangnya iklim dan tradisi tolong menolong dan suasana persaudaraan
- f. Disiplin ketat

- g. Berani menderita untuk mencapai tujuan
- h. Kehidupan dengan tingkat religiusitas tinggi.³⁹

Pondok pesantren sangat mempertahankan dan melestarikan prinsip-prinsip yang sudah tertanam sejak dahulu. Prinsip utama berjalannya suatu pondok pesantren ialah untuk mendapatkan barokah. Sistem pengajaran ini juga menjadi salah satu alasan mengapa pondok pesantren masih eksis hingga sekarang. Selain itu, *output* dari pondok pesantren memiliki peran yang cukup tinggi pula di masyarakat. Hal tersebut menjadikan lulusan dari pondok pesantren sangat dinantikan oleh masyarakat sekitar.

³⁹ Abduraahman Mas'ud, Dkk. "*Dinamika Pesantren Dan Madrasah*". (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2002) Hlm 14

C. Kerangka Berpikir

Latar Belakang

- Lembaga Pendidikan berwenang mengelola seluruh hal yang berkaitan dengan pendidikan di lembaga tersebut, termasuk dalam hal pemasaran.
- Perlu adanya manajemen pemasaran yang baik agar sekolah dapat mempertahankan eksistensinya.
- Pondok Pesantren Al-Islam merupakan lembaga pendidikan swasta yang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Grand Theory

- Teori Buchari Alma and Ratih Hurriyati, mengenai lembaga pendidikan berdasarkan kacamata *corporate* dalam bukunya "*Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*"
- Teori Ara Hidayat dan Imam Machali mengenai fungsi-fungsi manajemen dan Bauran Pemasaran.

Fokus Penelitian

- Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo?
- Bagaimana implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftara siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo ?
- Bagaimana proses pengendalian manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftara siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo ?
- Bagaimana hasil proses pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo?

Teknik Pengambilan data

- Wawancara
- Observasi
- Dokumentasi

- teknik analisis data
 - triangulasi

Hasil

- Perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo
- Implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftara siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo.
- Proses pengendalian manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftara siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo.
- Hasil proses pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di Pondok Pesantren Al-Islam Joesan, Mlarak, Ponorogo

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif ialah suatu metode penelitian yang menggunakan kata-kata secara lisan maupun tulisan dan tingkah laku manusia sebagai sumber utama dalam penelitian tersebut. Hasil perolehan data tersebut kemudian diolah ke dalam bentuk kalimat deskriptif dan menghasilkan kesimpulan dari peneliti. Jadi, dalam metode penelitian ini seorang peneliti tidak menghitung secara pasti atau mengkuantifikasikan hasil penelitian ke dalam bentuk angka.⁴⁰

Dalam penelitian ini, diharapkan peneliti mampu menemukan dan mendeskripsikan data yang diperoleh mengenai manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan. Pondok ini terletak di Jl. Madura, Joresan, Mlarak, Ponorogo. Alasan pemilihan PP. Al-Islam sebagai lokasi penelitian atas dasar keunikan serta kesesuaian antara lokasi dengan dengan judul penelitian yang digunakan oleh peneliti. Jika

⁴⁰ Afrizal, *“Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu”*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015), hlm 13.

dilihat secara substantif, lokasi penelitian ini memiliki beberapa keunikan, diantaranya:

1. Pondok Pesantren Al-Islam Joresan mampu mempertahankan eksistensi dan terus berkembang serta sudah menjadi lembaga pendidikan Islam rujukan khususnya di wilayah Se-karisidenan Madiun hingga luar pulau Jawa.
2. Dalam pelaksanaan pembelajarannya, Pondok Pesantren Al-Islam menggunakan tiga kurikulum, yaitu kurikulum Pondok Salafiyah, kurikulum Kementerian Agama dan kurikulum Pondok Modern Gontor.
3. Pondok Pesantren Al-Islam memiliki peningkatan jumlah santri baru yang signifikan setiap tahunnya.

C. Sumber Data

Data merupakan catatan fakta yang memuat informasi. Segala sesuatu yang mampu memberikan informasi mengenai data disebut sumber data. Sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁴¹Data primer merupakan data utama yang menjadi acuan peneliti dalam menarik kesimpulan, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung dari data primer.

Data primer dari penelitian ini ialah pimpinan, waka humas, guru dan siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo. Berdasarkan fokus penelitian yang tertera, informasi yang peneliti butuhkan dalam proses penelitian ini adalah data mengenai jumlah peserta didik baru PP. Al-Islam

⁴¹ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*," (Bandung: Alfabeta, 2009), Cet. Ke 8, h.

Joresan selama 5 tahun terakhir, proses manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PP. Al-Islam Joresan, dan informasi mengenai hasil dari proses manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PP. Al-Islam berupa pamflet, brosur, dan platform digital dari PP. Al-Islam. Sedangkan data pendukung atau data sekunder dalam penelitian ini berupa artikel, *website*, dan berbagai situs internet yang berkaitan atau memiliki hubungan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan. Ciri utama dari wawancara ini adalah dengan kontak langsung atau tatap muka antara peneliti dengan objek.⁴² Orang-orang yang dijadikan informan yaitu:

- a) Kepala Pondok Pesantren. Al-Islam Joresan dengan target data manajemen pemasaran jasa pendidikan. Alasan pemilihan kepala Pondok Pesantren adalah karena beliau merupakan pemimpin sekaligus koordinator dalam penerimaan siswa baru. Maka dari itu, beliau mengetahui data mengenai jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya.
- b) Waka Humas yang berkaitan dengan proses pemasaran jasa pendidikan dengan target data perencanaan pemasaran jasa pendidikan, implementasi pemasaran jasa pendidikan, dan hasil

⁴² Margono, "*Metodologi Penelitian Pendidikan*", (Semarang: Rineka Cipta, 1996), hlm 161.

pemasaran jasa pendidikan. Alasan pemilihan waka humas karena waka humas memiliki peran penting dalam proses pemasaran pendidikan. Oleh karena itu, data mengenai proses pemasaran pendidikan diketahui oleh waka humas.

- c) Wali santri dan santri yang berkaitan dengan hasil proses manajemen pemasaran jasa pendidikan. Alasan pemilihan siswa ialah dalam proses pemasaran, yang mampu menilai hasil adalah konsumen. Maka wali santri dan santri sebagai konsumen dapat menilai apakah pemasaran yang dilakukan di pondok pesantren tersebut cukup berhasil.

Kegiatan wawancara akan dilakukan pada bulan Januari 2022. Mengenai tanggal akan dimusyawarahkan lebih lanjut sehingga diperoleh kesepakatan antara peneliti dengan narasumber.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa sehingga observasi berada bersama objek yang diselidiki, disebut dengan observasi langsung, sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki.⁴³

⁴³ Ibid./.

Observasi merupakan sebuah aktivitas dimana seorang peneliti memperhatikan sesuatu atau objek penelitian dengan perantara alat indra, yaitu melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap.⁴⁴

Dengan teknik ini, peneliti telah melakukan penjajagan awal di lokasi penelitian, bertemu dengan dewan guru serta memulai mencari data mengenai kondisi pondok pesantren pada saat ini. Setelah itu peneliti mulai mengamati aktivitas-aktivitas sehari-hari di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo, karakteristik fisik dan situasi sosial. Hasil observasi dalam penelitian ini dicatat dalam catatan lapangan. Setelah sampai di tempat tinggal peneliti barulah catatan lapangan ini baru diolah. Sedangkan kegiatan-kegiatan yang diamati dan kemudian dicatat dan direfleksikan oleh peneliti selama di lapangan, di antaranya adalah mencari data-data tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insan, sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman. Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan data profil sekolah, rekaman dan dokumentasi foto-foto, serta buku-buku yang berkaitan atau relevan dengan masalah penelitian ini.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* ", (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm 107

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil penelitian untuk meningkatkan penelitian yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan orang lain.⁴⁵ Analisis data berarti mengatur secara sistematis bahan-bahan hasil baik wawancara maupun observasi untuk menjelaskan dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru dalam penelitian. Inilah yang merupakan suatu hasil temuan atau *findings* dalam penelitian. Analisis merupakan mengolah data, mengorganisir data, memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema yang sama. Analisis dan penafsiran selalu berjalan seiring.⁴⁶

Adapun teknik analisis data yang dilakukan adalah:

- a) Reduksi data, reduksi data adalah proses dalam memilih dan memfokuskan perhatian dalam melakukan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar (seadanya) yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar tersusun rapih sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan

⁴⁵ Hardani, " *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*," (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), hlm 150-151.

⁴⁶ Ajat Rukajat, " *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative, Research, Approach)* ", (Yogyakarta: DEEPUBLISH,2012). Hlm 52

polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti dalam menelusuri data selanjutnya.

- b) Penyajian data, penyajian data dalam teknik ini yaitu menyajikan sekumpulan informasi yang telah tersusun dan memberikan suatu penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.
- c) Penarikan kesimpulan, langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dari semua data yang sudah disajikan. Kesimpulan awal yang dijabarkan sebelumnya masih bersifat sementara, dan akan berubah sewaktu-waktu apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahapan pengumpulan data berikutnya.⁴⁷ Pada tahapan ini penulis menggunakan metode induksi untuk menyimpulkan data-data yang telah dikumpulkan tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa di pondok pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti merupakan instrumen utama dalam suatu penelitian kualitatif. Sedangkan data-data yang diperoleh merupakan hasil persepsi dari peneliti itu sendiri. Maka dari itu perlu adanya pengecekan keabsahan data guna mengetahui tingkat validitas data dan penelitian dapat dipertanggung jawabkan hasilnya. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai alat

⁴⁷ Wahyu Nugroho, "Pengaruh Layanan Mediasi Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas IX SMP Negeri 2 Gondangrejo, Tahun Pelajaran 2015-2016", Jurnal Medi Kons, Vol 5 No 2 Oktober 2019, diakses 29 April 2021 pukul 15.06.

untuk mengecek keabsahan data. Dengan teknik triangulasi data ini peneliti dapat mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data yaitu dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Teknik triangulasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data tentang pemasaran jasa pendidikan pondok pesantren dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di PP. Al-Islam Joresan. Triangulasi teknik dilakukan peneliti dengan cara melakukan teknik observasi nonpartisipan pada proses manajemen jasa pendidikan dan melakukan teknik wawancara kepada kepala madrasah tentang bagaimana manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa baru di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

G. Time Schedule Laporan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan											
		September				Januari				Februari			
		Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuatan Proposal	■	■										
2	Seminar Proposal			■									
3	Proses Pengambilan Data					■	■						
4	Analisis Data							■					
5	Reduksi Data								■				
6	Penyajian Data									■			
7	Penarikan Kesimpulan										■		
8	Pengecekan Keabsahan Data											■	

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Selayang Pandang Mengenai PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Sejarah berdirinya Pondok Pesantren Al-Islam yang berlokasi di desa Joresan Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo Jawa Timur dilatarbelakangi oleh keadaan krisis kualitas kehidupan umat Islam Indonesia, khususnya di Ponorogo pada tahun enam puluhan. Pada saat itu kondisi sarana pengembangan kehidupan umat Islam, dan anak-anak putus sekolah sebagai akibat dari keterbelakangan dan kemiskinan yang masih melingkupi kehidupan sebagian besar masyarakat Ponorogo, terutama yang tinggal di daerah pedesaan.⁴⁸

Pondok Pesantren Al-Islam lahir ditengah-tengah kesadaran akan pentingnya pendidikan bagi generasi muda. Akan tetapi, kesadaran tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan fasilitas yang masyarakat miliki. Pada saat itu, kemiskinan dan keterbelakangan masih menjadi hal yang lumrah bagi masyarakat pedesaan. Menurut mereka, permasalahan mengenai perekonomian harus segera diselesaikan agar seseorang dapat mengenyam bangku pendidikan.

Karena keterbatasan dana, pada akhirnya hanya masyarakat elit saja yang mampu merasakan bangku pendidikan. Maknanya, jika hanya sedikit

⁴⁸ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. Dokumentasi, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB

orang saja yang mampu merasakan bangku pendidikan maka kualitas pendidikan di era tersebut masih cukup memprihatinkan.

Meskipun di Ponorogo telah lama berdiri beberapa lembaga pendidikan Islam yang berpaham Islam Modernis, namun keberadaannya terlanjur dianggap sebagai tempat menuntut ilmu kaum priyayi yang tak terjangkau *wong cilik*, sehingga keterbelakangan dan kenihilan ilmu pengetahuan masih juga memprihatinkan.⁴⁹

Kondisi tersebut menggugah kepedulian ulama yang tergabung dalam Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWC-NU) Kecamatan Mlarak untuk ikut serta memerangi keterbelakangan pendidikan dalam masyarakat. Dalam pertemuan MWC-NU kecamatan Mlarak pada waktu itu diketuai oleh KH. Imam Syafa'at kepedulian tersebut dirumuskan dalam agenda rapat yang membahas mengenai pembentukan lembaga pendidikan Islam.⁵⁰

Kepedulian para ulama tersebut menjadi angin segar bagi para masyarakat yang memiliki ekonomi rendah. Dengan adanya rencana tersebut, mereka memiliki kesempatan untuk turut serta merasakan bangku pendidikan. Dengan adanya pemikiran diatas juga dapat berdampak pada kemajuan bangsa. Sebab kemajuan suatu bangsa diukur dari tingkat pemerataan pendidikannya pula.

Kemudian untuk lebih lanjut menguatkan visi, misi dan tujuan didirikannya lembaga pendidikan Islam tersebut diadakan pertemuan ulang sebanyak dua kali. Yang pertama di rumah KH. Hasbullah Desa Joresan

⁴⁹ *Ibid.*,

⁵⁰ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. *Dokumentasi*, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB

Mlarak yang bertepatan dengan peringatan haul Almarhum Kyai Muhammad Thoyyib pendiri Desa Joresan. Pertemuan kedua di rumah salah satu tokoh NU Mlarak KH. Abdul Karim dari Desa Joresan. Pada pertemuan selanjutnya yakni di rumah KH. Imam Syafaat di Desa Gandu Mlarak Ponorogo yang dihadiri oleh tokoh-tokoh nahdliyyin seperti, KH. Imam Syafa'at, KH. Maghfur Hasbullah, KH. Mahfudz Hakiem, BA, Kafrawi, H. Farhan Abdul Qodir, K. Qamari Ridwan, K. Imam Mahmudi, Ibnu Mundzir, Bazi Haidar, K. Markum, Asmu'I Abdul Qodir, Ahmad Hudlori Ibnu Hajar, dan Hirzuddin Hasbullah, berkat ridlo Allah SWT lahirlah cikal bakal Pondok Pesantren Al-Islam, tepatnya pada tanggal 12 Muharram 1386 H bertepatan dengan tanggal 2 Mei 1966.⁵¹ Pada akhirnya, tanggal 2 Mei diperingati sebagai hari lahirnya Pondok Pesantren Al-Islam. Pada tanggal 02 Mei 2022 nanti Al-Islam akan berusia 56 Tahun.

Pada awal mula berdirinya, lembaga ini diberi nama Madrasah Tsanawiyah Al-Islam saja karena hanya memiliki siswa yang berada di jenjang tersebut, kemudian setelah 4 tahun berjalan didirikanlah Madrasah Aliyah Al-Islam. Berdirinya lembaga pendidikan ini diprakarsai oleh para ulama NU. Akan tetapi, Al-Islam berdiri diatas semua golongan.

Karena semakin berkembangnya siswa/siswi dan para tokoh pendirinya mempunyai kesibukan masing-masing, maka kondisi tersebut menggugah kepedulian ulama yang tergabung dalam Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWC-NU) Kecamatan Mlarak yang pada waktu itu

⁵¹ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. Dokumentasi, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB

diketahui oleh KH. Imam Syafa'at dari Desa Gandu Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo untuk ikut serta melestarikan kelangsungan lembaga pendidikan di atas.⁵² Semenjak saat itu, secara resmi Pondok Pesantren Al-Islam beroperasi dibawah naungan yayasan MWC-NU Mlarak.

Hingga saat ini, terdapat tujuh ratus lebih santri di Pondok Pesantren Al-Islam yang datang dari berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat di Indonesia. Kondisi tersebut membuktikan bahwa Pondok Pesantren Al-Islam didirikan bukan hanya untuk warga nahdiyyin saja.

2. Para Tokoh Pendiri

Berdirinya Pondok Pesantren Al-Islam merupakan atas dedikasi yang cukup tinggi dari para tokoh yang menyadari akan pentingnya pendidikan. Para tokoh pendiri tersebut memiliki latar belakang pendidikan yang bermacam-macam. Beberapa dari beliau merupakan lulusan Pondok Salafiyah, Pondok Modern, dan merupakan tokoh masyarakat di sekitar Mlarak. Tokoh-tokoh pendiri Pondok Pesantren Al-Islam diantaranya:⁵³

No.	N A M A	ALAMAT
1.	KH. Maghfur Hasbullah	Joresan Mlarak Ponorogo
2.	Ahmad Hudlari Ibnu Hajar	Joresan Mlarak Ponorogo
3.	K. Hirzuddin Hasbullah	Joresan Mlarak Ponorogo
4.	Kafrawi	Joresan Mlarak Ponorogo
5.	H. Farhan Abdul Qodir	Joresan Mlarak Ponorogo
6.	Asmu'i Abdul Qodir	Joresan Mlarak Ponorogo

⁵² <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. Dokumentasi, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB

⁵³ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. Dokumentasi, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB

7.	Tumiran Ahmadi	Gandu Mlarak Ponorogo
8.	Mohammad Yasa'	Jalen Ngrukem Mlarak Ponorogo
9.	Rohmat Asyhur	Joresan Mlarak Ponorogo
10.	Royani	Joresan Mlarak Ponorogo

Tabel 2. Tokoh pendiri Pondok Pesantren Al-Islam

3. Letak Geografis Pondok Pesantren Al-Islam Joresan

Pondok Pesantren Al-Islam terletak 15 km dari Ibu Kota Ponorogo, tepatnya di Desa Joresan Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo, sesuai dengan visi dan misi madrasah, sangatlah cocok sekali dengan kondisi ekonomi masyarakat pedesaan yang mayoritas petani yang berpenghasilan rendah, meskipun di Kecamatan Mlarak banyak sekali Pondok Pesantren dan lembaga pendidikan, namun keberadaan Pondok Pesantren Al-Islam sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat sekitar kecamatan Mlarak sampai luar daerah bahkan luar Pulau Jawa.⁵⁴

Lokasi Pondok Pesantren Al-Islam sangatlah mudah dijangkau bagi masyarakat yang hendak menyekolahkan putra-putrinya. Masyarakat dapat menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi jika hendak menuju ke Pondok Pesantren Al-Islam. Ditengah persaingan lembaga pendidikan Islam yang cukup tinggi, Pondok Pesantren Al-Islam memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat.

4. Visi, Misi dan Tujuan Pondok Pesantren Al – Islam Joresan

Penetapan visi, misi dan tujuan harus dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan. Visi, misi dan tujuan berfungsi untuk menentukan arah dan

⁵⁴ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. *Dokumentasi*. Diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.59 WIB

tujuan dari lembaga pendidikan tersebut. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al-Islam, PP. Al-Islam menetapkan visi, misi dan tujuan yang menjadi tolok ukur mereka dalam menentukan program-program unggulan bagi seluruh warga Al-Islam.

Adapun visi dan misi Pondok Pesantren Al-Islam Joresan adalah sebagai berikut.⁵⁵

- a. Visi: pondok yang berwawasan keagamaan, berorientasi pada perubahan, disiplin dan berkualitas
- b. Misi: terciptanya generasi muslim yang berbudi pekerti luhur, terampil, dinamis dan cinta almamater.

Berdasarkan visi dan misi tersebut di atas, maka tujuan pendidikan yang ingin dicapai oleh Pondok Pesantren Al-Islam Joresan Kabupaten Ponorogo adalah mencetak *out put* yang berkualitas dan berwawasan luas.

5. Penyelenggaraan pendidikan

Dalam pelaksanaan pendidikannya, Pondok Pesantren Al-Islam berada di bawah yayasan Islam Al-Islam Joresaan. Pondok Pesantren Al-Islam dipimpin oleh seorang direktur dan dibantu oleh tiga orang kepala madrasah (MTs, MA, SMK) dan para wakilnya. Masing-masing unit pendidikan memiliki administrasi yang berbeda.

Di bawah Yayasan tersebut terdapat 3 jenjang pendidikan, sebagai berikut.

- a. Madrasah Tsanawiyah (MTs)
- b. Madrasah Aliyah (MA)

⁵⁵ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. *Dokumentasi*. Diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.59 WIB

- 1) Jurusan Keagamaan
- 2) Jurusan Ilmu pengetahuan Alam
- 3) Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

c. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

6. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Islam Joresan

Kerja sama yang baik antar anggota sangat diperlukan dalam suatu organisasi. Agar visi, misi dan tujuan dari suatu organisasi dapat terwujud sesuai rencana maka masing-masing anggota harus memiliki peran yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Begitu pula dengan PP. Al-Islam, Pondok Pesantren Al-Islam memiliki struktur organisasi yang akan memudahkan dalam pelaksanaan berbagai program kerja yang telah disusun. Adanya struktur organisasi juga memudahkan para pimpinan untuk melakukan pengendalian dan penilaian terhadap masing-masing karyawan.

7. Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Pendidik dan tenaga kependidikan memiliki fungsi sebagai fasilitator dalam suatu lembaga pendidikan. Pendidik dan tenaga kependidikan sebagai orang yang menyediakan berbagai fasilitas yang diperlukan agar proses pendidikan dapat berjalan dengan lancar. Keberhasilan suatu pendidikan juga merupakan faktor dari para pendidik dan tenaga pendidiknya. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al-Islam, para guru dan karyawan memiliki peranan penting dalam proses penyelenggaraan pendidikan disana. Para guru

diberi kebebasan untuk berinovasi dan berkreasi dalam proses pelaksanaan pendidikan. Di Pondok Pesantren Al-Islam, terdapat 4 kategori guru:⁵⁶

- a) Guru sudah sertifikasi,
- b) Guru sertifikasi *impasing*
- c) Guru non sertifikasi namun sudah sarjana
- d) Guru yang belum sarjana namun memiliki keahlian sendiri yang dibutuhkan oleh pondok.

8. Data Jumlah Peserta Didik

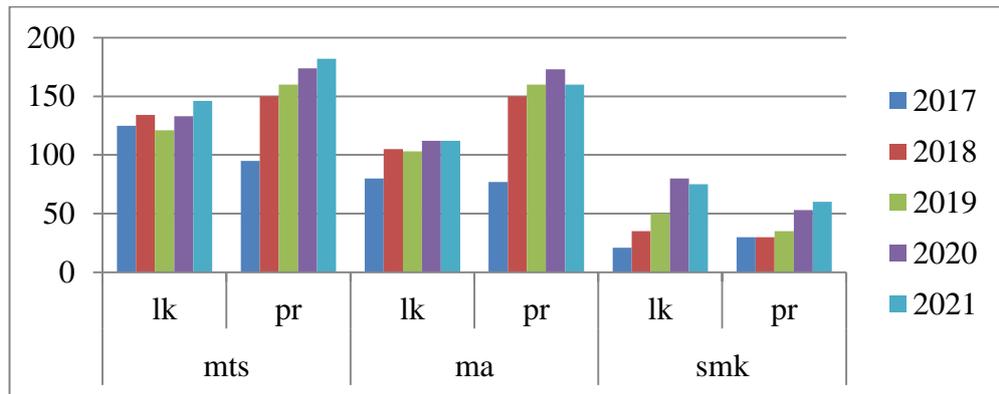
Pondok Pesantren Al-Islam Joresan merupakan salah satu pondok pesantren yang diminati oleh masyarakat khususnya area Jawa maupun luar Jawa sehingga mampu memiliki jumlah peserta didik yang bahkan dari tahun ke tahun selalu memiliki peningkatan. Berikut tabel mengenai data mengenai jumlah peserta didik selama 5 tahun terakhir.⁵⁷

No	Tahun	Al-Islam						Jumlah
		Mts		MA		SMK		
		Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr	
1	2017	125	95	80	77	21	30	428
2	2018	134	150	105	150	35	30	604
3	2019	121	160	103	160	50	35	629
4	2020	133	174	112	173	80	53	725
5	2021	146	182	112	160	75	60	735

Untuk memudahkan dalam pengukuran, maka proses kenaikan diatas dapat diketahui melalui grafik yang peneliti sajikan dibawah ini.

⁵⁶ <https://alislamjoresan.sch.id/profil/>. Dokumentasi. Diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.59 WIB

⁵⁷ Jumlah Peserta didik PP. Al-Islam, dokumentasi, Kantor PP. Al-Islam Joresan, 07 Februari 2022



Tabel 3. Grafik jumlah peserta didik tahun 2022

B. Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Dalam suatu manajemen, perencanaan merupakan langkah awal untuk menentukan langkah, strategi dan tujuan dari pelaksanaan kegiatan manajemen tersebut. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al-Islam, pondok ini menentukan rencana pemasaran pendidikan untuk mengetahui kegiatan yang harus dilakukan untuk menarik minat siswa. Kegiatan manajemen pemasaran pendidikan di Al-Islam dimulai dengan proses perencanaan kegiatan pemasaran pendidikan.

Kegiatan perencanaan diawali dengan rapat para pimpinan. Kegiatan perencanaan rutin dilakukan setiap awal tahun. Para pimpinan melakukan rapat terlebih dahulu mengenai hal-hal yang akan direncanakan bagi Pondok Pesantren Al-Islam. Rapat pimpinan berlangsung dalam kurun waktu tertentu. Salah satu hasil pembahasan dalam rapat tersebut yang berkaitan dengan pemasaran pendidikan ialah penyusunan program yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan, salah satunya ialah penyusunan panitia

penerimaan santri baru. Informasi tersebut terbukti dalam wawancara bersama

Bapak Imron Ahmadi, S. Ag selaku kepala MTs Al-Islam.

“kegiatan perencanaan diawali dengan rapat para pimpinan. Rapat diadakan di awal tahun. Rapat tersebut berlangsung selama beberapa hari. Dalam rapat tersebut salah satunya kami membahas mengenai perencanaan pemasaran pendidikan bagi pondok pesantren. Hasil dari rapat akan diberitahukan kepada seluruh karyawan setelah disahkan oleh pimpinan. Salah satu hasil rapat di bidang pemasaran ialah pembentukan panitia penerimaan santri baru.”⁵⁸

Pernyataan diatas selaras dengan wawancara yang kami lakukan bersama Bapak Iwan Suryanto, M. Th. I selaku Waka Humas mengenai prosedur perencanaan pemasaran pendidikan dan pihak yang terlibat dalam proses pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam.

“meskipun proses pemasaran di *handle* oleh tim humas, tetapi mengenai susunan panitia penerimaan santri baru merupakan hasil rapat para pimpinan. Tim humas hanya sebagai pelaksana saja.”⁵⁹

Adapun program kerja Pondok Pesantren Al-Islam dalam proses pemasaran pendidikan adalah sebagai berikut.⁶⁰

1. Penyusunan tugas dan kepanitiaan PSB (Penerimaan Santri Baru).
2. Pembentukan struktur kepanitiaan PSB.
3. Pelaksanaan tugas dan pengarahan kepada para panitia
4. Pengawasan terhadap kinerja para panitia
5. Evaluasi

Berdasarkan wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Tim Humas memiliki peran yang cukup penting dalam proses pemasaran pendidikan yang

⁵⁸ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

⁵⁹ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 13 Januari 2022

⁶⁰ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 21 Januari 2022

dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Al-Islam. Maka dari itu, Tim Humas memiliki program kerja di bidang pemasaran. Adanya program kerja di bidang pemasaran tersebut dapat diketahui berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama Waka Humas mengenai rencana kerja bagian humas dalam proses pemasaran pendidikan.

“Proses pemasaran pendidikan di Al-Islam ini sangat kompleks. Akan tetapi, secara teknis proses pemasaran dilakukan oleh bagian humas dan beberapa karyawan lainnya yang dibentuk dalam suatu kepanitiaan. Langkah awal kami selanjutnya ialah mengumpulkan informasi mengenai Al-Islam yang dapat dijadikan sebagai bahan promosi untuk Al-Islam.”⁶¹

Pernyataan dari Waka Humas diatas juga sesuai dengan wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Imron Ahmadi S. Ag mengenai keterlibatan Bagian Humas dalam proses pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

“Tentu saja proses pemasaran pendidikan ini dilakukan oleh bagian humas. Karena proses pemasaran langsung berhubungan dengan masyarakat maka bagian humas memiliki peran yang cukup penting dalam proses pemasaran pendidikan. Misalnya dalam pembuatan brosur, promosi di media sosial, dll.”⁶²

Kedua hasil wawancara diatas diperkuat dengan adanya dokumentasi yang peneliti peroleh mengenai program kerja bagian humas. Adapun program kerja humas di Pondok Pesantren Al-Islam adalah:

1. Meningkatkan citra pondok pesantren di masyarakat melalui pamflet, *platform digital*, dll.

⁶¹ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 13 Januari 2022

⁶² Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

2. Menjaga silaturahmi dan jalinan komunikasi dengan para alumni, orang tua dan masyarakat sekitar pondok pesantren.
3. Meningkatkan ketaqwaan tenaga pendidik dan kependidikan
4. Memaksimalkan informasi dan publikasi mengenai pondok pesantren melalui media massa.
5. Meningkatkan kreatifitas, potensi dan komunikasi antar tenaga pendidik di pondok pesantren.
6. Meningkatkan kemampuan profesional para tenaga pendidik maupun karyawan dengan mengadakan beberapa latihan atau *workshop*, dan program pelatihan lainnya.⁶³

Adapun informasi yang dibutuhkan oleh Tim Humas dalam proses pemasaran pendidikan ialah mengenai profil pondok, prestasi santri, biaya pendaftaran, program unggulan, serta data maupun informasi lainnya yang dapat menarik masyarakat untuk memilih Al-Islam sebagai tempat untuk menempuh pendidikan. Informasi yang Tim Humas peroleh kemudian dicantumkan dalam brosur, *website* pondok, pamflet, kalender, dll kemudian disebarluaskan kepada khalayak ramai. Berikut brosur Pondok Pesantren Al-Islam.⁶⁴

⁶³ Program Kerja Humas. *Dokumentasi*. Kantor Al-Islam. Selasa, 25 Januari 2022

⁶⁴ <https://alislamjoesan.sch.id/profil/>. *Dokumentasi*, diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 09.54 WIB



Gambar 1. Brosur Pondok Pesantren Al-Islam

Berdasarkan wawancara diatas, dijelaskan pula mengenai langkah selanjutnya dalam proses pemasaran Pondok Pesantren Al-Islam ialah pembentukan panitia penerimaan santri baru. Pernyataan mengenai pembentukan panitia diatas diperkuat dengan adanya dokumentasi struktur kepanitiaan penerimaan santri baru yang peneliti peroleh dari bagian staf Pondok Pesantren Al-Islam.

SUSUNAN PANITIA PENERIMAAN SANTRI BARU TAHUN 2021/2022⁶⁵

- Pelindung** : Drs. H. Usman Yudi, M.Pd.I.
Ahmad Slamet, S.Pd.I.
- Pengarah** : Imron Ahmadi, S.Ag.
Ahmad Budairi, S.Pd.
Drs. Muhajid, M.Pd.I.
- Ketua I** : Ahmad Kusairi, S.Pd.I.
- Ketua II** : Imam Haromain, S.Ag.
- Sekretaris I** : Nur Cahyo Mulyo
- Bendahara I** : Muh. Zainal
- Bendahara II** : Z.M. Abid Muhammady. M.Pd.I.
- Seksi-Seksi**
 - a. Pendaftaran & Formulir** : 1. Iwan Suryanto, S.Th.I.
2. Aham Farisi, S.Pd.I.

⁶⁵ Susunan Kepanitiaan Penerimaan Santri Baru. *Dokumentasi*. Selasa, 25 Januari 2022

- 3. Yudha Nur Imron, S.H.
 - 4. Ahmad Nurul Mubarak, S.Kom.
 - 5. Moh. Nasruddin, S.Pd.
- b. Tes Masuk** : 1. Imam Mudhori, S.Pd.I.
 2. Moh. Jamroji, M.Pd.I.
 3. Drs. Imam Hambali
 4. Moh. Syahri. S.Pd.I.
- c. Qoimah & Pembagian Kelas** : 1. Suyanto, S.Pd.I
 2. Muhammad Zumri, S.H.I.
 3. Moh. Fatoni, S.Pd.
- d. Kebersihan Ruangan** : 1. Khoiruman

Setelah panitia tersusun, kemudian pimpinan memberi pengarahan mengenai tugas dan kewajiban yang harus diselesaikan oleh setiap anggota panitia sesuai jabatannya dalam kepanitiaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan wawancara bersama Bapak Imron Ahmadi, S. Ag.

“Selain rapat mengenai pembentukan panitia, dalam rapat tersebut kita juga menyusun tugas atau *job description* dari masing-masing anggota panitia. Dalam penyusunan panitia, kami juga meminta pertimbangan dari tim humas.”⁶⁶

Pernyataan mengenai pembagian tugas bagi tiap anggota panitia juga diperkuat dengan adanya dokumentasi yang peneliti peroleh dari bagian administrasi Pondok Pesantren Al-Islam. Adapun tugas panitia dalam penerimaan santri baru adalah sebagai berikut.⁶⁷

1. Pelindung

Penanggung jawab atas semua proses penyelenggaraan penerimaan santri baru dari tahap perencanaan hingga evaluasi.

⁶⁶ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

⁶⁷ Tugas Pokok masing-masing anggota panitia. Dokumentasi. Rabu, 14 Januari 2022

2. Pengarah

Memberi arahan kepada seluruh panitia mengenai program kerja yang harus dilaksanakan oleh setiap anggota panitia.

3. Ketua

- a. Melakukan perencanaan, penyusunan, dan pelaksanaan kegiatan penerimaan santri baru (PSB)
- b. Menjadi koordinator bagi para anggota panitia agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar
- c. Memberikan laporan mengenai data pendaftar kepada pimpinan pondok pesantren..

4. Sekretaris

- a. Mempersiapkan lembar file pendaftaran dan menggandakannya untuk di distribusikan kepada para pendaftar
- b. Menggantikan tugas ketua apabila berhalangan
- c. Mengirimkan laporan data mengenai para pendaftar, mencetak dokumentasi terkait dalam bentuk *hard copy* serta menyimpannya dalam *soft copy*.
- d. mengadakan pengoreksian terhadap file berkas untuk pendaftaran para pendaftar

5. Bendahara

- a. Melakukan perencanaan mengenai rancangan anggaran dalam proses penerimaan santri baru

- b. Menyusun laporan mengenai pengeluaran dan dana bagi para calon santri yang mendaftar
- c. Melaporkan keuangan yang digunakan selama proses penerimaan santri baru

6. Seksi

a) Pendaftaran dan formulir

- Melayani para pendaftar
- Merekap jumlah pendaftar setiap harinya
- Melakukan verifikasi berkas calon santri baru

b) Tes masuk

- Mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk tes masuk santri baru
- Menentukan penguji yang akan menguji para santri baru
- Mengoreksi hasil ujian tes para siswa

c) *Qoimah* dan pembagian kelas

Membagi para santri baru ke dalam beberapa kelas sesuai hasil tes masuk.

d) Kebersihan ruangan

Menjaga kebersihan seluruh ruangan yang digunakan untuk proses penerimaan santri baru.

Berdasarkan paparan data diatas dapat diketahui bahwa proses perencanaan manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren meliputi beberapa rangkaian berikut.



Tabel 4. Tabel perencanaan pemasaran Pondok Pesantren Al-Islam

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa proses perencanaan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Islam diawali dengan rapat kerja yang dilakukan oleh para pimpinan. Rapat dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Rapat membahas mengenai rencana yang dapat dilakukan dalam proses pemasaran pendidikan. Hasil rapat akan dibagikan kepada seluruh guru dan karyawan apabila telah disepakati dan disahkan oleh para pimpinan.

Tahap kedua dalam perencanaan di Pondok Pesantren Al-Islam ialah mengumpulkan informasi mengenai Pondok Pesantren Al-Islam. Informasi yang dibutuhkan ialah semua informasi mengenai Pondok Pesantren Al-Islam yang mendukung proses pemasaran pendidikan. Adapun informasi tersebut meliputi profil pondok, biaya pendaftaran, kegiatan ekstrakurikuler, dan informasi lainnya. Proses pengumpulan ini dilakukan oleh Tim Humas. Informasi tersebut kemudian diolah semenarik mungkin dalam bentuk brosur, *website*, kalender, dll.

Tahap ketiga dalam proses perencanaan pemasaran di Pondok Pesantren Al-Islam yaitu penyusunan program yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan, salah satunya ialah pembentukan panitia Penerimaan Santri Baru

(PSB) serta pembagian dan pengarahan mengenai tugas dari masing-masing panitia. Tahap ini merupakan tahap yang lebih spesifik dalam hal pemasaran.

C. Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Proses perencanaan pemasaran pendidikan di Al-Islam bukan semata-mata bertujuan menarik minat siswa dengan menyebarkan brosur, memasang pamflet dan sebagainya. Pemasaran pendidikan di Al-Islam juga tidak sekedar berfokus pada cara memperoleh pasar, akan tetapi mengembangkan kualitas diri dan relasi sehingga Al-Islam akan memperoleh pasar dengan sendirinya.

Hal tersebut sesuai dengan wawancara dengan kepala MTs Al-Islam

“pemasaran pendidikan di Al-Islam bukan semata-mata untuk mencari siswa dengan brosur, banner dan sebagainya, kita lebih pada membangun sinergitas Alumni. Karena kita melihat dari siswa kita dari Sumatera atau Papua. Itu mereka tidak ada yang asli Papua, tapi orang tua atau kerabat mereka yang merantau kesana. Kita juga tidak hanya sekedar memasarkan Al-Islam, tapi kita juga membuktikan bahwa Al-Islam memiliki prestasi yang unggul dengan menunjukkan lewat *facebook, instagram, dll.*”⁶⁸

Hal tersebut sesuai dengan wawancara bersama Bapak Iwan Suryanto, M. Th. I selaku Waka Humas mengenai kapan proses implementasi pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam dilakukan.

“Proses pemasaran di Al-Islam ini jangka panjang. Tidak saat penerimaan santri baru saja. Kami lebih mengutamakan hubungan dengan para alumni. Karena menurut kami ini cara yang paling efektif. Jadi meskipun sudah menjadi alumni, kami tetap berusaha

⁶⁸ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

menyambung silaturahmi dengan mereka. Dengan harapan dapat memberi informasi mengenai Al-Islam kepada khalayak ramai.”⁶⁹

Hasil wawancara diatas diperkuat dengan dokumentasi yang peneliti peroleh mengenai salah satu program kerja Bagian Humas sebagaimana tercantum diatas dalam hal peningkatan jalinan kerjasama dengan orang tua wali santri, instansi yang terlibat dengan pondok, seluruh masyarakat dan para alumni.

Pondok Pesantren Al-Islam tidak memiliki target keberhasilan secara kuantitas ataupun target siswa secara spesifik yang harus didapat saat melakukan pemasaran pendidikan. Dalam sistem penerimaannya, Al-Islam memberi kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh anak untuk menempuh pendidikan di Al-Islam.

“di Al-Islam ada satu *statement* yang menjadi prinsip, bahwa anak yang mau sekolah kesini harus diterima, karena mau mencari ilmu. Hanya kami menyikapi dengan membatasi waktu pendaftaran. Setelah diluar pendaftaran maka tidak akan diterima”.⁷⁰

Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah diatas, Pondok Pesantren Al-Islam berpendapat bahwa setiap anak mendapatkan hak yang sama dalam hal memperoleh suatu pendidikan. Untuk membatasi jumlah pendaftar, Pondok Pesantren Al-Islam menentukan tanggal pendaftaran. Jadi, semua siswa diperbolehkan mendaftar secara online melalui laman yang tersedia di *website* Al-Islam. Apabila siswa mengisi diluar tanggal pendaftaran, maka akan ditolak. Hal tersebut juga selaras dengan wawancara bersama Waka Humas.

⁶⁹ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 13 Januari 2022

⁷⁰ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

“Al-Islam memberi kesempatan seluas-luasnya kepada semua anak untuk mendaftar, asalkan sesuai dengan waktu yang ditentukan, pendaftaran pun wajib melalui website kami.”⁷¹

Akan tetapi, terdapat target jumlah siswa dari Tim Humas pribadi. Tim Humas memiliki target bahwa Al-Islam harus memiliki minimal 100 siswa setiap tahunnya. Hal tersebut didasarkan pada penambahan *asatidz* di Al-Islam. Setiap tahun, *asatidz* di Al-Islam selalu bertambah. Maka dari itu, siswa yang ada di Al-Islam pun harus bertambah setiap tahunnya.

Data mengenai pembatasan tanggal pendaftaran diatas selaras dengan informasi yang peneliti peroleh melalui dokumentasi dalam bentuk brosur mengenai tanggal pendaftaran yang ditentukan oleh Pondok Pesantren Al-Islam. Pada penerimaan santri baru di tahun 2022 ini, Pondok Pesantren Al-Islam membuka pendaftaran mulai tanggal 01 Maret 2022 sampai dengan 14 Juni 2022.⁷²

Secara terperinci, proses implementasi pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam meliputi beberapa hal dibawah ini.

1. Program Unggulan

Program unggulan dapat menjadi salah satu daya tarik bagi suatu lembaga pendidikan. Melalui program unggulan, suatu lembaga pendidikan menunjukkan perbedaan lembaga tersebut dengan lembaga pendidikan lainnya sehingga masyarakat dapat memilih lembaga tersebut sebagai tempat menempuh pendidikan. Menurut Bapak Iwan suryanto, M.

⁷¹ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 18 Januari 2022.

⁷² Brosur Pendaftaran Santri Baru Al-Islam. *Dokumentasi*. Kantor PP Al-Islam. Selasa, 25 Januari 2022

Th, I selaku Waka Humas, Al-Islam memiliki beberapa program unggulan yang mampu menjadi daya tarik masyarakat untuk menempuh pendidikan di sini. Adapun program unggulan yang ditawarkan oleh Al-Islam adalah:

- a. Akhlak, tata krama dan *ta'dzim* ke para guru
- b. *Tahsinul qur'an*
- c. Bahasa
- d. Multikurikulum, bagian yang sengaja didesain sebagai program unggulan secara program dan sangat sulit ditemukan di sekolah lain.
- e. *Muhadhoroh*, kepramukaan.



Gambar 2. Kegiatan *Sorogan* Al-Qur'an dan *Muhadhoroh*

Selain itu, terdapat beberapa kegiatan pengembangan santri atau ekstrakurikuler yang diadakan oleh pondok untuk menunjang bakat siswa serta mengembangkannya agar mampu berkembang secara optimal. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ekstrakurikuler tersebut dibimbing oleh *asatidz* yang ahli di bidangnya. Adapun ekstrakurikuler di Al-Islam Joresan adalah sebagai berikut.⁷³

- a. Keorganisasian (OPMI dan Gerakan Pramuka)

⁷³ <https://alislamjoresan.sch.id/kegiatan/>, dokumentasi. Diakses pada tanggal 04/02/2022. Pukul 10.38 WIB

- b. Palang Merah Remaja
- c. Kepenulisan
- d. Drumband
- e. Seni Musik
- f. Hadroh
- g. Futsal
- h. Qiroah
- i. Kaligrafi
- j. MTQ 4 bahasa
- k. Tennis Meja
- l. Bola Volly
- m. Teater
- n. Tari
- o. Memasak
- p. Dll



Gambar 3. Kepramukaan sebagai salah satu ekstrakurikuler Pondok

2. Biaya Mudah Dijangkau Berbagai Kalangan

Al-Islam merupakan salah satu lembaga pesantren yang dibangun dengan tujuan awal memberi sarana kepada *wong cilik* untuk mampu mengenyam pendidikan. Maka dari itu, mengenai permasalahan biaya, Al-

Islam tidak menentukan harga yang cukup tinggi bagi para wali santri. Bahkan sebagian besar pembiayaan di Al-Islam berasal dari dana BOS dan koperasi Al-Islam. Sesuai dengan wawancara bersama kepala sekolah Bapak Imron Ahmadi, M. Ag.

“Al-Islam tidak mematok harga yang cukup tinggi, karena sebagian besar pendanaan berasal dari dana BOS. Pembayaran dari wali santri pun hanya dilakukan 3 kali dalam setahun, bulan Agustus, Januari dan November”.⁷⁴

Secara rinci, pembayaran oleh wali santri dilakukan pada bulan berikut.

- a. Pembayaran daftar ulang kenaikan kelas pada bulan Agustus
- b. Pembayaran daftar ulang semester genap pada bulan Januari
- c. Pembayaran infaq kepada pondok pada bulan November

Pernyataan diatas selaras dengan penuturan dari Bu Nurhayati, selaku wali santri di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

“mengenai biaya di Al-Islam, alhamdulillah kami dapat menjangkaunya. Biaya disana menurut kami cukup murah dan sesuai dengan fasilitas maupun pengajaran yang anak kami dapatkan.”

Wawancara diatas didukung oleh dokumen mengenai daftar pembayaran santri baru di Al-Islam, Joresan sebagai berikut.⁷⁵

Keterangan	Putra	Putri
MTs laju	Rp. 1.680.000,-	Rp. 1.790.000,-
MTs mukim	Rp. 3.180.000,-	Rp. 3.690.000,-
MA mukim	Rp. 3.265.000,-	Rp. 3.685.000,-

⁷⁴ Imron Ahmadi, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022.

⁷⁵ Pembayaran daftar ulang siswa, *dokumentasi*, kantor Al-Islam, 09 Februari 2022.

SMK mukim	Rp. 3.265.000,-	Rp. 3.685.000,-
------------------	-----------------	-----------------

Tabel 5. Biaya pendaftaran santri baru

Proses pembayaran dilakukan setelah santri melakukan pendaftaran melalui *website* Pondok Pesantren Al-Islam. Dalam brosur tertulis bahwa nominal cicilan daftar ulang yang harus dibayarkan saat pendaftaran ialah 250.000,-. Dibayarkan melalui *virtual account*, yang disampaikan sesudah proses pendaftaran berhasil.⁷⁶ Kemudahan yang diberikan pondok ini bertujuan agar orang tua yang kurang mampu melunasi dengan segera tidak berkecil hati untuk menyekolahkan putra-putrinya di Pondok Pesantren Al-Islam.

3. Kemudahan Akses Informasi mengenai PP. Al-Islam

Proses promosi di Al-Islam Joresan merupakan tanggung jawab dari Tim Humas (hubungan masyarakat). Menurut Waka Humas, Bapak Iwan Suryanto, M. Th. I, jika didasarkan pada basis data, Al-Islam tidak dapat dikatakan sebagai pondok pesantren yang mendominasi dan menjadi pilihan utama bagi warga Mlarak pada khususnya. Hal tersebut sesuai dengan wawancara bersama beliau.

“kalau dikatakan Al-Islam mampu mendominasi itu sebenarnya tidak, karena berdasarkan survey kecil yang pernah saya lakukan, tercatat setiap tahun ada 12.000 siswa yang lulus di Kecamatan Mlarak ini dan hanya 300 saja yang mendaftar ke Al-Islam.”⁷⁷

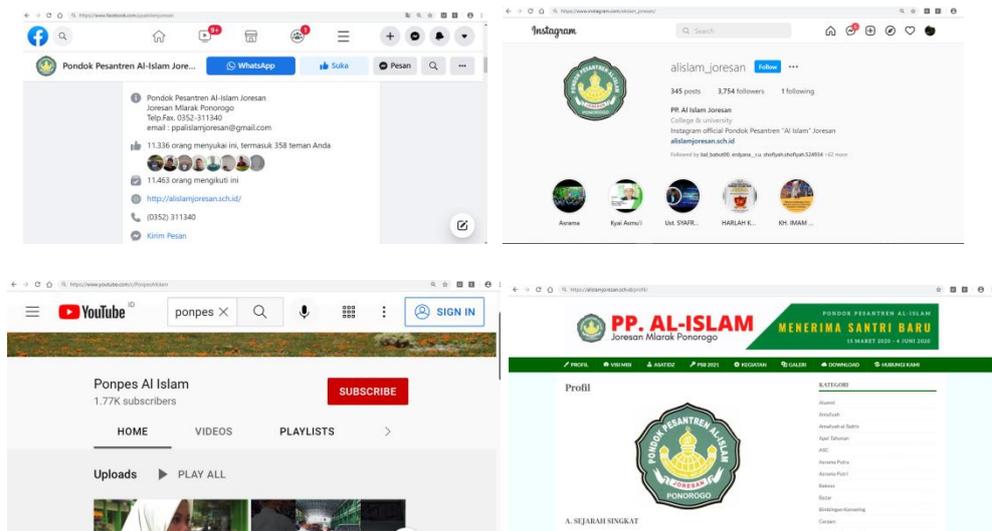
⁷⁶ Brosur PSB Al-Islam, *dokumentasi*, kantor Al-Islam, 09 Februari 2022

⁷⁷ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 18 Januari 2022.

Hal tersebut bermakna bahwa mayoritas santri dari Al-Islam berasal dari luar Kecamatan Mlarak. Bapak Iwan Suryanto, M. Th, I juga menjelaskan mengenai promosi yang dilakukan di Al-Islam adalah:

- a. Alumni, para alumni dari Al-Islam memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan kuantitas siswa di Al-Islam sendiri. Para alumni turut merekomendasikan sanak saudaranya, kerabat, dan orang-orang disekitarnya untuk menuntut ilmu di Al-Islam. Dengan memberitahukan proses pembelajaran, kegiatan, kurikulum dan program unggulan lainnya sehingga orang lain tertarik untuk menimba ilmu disana.
- b. Kualitas pondok, dari pihak Al-Islam tidak dapat menjamin bahwa Al-Islam merupakan pondok pesantren yang berkualitas. Akan tetapi, kualitas Al-Islam ada pada penilaian dari masyarakat itu sendiri. Dan masing-masing orang memiliki kriteria untuk mengakui bahwa Al-Islam merupakan pondok pesantren yang berkualitas. Maka dari itu, dari pihak Al-Islam berusaha memahami apa yang menjadi kebutuhan masyarakat di bidang pendidikan sehingga Al-Islam menjadi pilihan mereka untuk menuntut ilmu.
- c. *Platform Digital*. Sejak lima tahun terakhir ini, Al-Islam melakukan inovasi terbaru yakni penggunaan *platform digital* sebagai salah satu media mengenalkan Al-Islam kepada khalayak ramai. Al-Islam memiliki akun *facebook*, *instagram*, dan *youtube* sebagai sarana mengenalkan pondok. Promosi dengan *website* ini

cenderung temporal, terutama saat ada event di pondok pesantren, ataupun pembuatan video dramatisal. Berikut akun yang dapat diakses dari Pondok Pesantren Al-Islam.⁷⁸



Gambar 4. Platform digital Pondok Pesantren Al-Islam

- d. Lembaga bawahan. Pondok pesantren memiliki lembaga dibawahnya yaitu asrama putra dan asrama putri. Masing-masing memiliki akun *website* sendiri, jadi apabila mereka mengupload informasi mengenai asrama maka nama Al-Islam otomatis akan muncul juga.
- e. Kalender dan majalah. Pembuatan kalender menjadi lebih terkonsep dan mampu mewakili semua unit sejak 5 tahun yang lalu. Sehingga orang-orang akan lebih mengetahui mengenai Al-Islam secara keseluruhan. Sedangkan penerbitan majalah sudah dilakukann sejak 2 tahun yang lalu dan kini sudah memasuki edisi ke-4. Dokumentasi mengenai kalender dapat dilihat di lampiran.

⁷⁸ Platform digital Al-Islam, dokumentasi Kantor Al-Islam. 09 Februari 2022.

- f. Papan reklame. Al-Islam berencana memasang papan reklame untuk memperkenalkan Al-Islam kepada khalayak ramai. Sampai saat ini, masing direncanakan dan masih dalam tahap penyusunan konsep.
- g. Brosur. Promosi dengan menggunakan brosur sudah dilakukan sejak dulu. Akan tetapi, dengan kemudahan teknologi masa kini proses penyebaran brosur dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien melalui berbagai media online (*WhatsApp, facebook, instagram*) tanpa harus mencetak terlebih dahulu.
- h. PSB online. Penerimaan santri baru dilakukan secara online sejak 5 tahun yang lalu. Hal tersebut dengan tujuan agar santri yang berada di luar Pulau Jawa dapat mendaftar ke Al-Islam tanpa harus pergi ke kantor Al-Islam. Sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

Secara teknis, proses promosi yang ada di Al-Islam dengan media diatas merupakan tanggung jawab dari Tim Humas.

4. Integrasi 3 Kurikulum

Proses pendidikan formal di Pondok Pesantren Al-Islam dilaksanakan pada pukul 06:30 WIB-12:00 WIB. Setiap hari sabtu-kamis. Bagi santri yang berada di asrama terdapat pengajian di sore hari *ba'da* asar dan *sorogan* Al-Qur'an setelah shalat maghrib berjamaah kepada para ustadzah. *Ba'da* isya' dilanjutkan dengan pengembangan bahasa oleh para pengurus pondok. (*tasyji'ul lughoh*). Informasi diatas dibuktikan dengan

hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama Ustadzah Ulfa Rohmawati selaku kepala asrama putri bahwa:

“asrama putri Al-Islam Joresan memiliki kegiatan berupa kajian kitab untuk menambah wawasan para santri mengenai keagamaan, juga ada sorogan Al-Qur’an untuk memperbaiki bacaan Al-Qur’an mereka. Kegiatan di asrama putri tidak akan mengganggu tugas utama santri disini yaitu belajar”⁷⁹

Informasi serupa juga peneliti peroleh dari santri yang bermukim di asrama. Bahwa Al-Islam memiliki beberapa kegiatan islami yang wajib diikuti oleh seluruh santri yang bermukim.

“disini kita tidak hanya belajar secara formal saja. Tapi kami juga diajari membaca kitab, membaca Al-Qur’an dan pengembangan bahasa.”⁸⁰

Pada saat yang bersamaan, peneliti melakukan observasi dengan mengamati kegiatan disana. Para santri tengah melakukan kajian kitab bersama yang dibimbing oleh Kyai Slamet. Dokumentasi mengenai kegiatan ini dapat dilihat di lampiran.

Wawancara tersebut juga sesuai dengan dokumen yang peneliti peroleh mengenai jadwal harian santri Pondok Pesantren Al-Islam, Joresan, Mlarak, Ponorogo.⁸¹

03.00-05.00	Santri bangun tidur, persiapan sholat tahajud dan dilanjut sholat subuh berjamaah
05.00-06.00	Pengajian kitab
06.00-06.30	Persiapan pembelajaran formal
06.30-12.00	Jam pelajaran formal

⁷⁹ Ulfa Rohmawati, *wawancara*, Kantor PP. Asrama Putri Al-Islam. 13 Januari 2022

⁸⁰ Tansa Navira, *wawancara*. Mlarak, Ponorogo. Jumat, 21 Januari 2022

⁸¹ Jadwal Kegiatan Harian Santri, *dokumentasi*, Kantor Asrama Putri Al-Islam Joresan. Rabu, 26 Januari 2022

12.00-16.00	Ishoma
16.00-17.30	Periapan sholat asar berjamaah dan dilanjutkan pengajian kitab
17.30-18.00	Makan sore
18.00-19.30	Sholat maghrib, sorogan Al-Qur'an dan sholat isya' berjamaah
19.30-20.30	Pengembangan bahasa
20.30-22.00	Belajar bersama
22.00-03.00	Tidur

Tabel 6. Jadwal kegiatan harian santri

Dalam pelaksanaan pembelajarannya, Al-Islam mengintegrasikan tiga kurikulum sekaligus. Kurikulum tersebut ialah kurikulum pondok pesantren salafiyah, kurikulum Pondok Modern “Darussalam” Gontor, dan Kurikulum Kementerian Agama. Pemilihan kurikulum ini disesuaikan dengan visi dan misi dari pondok pesantren sendiri. Informasi mengenai kurikulum yang digunakan oleh pondok pesantren diatas dibuktikan dengan wawancara bersama Kepala MTs mengenai keunggulan pondok pesantren dalam hal penetapan kurikulum.

“salah satu hal yang menjadi unggulan dari Al-Islam ialah pada kurikulum kami. Kurikulum kami sangat berbeda dan tidak ada satu sekolah lain pun yang menyamainya. Kami mengintegrasikan 3 kurikulum sekaligus, yakni Kurikulum Pondok Modern Gontor, Kurikulum Pondok Pesantren Salafiyah, dan Kurikulum Kementerian Agama.”⁸²

Hal tersebut selaras dengan informasi yang peneliti dapatkan saat melakukan wawancara dengan salah satu santri Al-Islam.

“salah satu yang menarik di Al-Islam itu pada pembelejarannya. Kita tidak hanya mendapat materi pelajaran umum saja. Disini

⁸² Imron Ahmadi, *wawancara*. Mlarak, Ponorogo. Senin, 24 Januari 2022

ada pelajaran agama, ada pelajaran seperti pondok salafiyah, ada pula yang modern. Dan menariknya hal itu tidak didapat oleh siswa di sekolah lain.”⁸³

Informasi mengenai kurikulum di Pondok Pesantren Al-Islam diatas diperkuat dengan data yang peneliti peroleh dari salah satu santri mengenai jadwal pelajaran Al-Islam.

⁸³ Rosela Angelina, *wawancara*. PP. Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022.

<ul style="list-style-type: none"> •B. Indo •Fiqih •Aqoid •IPS •Nahwu •B. Jawa •Tarikh Tasyri' •Muthola'ah
senin

<ul style="list-style-type: none"> •Tamrin lughoh •Al-Qur'an •B. Inggris •Insya' •IPA •Hadis •SKI •IPS
selasa

<ul style="list-style-type: none"> •IPS •Aqidah Akhlak •Matematika •Nahwu •B. Indo •Fiqih •Shorof •B. Inggris
rabu

<ul style="list-style-type: none"> •Penjaskes •Penjaskes •Tajwid •Muthola'ah •IPA •IPA •Insya' •Al-Qur'an Hadis
kamis

<ul style="list-style-type: none"> •Khot •B. Inggris •B. Inggris •Prakarya •Prakarya •PPKn •IPS •muhadhoroh
sabtu

<ul style="list-style-type: none"> •matematika •matematika •PPKn •mahfudhot •shorof •Imla' •B. inggris •SBK
ahad

Gambar 5. Jadwal pelajaran Pondok Pesantren Al-Islam

Adapun mengenai metode pembelajaran, para *asatidz* menggunakan metode pembelajaran yang bermacam-macam. Pengambilan metode pembelajaran ini sesuai dengan mata pelajaran yang akan diajarkan dan kelas yang akan diberi pelajaran. Kemampuan menerima materi bagi siswa kelas A dengan dengan kelas R tentu berbeda, maka perlu ada inovasi dan kreatifitas dari para *asatidz* agar para santri dapat menerima ilmu yang sama dengan baik meskipun dengan metode yang berbeda.

5. Tenaga Pendidik yang Berkualitas

Dalam proses pemasaran pendidikan selalu membutuhkan pelaksana dari pemasaran pendidikan sehingga proses pemasaran suatu lembaga pendidikan tidak terhambat oleh kendala dan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al-Islam. Secara internal, proses pemasaran pendidikan melibatkan seluruh guru dan karyawan di Pondok Pesantren Al-Islam.

Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah, Bapak Imron Ahmad, S. Ag, Pondok Pesantren Al-Islam memiliki beberapa kriteria dalam menentukan *asatidz* dan karyawan di Al-Islam. Beberapa kriteria tersebut adalah:⁸⁴

- a. Diutamakan alumni dari Al-Islam, kecuali jika kompetensi yang dibutuhkan tidak dimiliki oleh para alumni Al-Islam.
- b. Di prioritaskan NU, atau tidak merubah akidah-akidah yang sudah ditanamkan di Al-Islam.

⁸⁴ Imron Ahmadi, *wawancara*. Kantor PP. Al-Islam. Senin, 24 Januari 2022

- c. Memiliki kompetensi yang dibutuhkan oleh pondok

Proses rekrutment *asatidz* dilakukan setiap tahun sekali. Hal tersebut karena setiap tahunnya Al-Islam mengalami kenaikan jumlah siswa. Maka dari itu, Al-Islam membutuhkan tambahan tenaga pengajar pula. Proses rekrutmen dilakukan melalui seleksi yang dilakukan oleh para pimpinan. Berikut data mengenai jumlah guru dan karyawan yang aktif di Pondok Pesantren Al-Islam.⁸⁵

No	Unit	Jumlah
1	MTs	108
2	MA	74
3	SMK	11
4	Karyawan	25
5	Tenaga kesehatan	12
Jumlah total		230

Tabel 7. Jumlah guru dan karyawan di Al-Islam

Akan tetapi, proses pemasaran juga melibatkan komite dan alumni dari Al-Islam. Dalam proses pelaksanaannya, setiap orang menjalankan perannya sesuai dengan bidang masing-masing. Adapun *asatidz*, melakukan proses pemasaran dengan mengajar siswa secara maksimal, para karyawan melayani setiap tamu yang datang dengan baik dan membantu apa yang menjadi keperluannya, para alumni dengan memberitahukan informasi mengenai Al-Islam kepada khalayak ramai dengan memanfaatkan berbagai media, dan lain sebagainya.

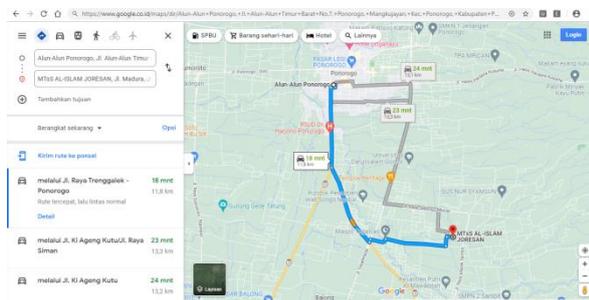
6. Lokasi yang Strategis

Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo terletak 15 km dari Kabupaten Ponorogo, lebih tepatnya di Jl. Madura, Joresan,

⁸⁵ Data jumlah guru dan karyawan, *dokumentasi*. Kantor PP. Al-Islam. Rabu, 26 Januari 2022.

Mlarak, Ponorogo. Pondok Pesantren Al-Islam merupakan pondok pesantren yang berlokasi di tengah desa. Akan tetapi, tidaklah begitu sulit untuk menuju ke pondok tersebut. Untuk menuju lokasi Pondok Pesantren Al-Islam sangatlah mudah, kemudahan tersebut dikarenakan dalam perjalannya tidak hanya dapat dijangkau dengan transportasi umum. Akan tetapi, dapat juga diakses dengan transportasi pribadi seperti mobil, motor, dsb. Hal tersebut sesuai dengan penuturan salah satu wali santri, Niam Wafiroh:

“menurut kami, akses menuju Al-Islam sangatlah mudah, bisa ditempuh dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Kemudahan itu jadi pertimbangan kami pula untuk menyekolahkan anak kami kesana.”⁸⁶



Gambar 6. Jarak antara Al-Islam dengan Ponorogo Kota

Kemudahan akses menuju Pondok Pesantren ini juga dapat menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para orang tua untuk memilih Pondok Pesantren Al-Islam sebagai tempat belajar bagi putra-putrinya. Apabila akses jalan mudah, maka bagi orang tua yang hendak menjenguk anaknya pun dapat dilakukan dengan mudah pula.

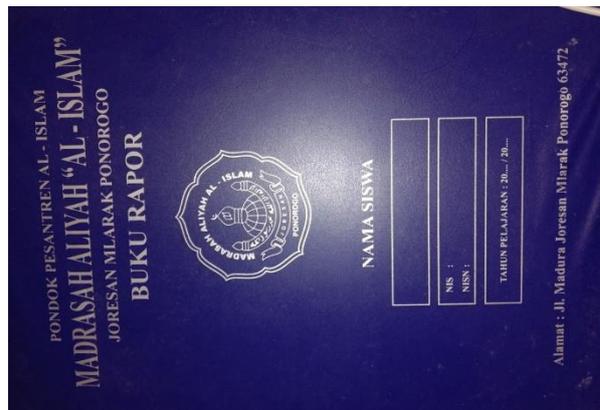
⁸⁶ Niam Wafiroh, *wawancara*. Sukorejo, Ponorogo. Selasa, 25 Januari 2022

7. Fasilitas yang Memadai

Bukti fisik dibagi menjadi dua macam, yakni berupa keputusan penyelenggara pendidikan yang berupa tata letak ruang, desain gedung, dsb. serta nilai tambah yang berfungsi mendukung proses pendidikan seperti raport siswa, catatan siswa, dll.

Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo memiliki gedung yang terpisah-pisah. Akan tetapi masih berada dalam satu lingkup Desa Joresan. Penempatan ruang kelas pun diletakkan dalam satu lingkup sesuai dengan jenjang pendidikan yang ada. Hal tersebut dikarenakan penambahan gedung belajar disesuaikan dengan letak tanah yang tersedia dan penambahan gedung dilakukan secara bertahap tergantung dari dana yang tersedia dan jumlah gedung yang dibutuhkan oleh Pondok Pesantren Al-Islam.

Nilai tambah berupa raport siswa juga digunakan oleh pondok pesantren sebagai bukti fisik mengenai hasil belajar siswa, sehingga kualitas para santri Pondok Pesantren Al-Islam dapat diketahui secara spesifik. Penerimaan raport dilakukan setelah diadakan evaluasi penilaian akhir semester. Masing-masing santri akan mendapat buku raport sebagai hasil belajar mereka untuk ditanda tangani oleh orang tua wali. Dengan begitu, para wali santri dapat mengetahui progres belajar putra putrinya selama di Pondok Pesantren Al-Islam, Joresan, Mlarak, Ponorogo.



Gambar 7. Buku raport santri Al-Islam

8. Membangun Sinergitas Para Alumni

Pondok Pesantren Al-Islam berusaha untuk selalu menjalin komunikasi dengan para alumni. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, komunikasi dengan para alumni kini semakin mudah. Setiap angkatan memiliki *Group WhatsApp* untuk menginformasikan mengenai Al-Islam, dengan begitu para alumni dapat membantu Pondok Pesantren untuk mengenalkan Al-Islam kepada khalayak ramai. Usaha ini memiliki hasil yang cukup memuaskan. Apabila terdapat santri yang berasal dari Papua, Sumatra dan daerah Luar Pulau Jawa lainnya mereka mendapat informasi mengenai Al-Islam dari para alumni, kerabat merupakan alumni, orang tua merupakan alumni Al-Islam dan lain sebagainya. Berikut beberapa *Group WhatsApp* alumni Al-Islam.⁸⁷



Gambar 12. *Group WhatsApp* IKAI

⁸⁷ Group WhatsApp IKAI. Dokumentasi. Sukorejo, Ponorogo. Rabu, 26 Januari 2022

9. Menunjukkan kualitas dan keberhasilan yang diraih oleh Al-Islam

Proses pemasaran bukan sekedar meraih pasar akan tetapi juga menunjukkan bahwa Al-Islam memiliki prestasi dan mampu bersaing dengan siswa luar lainnya. Salah satu cara menunjukkan kualitas ialah dengan mengikuti berbagai perlombaan dan *event* yang diselenggarakan oleh pihak luar, seperti porseni, ASN, dll. Dengan begitu, Al-Islam akan semakin dikenal oleh lembaga pendidikan luar. Data mengenai prestasi siswa dapat dilihat di lampiran.

10. Proses Pendaftaran

Dalam penerimaan santri baru, Pondok Pesantren Al-Islam memiliki beberapa prosedur dan rangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh para pendaftar. Santri terlebih dahulu harus menyelesaikan administrasi yang berkaitan dengan Pondok, dan apabila santri yang berkenan mukim maka setelah proses administrasi selesai, ia akan mendapatkan kamar dan fasilitas asrama lainnya.

Pada jadwal yang sudah ditentukan, seluruh santri baru wajib mengikuti *placement test* yang diselenggarakan oleh pihak pondok. *Placement test* meliputi tes pengetahuan agama, PKn, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Matematika, menulis Arab, membaca Al-Qur'an dan *psychotest*. Sedangkan untuk MA atau SMK terdapat tambahan yaitu tes Bahasa Arab. Tes ini dilakukan dengan tujuan untuk membagi santri ke dalam beberapa kelas sesuai dengan kemampuan mereka. Pembagian kelas

ini bukan semata-mata bertujuan membeda-bedakan antara santri yang pintar dan yang kurang pintar. Akan tetapi, pembagian kelas bertujuan menyetarakan kemampuan mereka dalam menyerap pelajaran sehingga metode yang digunakan oleh *asatidz* tersebut dapat diterima dengan baik oleh para santri.

Setiap awal tahun pembelajaran, Pondok Pesantren Al-Islam mengadakan kegiatan pekan perkenalan. Pekan perkenalan merupakan salah satu program rutin yang diadakan selama setahun sekali oleh pihak Pondok Pesantren Al-Islam. Pekan perkenalan merupakan salah satu program wajib bagi seluruh santri Al-Islam. Bagi para santri baru, pekan perkenalan ini bertujuan untuk memperkenalkan seluk beluk mengenai Pondok Pesantren Al-Islam. Sedangkan bagi santri lama, kegiatan pekan perkenalan ini bertujuan membangkitkan semangat dan menata niat kembali untuk belajar di Pondok Pesantren Al-Islam. Pekan perkenalan berlangsung selama 4 hari dan diisi dengan *tausiyah* dari para pimpinan serta hiburan yang menarik dari para santri.



Gambar 8. Pekan Perkenalan

11. Barokah Para Sesepeuh dan Kyai

Al-Islam Joresan merupakan lembaga pendidikan berbasis Pondok Pesantren. Dalam dunia pesantren, Kyai merupakan pemegang tertinggi keputusan di Pondoknya. Meskipun Al-Islam merupakan sekolah formal yang berbasis pondok pesantren, akan tetapi kepemimpinan dan semua proses yang ada di Al-Islam tentu melibatkan para kyai dan sesepeuh. Begitu pula dalam proses pemasaran pendidikan juga melibatkan para kyai dan sesepeuh. Pondok Al-Islam tidak memiliki target secara kuantitas mengenai jumlah siswa, akan tetapi para sesepeuh dan kyai senantiasa berdoa agar Al-Islam mampu memiliki jumlah siswa atau santri yang meningkat setiap tahunnya. Dengan banyaknya santri yang ada di suatu Pondok Pesantren, maka akan semakin barokah pula Pondok Pesantren tersebut. Pernyataan diatas sesuai dengan wawancara yang peneliti lakukan bersama Waka Humas mengenai target jumlah siswa baru.

“tidak ada target dari pondok, hanya dari tim humas memiliki target bahwa Al-Islam harus punya santri minimal 100 tiap tahunnya. Dan alhamdulillah target tersebut terpenuhi. Target itu juga didasarkan pada permintaan dan doa dari poro sesepeuh, kalau bisa santri Al-Islam bisa nambah setiap tahunnya”.⁸⁸

Wawancara diatas juga sesuai dengan data yang peneliti peroleh. Bahwa para guru di Pondok Pesantren Al-Islam merupakan Kyai atau tokoh masyarakat di daerah tempat tinggalnya.

⁸⁸ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 18 Januari 2022.



Gambar 13. Para Kyai dan Sesepeuh Al-Islam

Berdasarkan paparan data mengenai implementasi manajemen pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Al-Islam diatas dapat diketahui bahwa proses implementasi PP. Al-Islam meliputi:

Program unggulan
Biaya mudah dijangkau berbagai kalangan
Kemudahan akses informasi mengenai PP. Al-islam
Integrasi 3 kurikulum
Tenaga pendidik yang berkualitas
Lokasi yang strategis
Fasilitas yang memadai
Membangun sinergitas para alumni
Menunjukkan kualitas dan keberhasilan yang diraih oleh al-islam
Proses pendaftaran
Doa dari para sesepuh

Tabel 8. Tabel implementasi pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Al-Islam

D. Pengendalian Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Tahap akhir dalam proses manajemen ialah pengendalian. Dalam tahap ini seorang pemimpin mengevaluasi kinerja bawahannya. Pengendalian berfungsi sebagai *controlling* atau sebagai pengawasan dalam suatu

manajemen. Pengawasan dilakukan untuk mengukur apakah proses pelaksanaan pemasaran yang ada sudah memenuhi standar yang menjadi ketetapan pondok dan hasil yang dicapai sudah memenuhi target. Hasil evaluasi dalam proses pengendalian pemasaran dapat menjadi pertimbangan dalam proses pemasaran selanjutnya. Pondok pesantren Al-Islam juga melakukan pengendalian dalam tahap akhir proses pemasaran pendidikan.

Dalam tahap ini, proses pengendalian dilakukan dengan komunikasi antar panitia mengenai proses pemasaran pendidikan. Dalam tahap ini pula pimpinan melakukan pengecekan mengenai proses pemasaran pendidikan meliputi hambatan, *progress*, jumlah santri yang mendaftar dan saran yang digunakan dalam proses pemasaran selanjutnya. Proses pengendalian dengan metode ini berlangsung secara informal. Akan tetapi, diakhir kepanitiaan terdapat evaluasi akhir bersama pimpinan dan seluruh panitia. Evaluasi diadakan melalui kegiatan rapat bersama yang membahas mengenai perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dalam proses manajemen pemasaran pendidikan. Memilih program yang perlu diperbaiki untuk kepanitiaan selanjutnya dan yang tidak perlu dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Imron Ahmadi selaku kepala:

“kami sangat mempercayai para panitia dalam proses pemasaran ini. Akan tetapi, kami juga tetap harus mengecek dan mengontrol kinerja para panitia. Kami tanya tentang progresnya, hambatan dan saran-saran yang bisa digunakan untuk kepanitiaan selanjutnya, ini sifatnya informal. Ada juga evaluasi di akhir kepanitiaan, evaluasi berlangsung secara formal dan diadakan melalui sebuah rapat.”⁸⁹

⁸⁹ Imron Ahmadi, *wawancara*. Kantor PP. Al-Islam. Senin, 24 Januari 2022

Hal tersebut selaras dengan pernyataan dari Bapak Iwan Suryanto, M.Th, I selaku Waka Humas.

“saat pelaksanaan, kami juga sering berkomunikasi antar panitia mengenai proses pemasaran. Komunikasi antar anggota ini sangat penting, karena dengan adanya komunikasi kita bisa saling bahu membahu dalam menyelesaikan tugas. Pimpinan juga sering mengontrol kinerja kami dalam proses pemasaran kami. Sehingga jika ada kendala yang tidak bisa panitia selesaikan, dapat diberi arahan oleh pimpinan.”⁹⁰

Keberhasilan Pondok Pesantren Al-Islam dalam proses pengendalian manajemen pemasaran pendidikan dapat dilihat diketahui dari peningkatan jumlah santri setiap tahunnya. Dengan meningkatnya santri, berarti para pelaksana dapat mengatasi masalah yang muncul saat proses pemasaran pendidikan.

Berdasarkan pemaparan data mengenai pengendalian manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam diatas dapat disimpulkan bahwa proses pengendalian pemasaran pendidikan di Al-Islam menggunakan dua metode, yakni:

1. Pengendalian secara formal, pengendalian secara formal dilakukan pada akhir proses pemasaran pendidikan. Pengendalian dilakukan dengan mengadakan rapat evaluasi bersama seluruh panitia yang terlibat dalam proses pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan. Rapat tersebut membahas mengenai proses implementasi pemasaran pendidikan apakah sudah sesuai dengan rencana dan standar yang ditetapkan oleh Pondok Pesantren Al-Islam. Rapat juga membahas

⁹⁰ Iwan Suryanto, *wawancara*, Mlarak, Ponorogo. Selasa, 18 Januari 2022.

mengenai hambatan, kritik dan saran selama proses pemasaran pendidikan agar dapat diperbaiki dalam proses pemasaran pendidikan selanjutnya.

2. Pengendalian secara informal, pengendalian secara informal ini dilakukan selama proses pemasaran pendidikan berlangsung. Proses pengendalian dilakukan oleh pimpinan kepada para pelaksana pemasaran. Selama proses pengendalian, pimpinan bertanya mengenai progres dari proses pemasaran, hambatan dan kemajuannya. Pengendalian informal membantu para pelaksana mengatasi permasalahan yang membutuhkan solusi cepat dalam proses pemasaran.

E. Hasil Manajemen Pemasaran Pendidikan di Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Dalam proses wawancara bersama wali santri, peneliti melakukan wawancara dengan dua wali santri yang memiliki putra-putri dan tengah menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam. Wawancara ini diadakan untuk mengetahui tingkat kepuasan para wali santri terhadap pemasaran yang telah dilakukan oleh seluruh komponen Pondok Pesantren Al-Islam. Adapun beliau adalah:

- a. Niam Wafiroh, alamat di Jl. Ki Ageng Mangli, Sukorejo, Ponorogo. Beliau adalah wali santri dari Sayyidaturrohimah, santri Al-Islam kelas 2 MA jurusan agama.

b. Nurhayati, alamat di Mlancar, Sukorejo, Ponorogo. Beliau adalah wali santri dari Asna Zultiva, santri Al-Islam kelas 1 MA jurusan agama.

Berdasarkan wawancara dengan wali santri dapat diketahui bahwa mereka mengetahui informasi mengenai Al-Islam untuk pertama kalinya melalui kerabat yang juga merupakan alumni dari Al-Islam. Sedangkan alasan utama memilih Al-Islam sebagai tempat pendidikan anak adalah dari keinginan anak itu sendiri, kerabat merupakan alumni Al-Islam, dan kualitas dari lulusan Al-Islam yang dinilai mampu bermasyarakat dan mampu bersaing pula dalam jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

“alasan pemilihan Al-Islam salah satunya karena kearabat saya alumni sana, dan sekarang menjadi dosen di UIN Surabaya. Dan mayoritas di desa ini semua anak-anaknya bersekolah disana juga, jadi saya mempercayakan anaka saya untuk menempuh pendidikan disana pula. Selain itu, kami menawarkan kepada putra-putri kami apakah bersedia menempuh pendidikan disana, karena saya sebagai orang tua tidak bisa memaksa anak-anak, takutnya nanti tidak maksimal saat belajar.”⁹¹

Pernyataan diatas selaras dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan wali santri lainnya, yaitu Niam Wafiroh. Beliau mengetahui informasi mengenai Al-Islam Joresan untuk pertama kalinya melalui kerabat yang merupakan alumni dari Al-Islam. Dan menurutnya, kualitas dari para alumni Al-Islam cukup baik dan mampu bermasyarakat.

“saya mengetahui informasi mengenai Al-Islam lewat kerabat, ia merupakan alumni Al-Islam. Dan menurut saya, alumni disana cukup baik dan bisa bermasyarakat. Hal itu menambah kepercayaan saya untuk menyekolahkan putri

⁹¹ Nurhayati, *wawancara*, Sukorejo, Ponorogo. Rabu, 19 Januari 2022.

saya di PP. Al-Islam. Putri saya juga bersedia untuk masuk pesantren, maka sebagai orang tua tentu ikut senang karena putrinya mau mondok.”⁹²

Para wali santri merasakan perubahan pada putra-putri mereka setelah berada di Al-Islam. Perubahan itu dirasakan dari aspek keilmuan maupun adab. Mereka berpendapat bahwa menyekolahkan anak harus optimis dan percaya bahwa anak akan menjadi lebih baik. Mengenai masa depan kelak ia ingin menjadi seperti apa, itu akan diserahkan kepada anak sendiri.

“kalau menurut saya, menyekolahkan anak harus optimis. Pasti disana dia akan bertambah ilmunya, pengalamannya. Masalah kelak dia menjadi seperti apa biarlah dia sendiri yang menentukan. Dan menurut saya, sejauh ini putra-putri kami mengalami perkembangan yang cukup baik. Awalnya tidak bisa ngaji, sekarang bisa, dia tidak paham Bahasa Arab, sekarang bisa.”⁹³

Adapun mengenai biaya, Al-Islam tergolong murah dan dapat dijangkau oleh para wali santri. Penilaian ini berdasarkan perbandingan dengan pondok pesantren yang ada di Ponorogo. Menurut mereka, biaya yang dikeluarkan setara dengan apa yang putra-putri mereka dapatkan. Biaya yang dapat dijangkau berbagai lapisan masyarakat ini juga menjadi salah satu alasan mereka memilih Al-Islam sebagai tempat menempuh pendidikan.

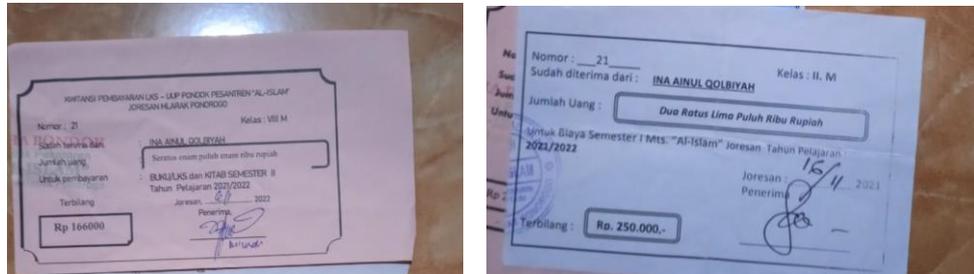
“*alhamdulillah* mengenai biaya di Al-Islam menurut kami cukup murah. Dan itu sesuai dengan fasilitas yang didapatkan anak-anak kami.”⁹⁴

⁹² Niam Wafiroh, *wawancara*. Sukorejo, Ponorogo. Selasa, 25 Januari 2022

⁹³ Nurhayati, *wawancara*. Sukorejo, Ponorogo. Rabu, 19 Januari 2022

⁹⁴ Nurhayati, *wawancara*. Sukorejo, Ponorogo. Rabu, 19 Januari 2022

Hal tersebut selaras dengan dokumen yang peneliti peroleh dari salah satu wali santri mengenai kwitansi pembayaran di Al-Islam.⁹⁵



Gambar 4. Bukti pembayaran di Al-Islam

Pondok Pesantren Al-Islam memiliki lokasi yang strategis serta mudah untuk dijangkau oleh para wali santri menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Pondok Pesantren Al-Islam terletak di desa, hal tersebut membuat para orang tua dan wali santri merasa aman unuk *memondokkan* putra-putrinya disana. Kemudahan dalam akses perjalanan ini juga menjadi salah satu alasan atau mungkin menjadi pertimbangan bagi para wali santri untuk memilih Al-Islam sebagai tempat menempuh pendidikan bagi putra-putri tercintanya.

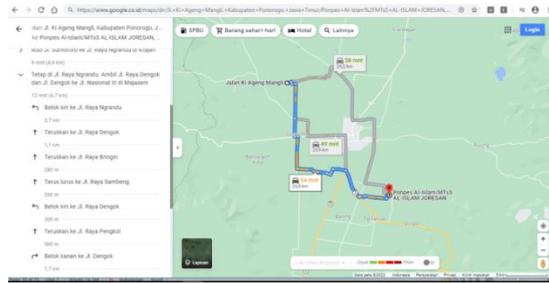
“kami pergi kesana dengan menggunakan kendaraan pribadi. Menurut kami akses kesana cukup mudah. Perjalanan sekitar satu jam”.⁹⁶

Berikut rute perjalanan dari rumah wali santri menuju Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.⁹⁷

⁹⁵ Kwitansi Pembayaran di Al-Islam, *dokumentasi*. Selasa, 25 Januari 2022

⁹⁶ Niam Wafiroh, *wawancara*, Sukorejo, Ponorogo. Selasa, 25 Januari 2022

⁹⁷ <https://tinyurl.com/2p96be9b> Diakses pada Kamis, 10 Februari 2022. 10.58 WIB.



Gambar 5. Peta perjalanan menuju Pondok Pesantren Al-Islam

Santri atau siswa merupakan konsumen dalam pemasaran pendidikan. Salah satu tingkat keberhasilan dari suatu pemasaran dapat diukur melalui tingkat kepuasan konsumen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, maka peneliti melakukan serangkaian wawancara bersama beberapa santri dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mereka terhadap pemasaran di Pondok Pesantren Al-Islam. Peneliti melakukan wawancara dengan para santri Al-Islam dengan mengambil sampel 4 santri Al-Islam dengan rincian sebagai berikut.

- c. Tansa Alvira, santri Al-Islam kelas 2 MA
- d. Rosela Angelina, santri baru Al-Islam kelas 1 MTs
- e. Nadiatul Kholifah, santri intensif Al-Islam kelas 5
- f. Qorina Alya, santri Al-Islam kelas 2 MTs

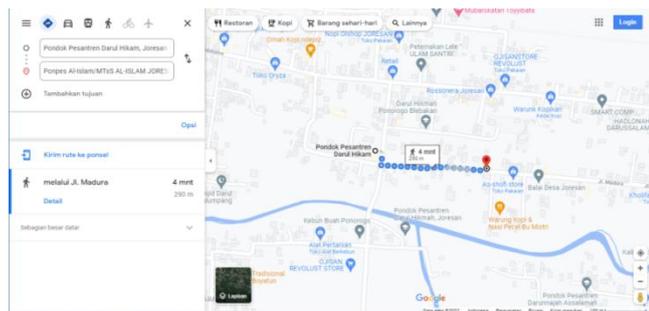
Mereka mendapat informasi mengenai Al-Islam untuk pertama kalinya dari para alumni. Dari kerabat, saudara, tetangga dari mereka merupakan alumni dari Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo. Hal tersebut berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama salah satu santri di Al-Islam, Tansa Alvira yang berasal dari Madiun:

“saya tahu tentang Al-Islam pertama kali dari saudara, karena rumahnya dekat dengan pondok, di belakang Pondok Putra Darul Hikam. jadi saya bisa lebih mudah kalau ada keperluan mendesak.”

Pernyataan tersebut selaras dengan informasi yang peneliti peroleh dari salah satu santri bernama Nadiatul Kholifah yang berasal dari Riau.

“info tentang Al-Islam pertama kali dari pakpuh, beliau alumni dari Al-Islam, jadi saya tertarik untuk menempuh pendidikan disini juga. Itupun juga saran dari kakek dan nenek saya, saya pun mengikutinya.”⁹⁸

Pendapat Tansa Alvira diatas didukung dengan dokumentasi di bawah ini.⁹⁹



Gambar 6. Peta perjalanan Pondok Pesantren Darul Hikam menuju Al-Islam Joresan

Sedangkan untuk alasan pribadi mengenai alasan memilih Al-Islam sebagai tempat menempuh pendidikan salah satunya adalah karena di Al-Islam menawarkan berbagai ekstrakurikuler dan program kulikuler yang dibutuhkan di era sekarang. Catatan diatas didukung oleh data wawancara bersama Rosela Angelina, santri Al-Islam Joresan.

“disini menawarkan kegiatan ekstrakurikuler yang banyak, sehingga semua santri bisa memilih mana yang menjadi minat

⁹⁸ Nadiatul Kholifah, wawancara. Asrama Putri Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022

⁹⁹ <https://tinyurl.com/3xpv3wxy>. Dokumentasi, Diakses pada Kamis, 10 Februari 2022

mereka. Pilihan yang banyak ini juga jadi pertimbangan saya untuk bersekolah disini. Saya disini mengikuti ekstrakurikuler qiro'ah.”¹⁰⁰

Alasan lain disampaikan oleh Nadiatul Kholifah mengenai alasan pribadi pemilihan Al-Islam sebagai tempat untuk menempuh pendidikan. Nadiatul Kholifah merupakan salah satu santri yang berasal dari luar Pulau Jawa. Maka salah satu alasan memilih belajar di Al-Islam adalah karena ia memiliki keinginan untuk belajar di Jawa. Dengan alasan ia dapat menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan yang berbeda dibanding teman-temannya di Riau.

“untuk alasan pribadi, dari awal memang ingin belajar di Jawa. Karena menurut saya pendidikan di Jawa lebih unggul dibanding Riau. Disini saya juga dapat menambah pengalaman yang berbeda dengan teman Riau saya. Jadi nanti bisa berbagi pengalaman dan ilmu dengan mereka.”¹⁰¹

Selama belajar di Al-Islam pun mereka menemui banyak perubahan dalam diri mereka. Mereka menjadi lebih dewasa, mandiri, mampu menambah pengalaman dan keilmuannya.

“tentu ada perubahan yang saya rasakan setelah belajar disini. Karena disini kita hidup bersama, jadi dituntut untuk lebih dewasa, mandiri, dan bertanggung jawab.”¹⁰²

Perubahan dalam hal ilmu pengetahuan dan pola pikir juga mereka rasakan selama belajar di Al-Islam. Hal tersebut sesuai dengan wawancara bersama Nadiatul Kholifah.

“disini saya merasa lebih baik , dari segi pengetahuan maupun sikap. Karena disini ada pengajian kitab, ada sorogan Al-Qur'an maka bacaan Al-Qur'an saya menjadi lebih baik.

¹⁰⁰ Rosela Angelina. *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022.

¹⁰¹ Nadiatul Kholifah, *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022

¹⁰² Qorina Alya, *wawancara*, Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

Kemudian dulu saya tidak bisa Bahasa Arab dan alhamdulillah disini kemampuan Bahasa Arab saya lumayan meningkat.”¹⁰³

Adapun mengenai biaya, para santri lebih memilih untuk membeli kebutuhan di luar pondok. Menurut mereka, harga barang di koperasi pondok dibandingkan harga di toko luar cenderung lebih mahal di pondok. Maka dari itu, para santri lebih memilih berbelanja di luar pondok pada hari jumat.

“kalau saya sendiri lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di luar. Karena menurut saya lebih murah diluar. Akan tetapi, misal untuk kebutuhan mendesak dan tidak diizinkan keluar, maka saya lebih memilih membeli di koperasi.”¹⁰⁴

Namun, beberapa santri enggan keluar pondok dan lebih memilih membeli di koperasi untuk menghemat waktu mereka. Akan tetapi, di saat pandemi seperti ini para santri tidak diperkenankan untuk keluar pondok. Maka mereka membeli kebutuhan apapun di koperasi pondok tersebut.

“menurut saya lebih murah diluar pondok ya. dan saya lebih suka belanja diluar pondok untuk menghemat pengeluaran. Selain itu, sebagai jalan-jalan menikmati suasana luar pondok. Atau kalau memang sedang malas saya bisa titip ke teman yang sedang izin keluar.”¹⁰⁵

Al-Islam memiliki gedung belajar yang cukup banyak dan berbeda-beda. Nama gedung tersebut diambil dari para ilmuwan muslim, ulama’ dan tokoh muslim lainnya. Denah mengenai gedung Al-Islam dapat dilihat di lampiran. Beberapa santri dapat belajar di gedung Al-Islam sendiri dengan fasilitas yang memadai dan jarak yang mudah dijangkau

¹⁰³ Nadiatul Kholifah, wawancara. Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

¹⁰⁴ Tansa Al-Vira, wawancara, Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

¹⁰⁵ Rosela Angelina, wawancara. Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

Namun, beberapa santri harus belajar di rumah penduduk yang memang diperbolehkan oleh tuan rumah untuk ditempati dengan fasilitas seadanya, dingin dan bahkan minim bangku untuk duduk. Pernyataan diatas sesuai dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan Rosela Angelina mengenai keadaan ruang kelas di Pondok Pesantren Al-Islam.

“kalau jarak dengan ruang kelas, menurut saya mudah dijangkau. Saya di Gedung darurat 2. Akan tetapi, beberapa ruang kelas tidak ada bangkunya. Jadi semua siswanya belajar di bawah dan hanya ada satu kursi untuk asatidz.”¹⁰⁶

Pernyataan diatas juga selaras dengan wawancara bersama Tansa Alvira.

“kelas saya di Gedung Al-Hisyam. Menurut saya itu cukup dekat. Tapi kasihan dengan para asatidz yang sepuh, karena kelas saya di lantai 3. Jadi beliau terkadang memindahkan ruang belajar ke mushola.”¹⁰⁷

Berdasarkan wawancara diatas, kendala mengenai tempat belajar salah satunya disebabkan oleh penempatan ruang kelas. Beberapa asatidz yang sudah lanjut usia dan mendapat kelas di area yang jauh dari kantor dan berada di lantai 3 terpaksa meminta para santri untuk turun dan proses belajar dialihkan di mushola, gazebo, atau tempat lainnya.

Meskipun terdapat beberapa kendala dalam proses belajar, akan tetapi para santri memiliki kesan yang baik dan harapan yang cukup tinggi untuk Al-Islam. Mereka tidak patah semangat, tetap tekun belajar, memiliki harapan dan cita-cita untuk mampu melanjutkan pendidikannya menuju jenjang yang lebih tinggi lagi. Hal tersebut sesuai dengan

¹⁰⁶ Rosela Angelina, *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

¹⁰⁷ Tansa Alvira, *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam Joresan. Jumat, 18 Januari 2022.

pernyataan dari para santri mengenai kesan dan pesan mereka selama belajar di Al-Islam.

“meskipun ruang kelas di Al-Islam seadanya, tapi kami sangat menikmati proses belajar kami. Karena mau dimanapun tempatnya, yang penting kualitas asatidznya terjamin.”¹⁰⁸

“tidak masalah misalkan ruangnya tidak memadai, asalkan kami mendapat pelajaran yang maksimal dan bermanfaat.”¹⁰⁹

Berdasarkan wawancara mengenai hasil manajemen pemasaran pendidikan diatas dapat diketahui bahwa mayoritas informasi mengenai Al-Islam diketahui melalui para alumni. Hal tersebut menandakan bahwa para alumni memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap proses pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftaran siswa di PP. Al-Islam. Selain itu, kegiatan ekstrakurikuler juga menjadi daya tarik santri untuk menempuh pendidikan disana. Para wali santri dan santri memiliki kepercayaan penuh terhadap kualitas guru. Mereka yakin dapat memperoleh ilmu yang bermanfaat kelak. Meskipun beberapa ruang kelas kurang memadai, akan tetapi permasalahan itu bukan menjadi halangan para santri untuk terus belajar dengan giat. Mereka juga optimis dapat meraih cita-cita mereka meskipun dengan keterbatasan yang ada.

¹⁰⁸ Tansa Alvira, *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022.

¹⁰⁹ Nadiatul Kholifah. *wawancara*. Asrama Putri Al-Islam. Jumat, 18 Januari 2022.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Pendaftaran Siswa di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo

Perencanaan dapat dikatakan sebagai salah satu syarat mutlak atau wajib ada dalam setiap kegiatan administrasi. Apabila tidak melalui tahap perencanaan, maka pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan dan bahkan akan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.¹¹⁰ Dalam kegiatan di suatu organisasi, perencanaan menjadi salah satu komponen penting di dalamnya. Apabila suatu kegiatan tanpa dilakukan perencanaan terlebih dahulu, maka keberhasilan dari suatu kegiatan tersebut sangat minim.

Pendapat Sutisna yang dikutip oleh Imam Machali dan Ara Hidayat dalam bukunya, perencanaan meliputi beberapa hal, antara lain¹¹¹:

1. Penetapan tujuan-tujuan dan maksud-maksud organisasi
2. Perkiraan lingkungan (sumber-sumber dan hambatan) dalam mana tujuan-tujuan dan maksud itu harus dicapai.
3. Penentuan pendekatan yang akan mencapai tujuan-tujuan dan maksud itu.

¹¹⁰ Eka Prihati, *“Teori Administrasi Pendidikan”*. (Bandung: ALFABETA, 2011), hlm 13.

¹¹¹ Imam Machali dan Ara Hidayat, *“Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah”*. (Penerbit Kaukaba, Yogyakarta: 2021) hlm 21

Proses perencanaan menjadi tahap awal dalam suatu program organisasi. Perencanaan yang baik akan menghasilkan program kerja yang baik dan terlaksana sesuai dengan tujuan utama. Berdasarkan teori diatas, langkah awal dalam proses perencanaan ialah menetapkan tujuan dan maksud-maksud organisasi. Berdasarkan wawancara dengan kepala MTs Al-Islam Joresan, langkah pertama yang dilakukan oleh Pondok dalam proses perencanaan ialah dengan mengadakan rapat rutin para pimpinan. Rapat tersebut membahas mengenai rancangan program Al-Islam yang mendukung proses pemasaran pendidikan. Rapat dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan tujuan dapat meningkatkan kuantitas siswa di Pondok Pesantren Al-Islam.

Langkah selanjutnya yaitu menentukan perkiraan lingkungan (sumber-sumber dan hambatan) dalam mana tujuan-tujuan dan maksud itu harus dicapai. Dalam tahap ini, Pondok Pesantren Al-Islam Joresan tidak melakukan perkiraan lingkungan secara terperinci. Pondok Pesantren Al-Islam hanya menganalisis mengenai sumber-sumber yang mampu mendukung proses pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Al-Islam. Dalam tahap ini, Pondok Pesantren Al-Islam langsung mengumpulkan informasi dan data yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan. Adapun informasi yang dapat mendukung proses pemasaran meliputi, profil pondok, tanggal pendaftaran, proses pendaftaran, biaya pendaftaran, prestasi siswa yang dapat menarik minat masyarakat dan lain sebagainya. Pengumpulan informasi dilakukan oleh Tim Humas.

Langkah ketiga yaitu penentuan pendekatan atau strategi yang dapat mencapai tujuan-tujuan dan maksud itu. Adapun salah satu program yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Islam di tahap ini untuk meningkatkan kuantitas siswa baru ialah penyusunan program yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan, salah satunya ialah dengan pembentukan panitia PSB (Penerimaan Santri Baru) serta menentukan dan memberi arahan mengenai program kerja dari panitia tersebut yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan.

Jadi, tahap awal proses perencanaan pemasaran pendidikan di Al-Islam sesuai dengan teori dari Imam Machali dan Ara Hidayat. Akan tetapi, dalam tahap kedua PP. Al-Islam tidak menganalisis hambatan-hambatan yang akan muncul dalam proses pemasaran pendidikan. Dalam tahap kedua pondok pesantren langsung mengumpulkan sumber-sumber yang dapat dijadikan sebagai bahan promosi Al-Islam. Informasi tersebut meliputi profil pondok, kegiatan ekstrakurikuler, biaya pendaftaran, fasilitas siswa, dan lain sebagainya. Dan pada tahap ketiga Pondok Pesantren Al-Islam menentukan langkah yang lebih spesifik dalam proses pemasaran pendidikan yaitu pembentukan panitia penerimaan santri baru. Pembentukan panitia ini bertujuan untuk memudahkan para pendaftar apabila hendak mendaftar ke Pondok Pesantren Al-Islam. Pondok Pesantren Al-Islam berusaha memaksimalkan pelayanannya terutama bagi para pendaftar baru. Secara terperinci, kesesuaian perencanaan pemasaran pendidikan PP. Al-Islam dengan teori dapat dilihat dari tabel berikut.

No	Teori Imam Machali & Ara Hidayat	Perencanaan PP. Al-Islam
1	Penetapan tujuan-tujuan dan maksud-maksud organisasi	Mengadakan rapat rutin yang melibatkan para pimpinan dan karyawan yang bersangkutan
2	Perkiraan lingkungan (sumber-sumber dan hambatan) dalam mana tujuan-tujuan dan maksud itu harus dicapai.	Menentukan sumber-sumber dan informasi yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam.
3	Penentuan pendekatan yang akan mencapai tujuan-tujuan dan maksud itu.	Penyusunan program yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan, salah satunya ialah pembentukan Panitia Penerimaan Santri Baru (PSB) dan pembagian serta pengarahan <i>job description</i> masing-masing.

Tabel 9. Kesesuaian antara perencanaan secara Teori dengan temuan di lapangan

B. Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo.

Implementasi merupakan tahap dalam suatu manajemen setelah perencanaan. Implementasi merupakan proses pelaksanaan dari perencanaan-perencanaan manajemen. Tahap pelaksanaan dapat dikatakan sebagai intisari atau proses inti dari suatu proses manajemen karena berhubungan langsung dengan sumber daya manusianya. Dalam tahap implementasi, seluruh panitia melaksanakan program kerja yang sudah tersusun selama proses perencanaan. Tugas tersebut harus dilaksanakan dengan penuh amanah dan tanggung jawab.

Pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam menggunakan bauran pemasaran atau beberapa strategi pemasaran, yaitu:

1. Produk (*product*)

Produk atau *product* dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah suatu jasa yang ditawarkan kepada pelanggan atau konsumen berupa reputasi, prospek atau variasi pilihan.¹¹² Suatu lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa dapat memenangkan persaingan pasar apabila lembaga tersebut terbukti dapat menghasilkan *output* yang unggul, masa depan yang cerah bagi para siswanya, dan memiliki reputasi yang baik pula.

Dalam hal ini, Lembaga Pondok Pesantren Al-Islam berusaha agar mampu mencetak produk berupa santri yang berkualitas, mampu bersaing di tingkat nasional dan dapat bermasyarakat dengan baik. Langkah untuk mencetak santri unggul melalui beberapa program, yaitu:

a) *Tahsinul qur'an*

Salah satu program dari pondok ialah *tahsinul qur'an*. Melalui program ini, santri dibina dengan baik agar mampu membaca Al-Qur'an yang baik dan sesuai dengan kaidah tajwid yang ada. Program *tahsinul Qur'an* dilaksanakan selama dua jam pelajaran selama seminggu. Dan bagi santri yang bermukim di asrama maka proses belajar Al-Qur'an dilaksanakan setiap hari. Program tahsin Al-Qur'an dibimbing oleh *huffadz* yang sekaligus Ustadz/ah di Pondok Pesantren Al-Islam tersebut.

b) Bahasa

¹¹² *Ibid.*, hlm 238

Program pengembangan bahasa juga diadakan oleh Pondok Pesantren Al-Islam. Program ini dilaksanakan berdasarkan salah satu kurikulum yang dipakai, yakni Kurikulum Pondok Modern Darussalam, Gontor. Program pengembangan bahasa diadakan melalui kegiatan ekstrakurikuler bahasa, dan bagi santri yang bermukim di asrama pengembangan bahasa dilakukan setiap hari setelah isya'.

c) Multikurikulum

Program ini merupakan bagian yang sengaja didesain sebagai program unggulan secara program dan sangat sulit ditemukan di pondok pesantren lainnya. Pondok Pesantren Al-Islam mengambil 3 kurikulum dalam proses pembelajarannya, yakni Kurikulum Kementerian Agama, Kurikulum Pondok Pesantren Salafiyah, dan Kurikulum Pondok Modern "Darussalam" Gontor.

Pengambilan tiga kurikulum ini didasari oleh visi, misi dan tujuan yang sudah ditetapkan oleh Pondok Pesantren Al-Islam pada awal berdirinya.

d) *Muhadhoroh*, kepramukaan dan ekstrakurikuler lainnya.

Pondok Pesantren Al-Islam mengadakan berbagai program ekstrakurikuler dengan tujuan mengembangkan bakat dan minat siswa. program ekstrakurikuler ini dibimbing oleh para guru yang berkompeten di bidangnya. Masing-masing santri diberi kesempatan untuk memilih program ekstrakurikuler yang

diminatinya. Program ekstrakurikuler dapat menjadi nilai tambahan bagi siswa. Program ekstrakurikuler dilaksanakan serentak pada hari sabtu.

2. Harga (*price*)

Harga atau *price* dalam konteks jasa pendidikan ialah seluruh biaya atau dana yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa pendidikan. Strategi penetapan harga juga dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih lembaga tersebut sebagai tempat untuk menempuh pendidikan bagi putra-putrinya.

Pondok Pesantren Al-Islam merupakan lembaga pendidikan yang awalnya ditujukan bagi *wong cilik*. Maka dalam penetapan harga pun juga disesuaikan dengan kondisi ekonomi masyarakat sekitar yakni menengah kebawah. Bagi santri baru diwajibkan membayar biaya sebesar Rp 1.680.000,- dengan fasilitas seragam 3 paket dan buku pelajaran, sedangkan bagi santri yang bermukim di asrama membayar daftar ulang sebesar Rp. 3.180.000,- dengan fasilitas tambahan berupa almari, kasur, seragam asrama, biaya bulanan selama 1 bulan dan kitab. Proses pembayaran pun dapat dengan beberapa kali cicilan. Bagi para siswa baru, minimal nominal yang harus dibayarkan ialah Rp. 250.000,-.

3. Lokasi (*Place*)

Lokasi merupakan tempat dimana suatu proses pemasaran dilakukan. Dalam konteks pendidikan, maka lokasi sekolah memiliki pengaruh terhadap proses pemasaran pendidikan. Pemilihan tempat untuk

menyelenggarakan pendidikan juga dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih suatu lembaga pendidikan. Apabila tempat pendidikan tersebut dekat dengan tempat-tempat yang dibutuhkan para santri maka banyak yang berminat menempuh pendidikan disana. Pondok Pesantren Al-Islam berlokasi di Jl. Madura, 500 meter dari pondok terdapat pasar umum. Disana terdapat berbagai macam kebutuhan rumah tangga dan sehari-hari. Para santri diizinkan untuk keluar pondok pada hari jumat saja. Perizinan kepada bagian keamanan masing-masing asrama.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran suatu lembaga pendidikan dengan menginformasikan kepada seluruh lapisan masyarakat mengenai lembaga pendidikan tersebut. Di era yang serba modern ini, proses promosi suatu lembaga pendidikan dapat dilakukan dengan mudah dan beragam cara. Adapun Pondok Pesantren Al-Islam sendiri menggunakan beberapa cara dalam proses promosinya. Promosi di Pondok Pesantren Al-Islam menggunakan media *offline* dan *online*. Pondok Pesantren Al-Islam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan relasi antar alumni. Dan untuk saat ini, Pondok Pesantren Al-Islam lebih memfokuskan promosi melalui media sosial karena menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

5. Orang (*People*)

People memberi arti orang yang melakukan proses pemasaran. Dalam bidang pendidikan, guru dan karyawan merupakan pihak yang memiliki peran penting dalam proses pemasaran. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al-Islam, pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam dilakukan oleh seluruh warga Pondok Pesantren Al-Islam khususnya oleh guru dan karyawan. Para guru memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dari siswa. Maka dari itu, untuk meningkatkan kualitas siswa maka setiap guru harus memiliki kompetensi mengajar di bidangnya. Pondok Pesantren Al-Islam memiliki beberapa kriteria saat proses rekrutment guru. Karena kualitas siswa ditentukan pula oleh kualitas dari para guru pula.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik atau disebut juga *phscycal evidence* suatu lembaga pendidikan dapat berupa pelayanan yang baik terhadap para tamu maupun siswa. Pelayanan yang baik dapat memberikan kenyamanan bagi orang-orang yang memiliki kepentingan dan dapat meningkatkan citra dari Pondok Pesantren sendiri. Bukti fisik selain itu ialah berupa sarana prasarana yang para santri dapatkan selama belajar di Al-Islam, diantaranya: bangku sekolah, almari, kasur, kitab, dll.

7. Proses (*Process*)

Proses pemasaran juga menjadi tolok ukur keberhasilan suatu pemasaran pendidikan. Selama proses pemasaran pendidikan, seluruh panitia dan guru melaksanakan tugas masing-masing sesuai dengan

jabatan dan tugas yang diserahkan kepada mereka. Proses pemasaran diawali dengan menyebarkan informasi tentang Al-Islam dalam bentuk brosur melalui berbagai media sosial. Dalam proses pelaksanaannya, panitia juga dibantu oleh para guru, siswa dan alumni untuk mengenalkan Al-Islam kepada khalayak ramai.

Berdasarkan analisis peneliti, Pondok Pesantren Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo telah melaksanakan proses pemasaran pendidikan dengan mengacu pada 7p, yakni *product, price, people, place, promotion, physical evidence, process*. Akan tetapi, Pondok Pesantren Al-Islam memiliki satu konsep pemasaran yang berbeda dengan lainnya, yakni barokah doa dan harapan dari para sesepuh, Kyai dan tokoh masyarakat. Para Kyai senantiasa berdoa dan berharap bahwa Al-Islam memiliki jumlah siswa yang meningkat setiap tahunnya. Dengan banyaknya jumlah santri, maka akan bertambah pula barokah dari suatu tempat tersebut.

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi proses pemasaran pendidikan. Tanpa adanya proses pemasaran maka informasi mengenai suatu lembaga tidak akan diketahui khalayak ramai dengan mudah. Peningkatan kuantitas siswa pun tidak akan mampu dicapai oleh lembaga tersebut.

No	Bauran Pemasaran	Aspek pelaksanaan di PP. Al-Islam
1	Produk (<i>product</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan program unggulan • Mengadakan kegiatan pengembangan santri (ekstrakurikuler)
2	Harga (<i>price</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang terjangkau seluruh lapisan

		<p>masyarakat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran dapat dilakukan dengan bertahap
3	Lokasi (<i>place</i>)	Pondok Pesantren Al-Islam dekat dengan pasar umum, sehingga kebutuhan santri dapat dengan mudah terpenuhi
4	Promosi (<i>promotion</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan media sosial facebook, instagram, youtube, dan website • Mencetak brosur, kalender, majalah, dan papan reklame • Informasi dari mulut ke mulut oleh warga Al-Islam dan para alumni.
5	Orang (<i>people</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan standar atau kriteria guru yang dapat mengajar di Al-Islam
6	Bukti fisik (<i>physichal evidence</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan raport penilaian bagi masing-masing siswa • Memberikan fasilitas yang memadai berupa kasur, almari dan lain sebagainya bagi santri yang mukim • Menyediakan laboratorium bahasa, laboratorium IPA, dan ruang multimedia untuk mendukung proses belajar para santri
7	Proses (<i>process</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam proses pendaftaran santri baru • Proses penentuan metode pembelajaran diserahkan sepenuhnya kepada para guru disana. Mereka diberi kebebasan untuk menggunakan metode pembelajaran sesuai dengan karakter dan kreatifitas masing-masing guru. Dengan catatan, metode tersebut tidak menyimpang dari visi, misi dan tujuan Pondok

		Pesantren
8	Barokah doa dari para kyai	<ul style="list-style-type: none"> • Doa dan harapan dari para sesepuh, kyai dan tokoh masyarakat agar Al-Islam memiliki jumlah siswa yang meningkat setiap tahunnya.

Tabel 10. Kesesuaian teori implementasi dengan temuan di lapangan

C. Pengendalian Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorgo.

Pengendalian merupakan tahap akhir dalam fungsi manajemen. Pengendalian dilakukan oleh seorang pemimpin. Dalam tahap ini, seorang pemimpin melakukan pengawasan dan pengecekan mengenai kinerja bawahannya. Proses pengendalian dapat dilakukan dengan berbagai langkah, tergantung kebijakan, situasi dan kondisi dari pemasaran pendidikan yang berlangsung.

Andil terbesar dalam proses pemilihan teknik pengendalian dalam suatu organisasi ada pada pemimpin atau manajer. Para pimpinan diberi kewenangan penuh atas pemilihan proses pengendalian. Seiring dengan perkembangan zaman, teori mengenai kepemimpinan bukan lagi menjadi acuan utama dalam memimpin suatu kelompok. Teori-teori tersebut juga harus memiliki pembauran lagi sebab perkembangan zaman juga menandakan perkembangan kebutuhan dalam segala aspek kehidupan. Menurut Muhammad In'am Esha, dalam konteks masyarakat global yang terus berubah, teori kepemimpinan memang sudah selayaknya mengalami kreasi, kalau *toh* terjadi reaktualisasi teori kepemimpinan, maka hal yang pasti adalah bahwa kita patut mempertanyakan seberapa besar manfaatnya dalam

membawa kepada kesejahteraan. Bukankah sejatinya kepemimpinan itu muaranya untuk membawa kepada kemajuan dan kesejahteraan hidup.¹¹³

Proses pengendalian dalam suatu organisasi yang ditempuh oleh manajer pada umumnya meliputi:

1. Penetapan hasil yang diinginkan
2. Penentuan prediktor hasil
3. Penentuan standar atas prediktor dan hasil
4. Penentuan jaringan informasi dan umpan balik
5. Penilaian informasi dan pengendalian tindakan perbaikan.¹¹⁴

Langkah pertama yakni menentukan hasil yang diinginkan. Dalam menyusun kegiatan, manajer harus menentukan target yang hendak dicapai oleh kelompok tersebut. Tujuan utama adanya manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam Joresan ialah untuk meningkatkan kuantitas siswa baru setiap tahunnya. Pondok pesantren Al-Islam tidak menentukan standar jumlah santri yang harus didapat setiap tahunnya, akan tetapi terdapat target pribadi yang dicanangkan oleh tim humas. Dalam setiap tahunnya, Al-Islam harus memiliki minimal 100 santri. Target ini sudah tercapai, terbukti terdapat 100 lebih santri yang mendaftar ke Pondok Pesantren Al-Islam setiap tahunnya.

Langkah kedua yakni penentuan prediktor hasil. Prediktor hasil merupakan standar yang ditetapkan bagi pelaksanaan perencanaan. Perlu adanya standar pelaksanaan yang baik sehingga dapat diukur apakah

¹¹³ Muhammd In'am Esha. "*Kepemimpinan di era demokrasi deliberative*". El-Qudwah: Jurnal Penelitian Integrasi Sains dan Islam, 8 (2). pp. 23-56. ISSN 1907-3283. 2013. Hlm 33

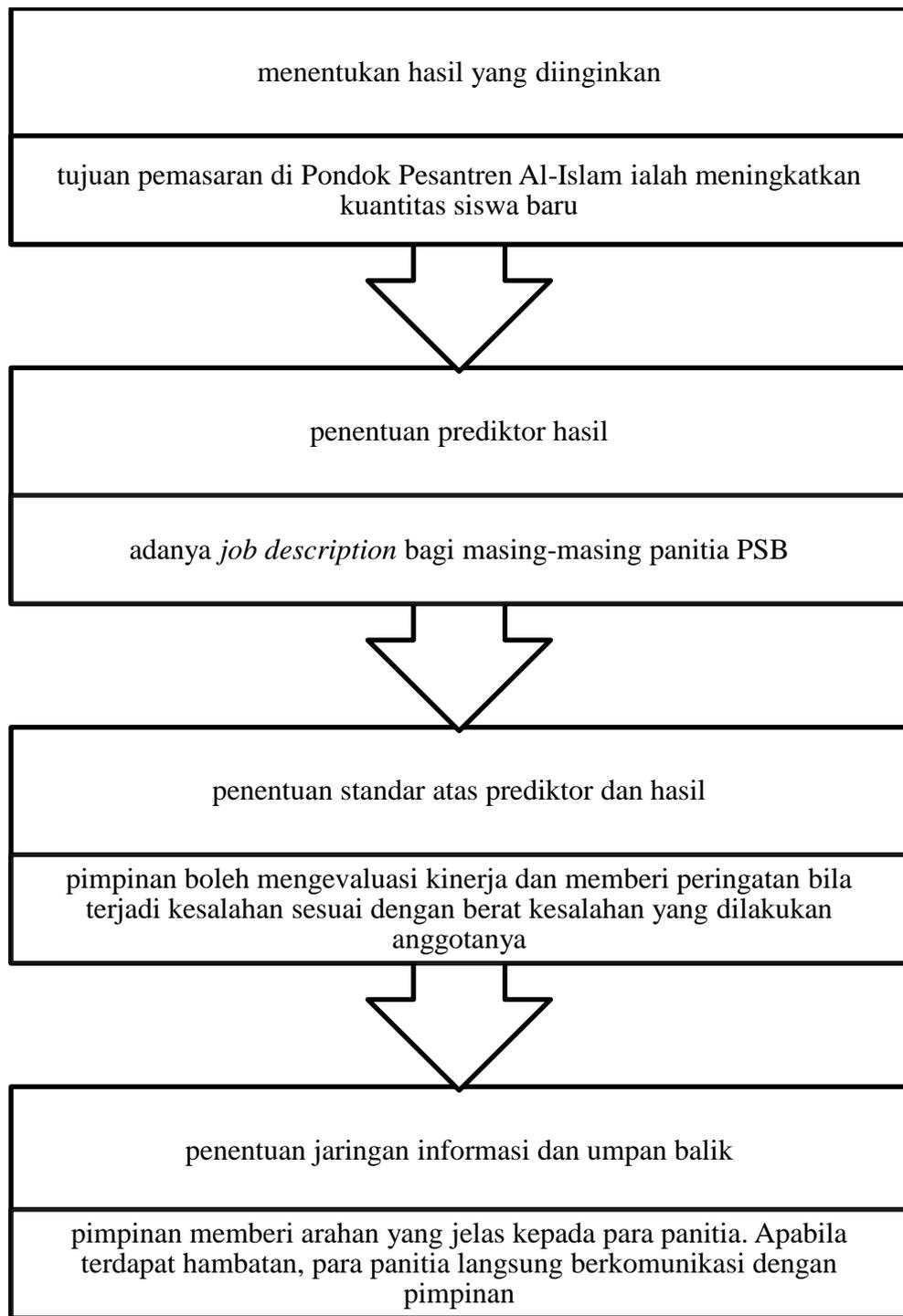
¹¹⁴ Widi winarso & Mulyadi, *Op., Cit.* Hlm 152

pelaksanaan manajemen sudah memenuhi standar atau ada yang perlu diperbaiki. Dalam proses manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren, terdapat *job description* bagi masing-masing anggota panitia. *Job description* berfungsi sebagai penentuan bagi masing-masing anggota. Apabila terdapat panitia yang bekerja tidak sesuai dengan *job description* maka akan ditegur oleh pihak pimpinan.

Langkah ketiga yaitu penentuan standar atas prediktor dan hasil. Terdapat standar bagi pimpinan saat mengadakan kegiatan evaluasi. Dalam pondok pesantren Al-Islam, standar yang ditentukan dalam proses evaluasi ialah tergantung dari jenis kesalahan dalam kepanitiaan tersebut. Jika kesalahan yang dilakukan anggota cukup ringan, maka pemimpin hanya boleh menegur secara lisan, jika sudah dalam tahap berat maka pimpinan berhak mengeluarkan orang tersebut dari kepanitiaan.

Penentuan jaringan informasi dan umpan balik. Dalam tahap ini, seorang manajer harus memiliki hubungan komunikasi yang baik dengan para anggotanya. Manajer juga harus memberi informasi yang akurat dan dibutuhkan oleh para anggota sehingga mereka mampu melaksanakan tugas dengan baik. Di Pondok Pesantren Al-Islam, para pimpinan membagi panitia sekaligus memberikan *job description* dan arahan yang jelas sehingga para panitia dapat mengetahui tugas mereka. Para pimpinan juga memberikan informasi mengenai hal-hal apa saja yang kemungkinan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya disini.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa Pondok pesantren Al-Islam melakukan fungsi manajemen di bidang pengendalian sesuai dengan teori yang ada. Pengendalian di Pondok Pesantren Al-Islam dilakukan secara berkala. Proses pengendalian juga sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Para pimpinan juga terbuka dengan kritik dan saran bagi Pondok Pesantren demi kelancaran proses manajemen pemasaran pendidikan. Kegiatan evaluasi bersama dilaksanakan diakhir kepanitiaan untuk mengevaluasi kekurangan dan hambatan sehingga tidak akan terjadi di kepanitiaan selanjutnya. Berdasarkan penjabaran diatas, kesesuaian antara proses pengendalian pemasaran pendidikan dengan teori di PP. Al-Islam dapat dirinci sebagai berikut.



Tabel 11. Kesesuaian teori pengendalian dengan temuan di lapangan

D. Hasil Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorgo.

1. Peningkatan Kuantitas Siswa di Pondok Pesantren Al-Islam, Joresan, Mlarak, Ponorogo.

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap peningkatan kuantitas siswa di suatu lembaga pendidikan. Pondok pesantren yang memiliki jumlah siswa meningkat setiap tahunnya akan mendapat kepercayaan yang lebih dari masyarakat dan dapat diketahui pula kualitas dari Pondok Pesantren tersebut. Meningkatnya jumlah siswa juga dapat meningkatkan motivasi para pengelola pendidikan untuk semakin memperbaiki sistem pengelolaannya. Selain itu, peningkatan kuantitas siswa dapat memberi motivasi kepada suatu lembaga pendidikan untuk terus melakukan evaluasi di bidang pemasaran sehingga proses pemasaran dapat berjalan maksimal dan semakin menarik minat para siswa. Berikut pengaruh manajemen pemasaran pendidikan terhadap peningkatan kuantitas siswa:

- a. Meningkatkan motivasi pondok pesantren untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas produk dari Pondok Pesantren.
- b. Meningkatkan kepercayaan diri bagi pondok untuk mengembangkan pondok pesantren sesuai dengan perkembangan zaman

- c. Meningkatkan motivasi untuk memperbaiki sarana prasarana dengan segera seiring dengan peningkatan jumlah santri.
- d. Meningkatkan motivasi pondok untuk terus melakukan evaluasi terhadap proses pemasaran pendidikan.

2. Tingkat Keberhasilan Manajemen

Proses manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam mengalami peningkatan yang cukup baik dan keberhasilan yang dapat dipertahankan. Hal tersebut dapat diukur melalui peningkatan jumlah santri disana setiap tahunnya.

Keberhasilan proses manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam merupakan hasil kerja sama dari seluruh pihak, terutama dari panitia penerimaan santri baru. Adapun keberhasilan manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam salah satunya pada program kulikuler dan ekstrakulikuler yang dapat diikuti oleh seluruh santri Al-Islam Joresan. Program tersebut diadakan sebagai wadah bagi para santri agar dapat terus mengembangkan bakat dan minat yang ada dalam diri masing-masing santri. Dengan program tersebut, para santri dapat meningkatkan kualitasnya dalam bidang apapun yang ia minati. Para wali santri maupun santri merasakan perubahann yang cukup positif selama belajar di Pondok Pesantren Al-Islam

Keberhasilan Pondok Pesantren dalam bidang *price* ialah mampu menentukan harga yang terjangkau dan sesuai dengan tujuan

awal pendirian Pondok Pesantren Al-Islam yakni sekolah untuk wong cilik. Para wali santri tidak merasa keberatan dengan harga yang ditentukan oleh pihak pondok. Akan tetapi, mengenai harga barang yang ada di dalam Pondok Pesantren, para santri merasa bahwa harga yang ditentukan cukup tinggi sehingga mereka lebih memilih untuk berbelanja kebutuhan di luar Pondok Pesantren.

Meskipun berlokasi di pedesaan, akan tetapi Pondok Pesantren Al-Islam mampu memperkenalkan Al-Islam kepada khalayak ramai. Lokasi dari Pondok Pesantren Al-Islam pun sangat strategis, berlokasi dekat dengan tempat umum sehingga kebutuhan para santri dapat dengan mudah terpenuhi. Lokasi dari Pondok Pesantren yang tidak begitu dekat dengan jalan raya sehingga kegiatan santri tidak terkendala oleh suara kendaraan di jalan raya dan keramaian kota. Para wali santri juga merasakan kemudahan untuk mengakses jalan menuju Pondok Pesantren Al-Islam. Mayoritas para wali santri menggunakan kendaraan pribadi untuk menuju Pondok Pesantren Al-Islam.

Selama 5 tahun terakhir, Pondok Pesantren Al-Islam berhasil mengembangkan media yang digunakan untuk memasarkan produk Al-Islam. Pondok Pesantren Al-Islam melakukan berbagai inovasi dalam hal promosi, salah satunya ialah promosi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Kini, Pondok Pesantren Al-Islam lebih memfokuskan serta senantiasa mengembangkan proses pemasaran pada promosi melalui media sosial seperti youtube, facebook, instagram, dll

Pondok pesantren Al-Islam berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas dari para asatidz dan karyawan di Pondok Pesantren Al-Islam. Setiap tahunnya, Pondok Pesantren Al-Islam membuka lowongan asatidz disana, hal tersebut dikarenakan santri di Pondok Pesantren Al-Islam juga meningkat setiap tahunnya. Adapun peningkatan kualitas asatidz di Al-Islam dapat ditingkatkan melalui pembuatan RPP sesuai dengan kreatifitas asatidz, pelatihan workshop, dll. Peningkatan kualitas para asatidz juga dapat diukur dari tingkat kepuasan para santri maupun wali santri terhadap proses mengajar asatidz. Berdasarkan wawancara, para santri dan wali santri cukup puas dengan kinerja asatidz di PP. Al-Islam, Joresan.

Ketersediaan sarana yang memadai serta prasarana yang mampu mendukung proses pembelajaran merupakan keberhasilan proses pemasaran dalam hal bukti fisik. Setiap tahunnya, Pondok Pesantren Al-Islam membangun gedung baru sebagai tempat pembelajaran dikarenakan jumlah santri yang meningkat setiap tahunnya.

Keberhasilan dalam bidang proses ialah terjalinnya kerja sama yang baik antar panitia dan seluruh warga Pondok Pesantren Al-Islam sehingga proses pemasaran dapat berjalan dengan baik dan Pondok Pesantren Al-Islam dapat mengalami peningkatan jumlah santri setiap tahunnya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, perencanaan yang dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Al-Islam meliputi beberapa tahap. Tahap pertama yaitu mengadakan rapat pimpinan yang membahas mengenai langkah-langkah pemasaran pendidikan. Tahap kedua yaitu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Al-Islam. Pengumpulan informasi dilakukan oleh Tim Humas. Tahap ketiga yaitu penyusunan program yang dapat mendukung proses pemasaran pendidikan, salah satunya ialah pembentukan panitia Penerimaan Santri Baru (PSB) serta pengarahan mengenai tugas masing-masing panitia.
2. Berdasarkan penelitian, proses implementasi pemasaran pendidikan meliputi: pengadaan program unggulan, penentuan biaya yang dapat dijangkau semua kalangan, mudahnya akses informasi mengenai Al-Islam, integrasi tiga kurikulum, peningkatan kualitas tenaga pendidik, pemilihan lokasi yang cukup strategis, ketersediaan fasilitas yang memadai, membangun sinergitas dari para alumni, menunjukkan kualitas dan keberhasilan yang berhasil diraih Al-Islam, kemudahan dalam proses pendaftaran, doa dari para sesepuh dan Kyai di Pondok Pesantren Al-Islam.
3. Berdasarkan penelitian, proses pengendalian di Pondok Pesantren Al-Islam menggunakan dua metode, yakni secara formal dan informal. Proses

pengendalian secara formal diadakan di akhir proses pemasaran pendidikan. Para pimpinan dan seluruh komponen yang terlibat dalam proses pemasaran melakukan evaluasi bersama mengenai proses pemasaran pendidikan. Hasil evaluasi akan menjadi pertimbangan dalam pelaksanaan pemasaran di tahun berikutnya. Adapun pengendalian secara informal dilakukan selama proses pemasaran pendidikan berlangsung. Proses pengendalian dilakukan oleh pimpinan dengan bertanya secara langsung terhadap proses pemasaran pendidikan. Apabila terdapat hambatan maka akan dapat segera terselesaikan.

4. Berdasarkan penelitian, hasil proses manajemen pendidikan di Al-Islam mengalami peningkatan dalam hal kuantitas siswa. Hal tersebut dapat diketahui melalui data mengenai jumlah siswa Al-Islam selama 5 tahun terakhir. Peningkatan ini salah satunya disebabkan oleh proses manajemen pemasaran pendidikan yang efektif.

B. Saran

Saran hanya sekedar masukan dari peneliti yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi Pondok Pesantren Al-Islam khususnya di bidang pemasaran lembaga pendidikan.

1. Program yang direncanakan dalam proses pemasaran pendidikan sebaiknya direncanakan dengan lebih baik lagi sehingga dapat segera diimplementasikan. Dengan begitu, pemasaran jasa pendidikan dapat meningkat dan kuantitas siswa pun dapat meningkat dengan segera pula.

2. Proses Implementasi pemasaran pendidikan di Al-Islam Joresan sebaiknya di jadwalkan secara terperinci agar progres dari pemasaran pendidikan dapat diketahui dengan jelas.
3. Hasil proses pemasaran pendidikan sebaiknya di dokumentasikan secara terperinci dan dikumpulkan dalam satu dokumen. Sehingga apabila sewaktu-waktu dibutuhkan dapat diberikan dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal,2015. *“Metode Penelitian Kualitatif: Sbuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu”*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada)
- Akmdad Muadin, *“Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an”*, TA’ALUM: Jurnal Pendidikan Islam, Vol 05 No 2 November 2017, hlm 7-8
- Buchari Alma and Ratih Hurriyati,2009. *“Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima”* (Bandung: Alfabeta)
- Fathul Aminudin Aziz, *“Manajemen Pesantren: Paradigma Baru Mengembangkan Pesantren ditinjau dari Teori Manajemen”*, (Purwokerto: STAIN Press, 2014), hlm 11.
- Hardani,2020. *“Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif,”* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta)
- Mantja, Willem, 2002. *“Manajemen Pendidikan Dan Supervisi Pengajaran”* (Malang: Wineka Media)
- Muhaimin, 2009. *“Rekonstruksi Pendidikan Islam”*. (Jakarta: Rajawali Pers)
- Muhaimin, 2010. *“Manajemen Pendidikan:Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah”*. (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP)
- Munir, Muhammad. *“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”*. INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Vol. 1 No. 2, April 2018. Hlm 80
- Niza, Ali and Ali Syatibi,2009. *“Manajemen Pendidikan Islam”* (Bekasi: Pustaka Isfahan)
- Rohman, Muhammad, dkk. 2012. *“Manajemen Pendidikan: Analisis Dan Solusi Terhadap Kinerja Manajemen Kelas Dan Strategi Pengajaran Yang Efektif”*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya)
- Rukajat, Ajat. 2012. *“Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative, Research, Approach)”*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH)

- Sugiyono, 2009. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,”* (Bandung: Alfabeta)
- Suhardan, Dadang, dkk.2009. *“Manajemen Pendidikan”*. (Bandung, Alfabeta)
- Suharsimi Arikunto, 1993. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek “,* (Jakarta: Rineka Cipta)
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Indonesia.2009. *“Manajemen Pendidikan”*, (Bandung, ALFABETA)
- Zainal, Veitzal Rivai, dkk, 2017. *“Islamic Marketing Manajement”*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Winarso, Widi & Mulyadi, 2020. *“Pengantar manajemen”*, (Jawa Tengah: Pena Persada).

Jurnal

- Abrori, Maskub. 2015. *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda.*
- Esha, Muhammad In'am. 2010. *“Pemikiran Mewujudkan Good University Governance (GUG) di Perasatidzan Tinggi Islam”*, Jurnal el-Hikmah Fakultas Tarbiyah UIN Maliki Malang
- Esha, Muhammad In'am. 2013. *Kepemimpinan di era demokrasi deliberatif.* El-Qudwah: Jurnal Penelitian Integrasi Sains dan Islam, 8 (2). pp. 23-56. ISSN 1907-3283
- Esha, Muhammad In'am, 2014. *Pendidikan dalam masyarakat yang berubah : Peranan pendidikan dalam membentuk insan kamil.* El-Qudwah: Jurnal Penelitian Integrasi Sains dan Islam, 9 (1). pp. 1-10. ISSN 1907-3283
- Fauzan, Irfan dan Muslimin,2018. *Efektifitas Metode Sorogan Dalam Meningkatkan Minat Belajar Santri Di Madrasah Diniyah Haji Ya'qub Lirboyo Kediri,* INTELEKTUAL Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman, Vol 8 No 1.
- Imam Syafe'i, 2017. *“Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter”*, Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8

- Nugroho, Wahyu. 2019. "*Pengaruh Layanan Mediasi Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas IX SMP Negeri 2 Gondangrejo, Tahun Pelajaran 2015-2016*"., Jurnal Medi Kons, Vol 5 No 2
- Rahma, As'iah Nur, 2018. "*Manajemen Kedisiplinan Santri Di Pondok Pesantren Mambaul Hikmah Pasar Pon Kauman Kota Lama Ponorogo*", dalam skripsi, IAIN Ponorogo.
- Sucipto, Bambang. 2013. "*Lembaga Pendidikan Islam Dan Perubahan Sosial*", INSANIA, Vol 18 No .

DOKUMENTASI



Gambar 14: wawancara dengan Bapak Imron Ahmadi, M. Ag selaku kepala MTs



Gambar 15: wawancara dengan Ustadz Iwan Suryanto, S. Th. I, selaku Waka Humas



Gambar 16: wawancara dengan Bu Nurhayati selaku wali santri



Gambar 17: wawancara dengan Ustadzah Ulfa Rohmawati, S. Pd.



Gambar 18: wawancara dengan santri (Nadiatul Kholifah)



Gambar 19: wawancara dengan santri (Rosela Angelina)



Gambar 20: wawancara dengan santri (Tansa Alvira)



Gambar 21: wawancara dengan santri (Qorina Alya)



Gambar 22: kegiatan *amaliyatutadris* sebagai salah satu program unggulan



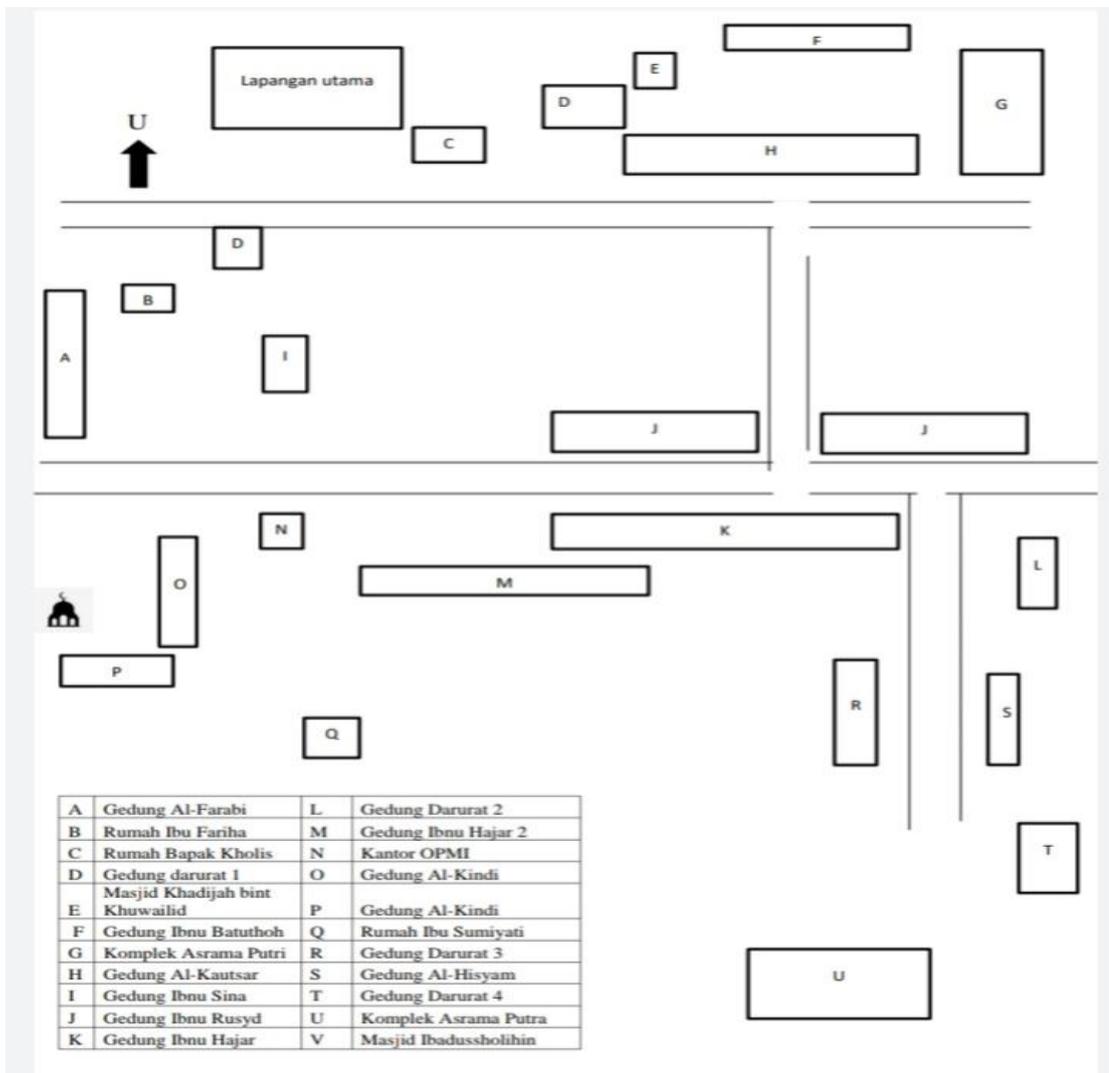
Gambar 23: Gedung kantor Al-Islam



Gambar 24: pengajian kitab



Gambar 25: kalender Al-Islam



Gambar 26: denah Pondok Pesantren Al-Islam

LAMPIRAN

Urut Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Gajayana 50, Malang 65144 Telepon (0341) 551354 Faks (0341) 572593
Website: www.ftk.uin-malang.ac.id E-mail: ftk@uin-malang.ac.id

Nomor : 196/Un.03.1/TL.00.1/05/2021
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

28 Mei 2021

Kepada
Yth. Pengasuh PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo
di
Ponorogo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan proposal penelitian pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Khusna Kiswatul Azizah
NIM : 18170040
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Semester : Genap Tahun Akademik 2020/2021
Judul : Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di PP. Al-Islam Joresan, Mlarak, Ponorogo
Lama Penelitian : 01 Juli 2021 sampai dengan 01 Agustus 2021

diberi izin untuk melakukan survei/studi pendahuluan di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu. Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Scan QRCode ini



untuk verifikasi

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Muhammad Walid

Tembusan:

1. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam;
2. Arsip.

Instrumen Penelitian

No	Fokus		Narasumber	Aspek
1	Perencanaan	wawancara	1. Pimpinan pondok 2. Waka humas	1. Pihak mana saja yang terlibat dalam proses perencanaan pendidikan? 2. Siapa saja target pemasaran? 3. Kapan perencanaan disusun? 4. Berapa lama proses perencanaan berlangsung? 5. Mengapa perlu adanya perencanaan? 6. Bagaimana proses perencanaan berlangsung? 7. Apa dampak dari proses perencanaan terhadap keberhasilan proses pemasaran? 8. Apa saja peluang dan ancaman yang ada di pondok pesantren?
		observasi	Penelitian langsung di lapangan	Proses penyusunan rencana pemasaran Proses penyusunan anggaran
		dokumentasi		1. Profil pondok 2. Visi misi dan tujuan pondok 3. Struktur kepanitiaian PPDB
	pelaksanaan	Wawancara	Asatidz dan karyawan Al-Islam	1. Apa program unggulan/hal yang menjadi daya tarik pondok untuk menarik minat siswa? 2. Apa saja inovasi yang dilakukan pondok untuk meningkatkan

				<p>kuantitas siswa setiap tahunnya?</p> <p>3. Bagaimana strategi pengembangan produk pondok pesantren ?</p> <p>4. Bagaimana strategi penentuan biaya ?</p> <p>5. Bagaimana strategi publikasi yang dilakukan pondok ?</p> <p>6. Bagaimana strategi pondok dalam menentukan (proses rekrutmen) asatidz/karyawan di sini sehingga diperoleh SDM yang mumpuni dan mampu meningkatkan kualitas?</p> <p>7. Bagaimana proses pembelajaran yang dilakukan di pondok sehingga dapat menciptakan lulusan yang terbaik?</p>
		Observasi		<p>1. Observasi langsung ke lapangan terkait struktur gedung, ruang kelas, proses pembelajaran, dll</p> <p>2. Rincian pembayaran siswa</p> <p>3. Proses pembelajaran yang bermutu</p>
		dokumentasi		<p>1. Dokumentasi mengenai proses pelaksanaan pemasaran, pembelajaran.</p> <p>2. Daftar jumlah asatidz dan karyawan</p>

3	Hasil	Wawancara	Wali santri dan santri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa alasan memilih Al-Islam sebagai tempat menempuh pendidikan ? 2. Kapan mulai belajar di Al-Islam? 3. Berapa dana yang dikeluarkan selama belajar di Al-Islam? 4. Dari mana anda mengetahui informasi mengenai Al-Islam? 5. Bagaimana kesan anda selama belajar di Al-Islam? 6. Apakah terdapat kritik atau saran yang ingin anda berikan yang berkaitan dengan proses pemasaran ?
			Waka humas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari seluruh bauran pemasaran, manakah yang lebih berhasil menarik minat siswa baru?
		Observasi		
		dokumentasi		Prestasi yang diraih siswa Jumlah siswa di Al-Islam pertahun

Daftar Wawancara

Perencanaan

1. Apa rencana pondok dalam proses pemasaran pendidikan di Al-Islam?
2. Siapa yang terlibat dalam proses perencanaan pemasaran pendidikan?
3. Siapa target dari pemasaran pendidikan di Al-Islam?
4. Apan proses perencanaan pemasaran pendidikan dilakukan?
5. Berapa lama proses perencanaan berlangsung?
6. Mengapa perlu ada perencanaan?
7. Bagaimana prosedur dari perencanaan?
8. Apa indikator keberhasilan dari pemasaran pendidikan?

Pelaksanaan

1. Produk
 - a. Apa program unggulan/hal yang menjadi daya tarik pondok untuk menarik minat santri?
 - b. Apa inovasi yang dilakukan pondok untuk meningkatkan kuantitas santri ?
 - c. Apakah popularitas pimpinan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kuantitas santri?
 - d. Apa usaha pondok untuk meningkatkan/mengembangkan prestasi siswa?
2. Price
 - a. Apakah harga memiliki atau menjadi daya tarik di Al-Islam?
 - b. Siapa yang memiliki andil dalam penentuan harga?
3. Promotion
 - a. Apa media yang digunakan pondok untuk melakukan promosi?
 - b. Siapa penanggung jawab dari proses promosi tersebut?
 - c. Kapan promosi dilakukan?
 - d. Dimana promosi dilakukan?
 - e. Mengapa menggunakan media tersebut?
 - f. Bagaimana efektifitas dari penggunaan media tersebut?
4. Proses pendidikan
 - a. Apa metode pembelajaran yang dilakukan pondok pesantren?
 - b. Siapa
 - c. Kapan digunakan metode tersebut?
 - d. Dimana proses pembelajaran berlangsung?
 - e. Mengapa metode tersebut digunakan?
 - f. Bagaimana efektifitas dari metode tersebut?
5. People

- a. Siapa yang memiliki peran penting dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan?
- b. Apa syarat menjadi tenaga pengajardi Al-Islam?
- c. Kapan proses rekrutmen asatidz?
- d. Dimana proses rekrutmen asatidz?
- e. Mengapa ada proses rekrutmen setiap tahunnya?
- f. Bagaimana proses rekrutmen asatidz?

Pengendalian

1. Apa tahap terakhir dari proses pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Al-Islam?
2. Siapa yang melakukan pengendalian terhadap proses pemasaran pendidikan di Ponpes Al-Islam?
3. Dimana proses pengendalian berlangsung?
4. Kapan proses pengendalian berlangsung?
5. Mengapa perlu ada pengendalian dalam pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren?
6. Bagaimana proses pengendalian dalam pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren?

Hasil

1. Apa alasan memilih Al-Islam sebagai tempat untuk menuntut ilmu bagi anda/putra-putri anda?
2. Kapan mulai belajar di Al-Islam?
3. Siapa yang pertama kali memberitahu informasi mengenai Al-Islam?
4. Apa perubahan yang dirasakan selama anda/putra-putri anda belajar di Al-Islam?
5. Bagaimana pendapat anda mengenai biaya hidup dan kebutuhan selama berada di Pondok Pesantren Al-Islam?
6. Bagaimana pendapat anda mengenai para asatidz di Al-Islam?
 - a. Apakah beliau mengajar sesuai dengan materi di buku?
 - b. Apakah penjelasannya dapat dipahami oleh santri?
 - c. Bagaimana mengenai akhlak dan adab asatid di Pondok Pesantren Al-Islam?
7. Bagaimana pendapat anda mengenai lokasi Pondok Pesantren Al-Islam?
 - a. Apakah lokasi menuju Al-Islam dapat ditempuh dengan mudah?
8. Bagaimana kesan dan pesan selama belajar di Al-Islam/menyekolahkan putra-putrinya di Al-Islam?
9. Apakah strategi pemasaran pendidikan yang memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan kuantitas siswa?

Biodata Penulis

Nama : Khusna Kiswatul Azizah

Tempat/Tanggal Lahir : Ponorogo/27 September 1999

Jenis Kelamin : perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Status : Mahasiswa

Fakultas, Jurusan/
Kelas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Manajemen Pendidikan Islam/MPI-C

Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
: Jl. Ki Ageng Mangli, Mlancar, Gegeran, Sukorejo,

Alamat Asal : Ponorogo
: BTQ UIN Malang, Jl. Sunan Drajat No 12, Sumbersari,

Alamat Sekarang : Lowokwaru, Malang

No. Hp : 085330098708

E-Mail : khusnaazizaah706@gmail.com

Nama Wali : Khoirul Anam

Riwayat Pendidikan : 1. 2005-2011: MIN Bogem Sampung Ponorogo
2. 2011-2014: MTs N Sampung Ponorogo
3. 2014-2018 : MAS Al-Islam Joresan
4. 2018- sekarang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

