



## Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin Desa Baja Kuning

Dewi Permata Sari<sup>1\*</sup>, Ahmad Fuadi<sup>2</sup>, Muamar Al Qadri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STAI Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, Indonesia

Korespondensi penulis: [dewipermatasari22@gmail.com](mailto:dewipermatasari22@gmail.com)\*

**Abstract :** *This study aims to describe the marketing strategy applied by Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin in improving the image of the institution and attracting public interest in pesantren education. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis was carried out descriptively qualitative, with data validity testing through credibility, transferability, dependability, and confirmability tests. The results showed that the marketing strategy is carried out through determining the target market tailored to the needs of the community, determining the competitive position with other institutions, as well as the marketing mix through social media promotions, brochures, superior religious activities, and active involvement of all school components including alumni. The implementation of this marketing strategy has proven effective in increasing the number of new students and forming a positive image of the institution. Excellent programs such as Tahfidzul Qur'an become the main attraction of the pesantren. Thus, a planned marketing strategy that involves all elements of the school is very important in increasing public trust in pesantren educational institutions.*

**Keywords:** *Boarding School, Institution Image, Marketing Strategy.*

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin dalam meningkatkan citra lembaga serta menarik minat masyarakat terhadap pendidikan pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, dengan pengujian keabsahan data melalui uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui penentuan pasar sasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, penentuan posisi bersaing dengan lembaga lain, serta bauran pemasaran melalui promosi media sosial, brosur, kegiatan keagamaan unggulan, dan keterlibatan aktif seluruh komponen sekolah termasuk alumni. Penerapan strategi pemasaran ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah santri baru dan membentuk citra positif lembaga. Program unggulan seperti Tahfidzul Qur'an menjadi daya tarik utama pesantren. Dengan demikian, strategi pemasaran yang terencana dan melibatkan seluruh unsur sekolah sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan pesantren.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Pondok Pesantren, Citra Lembaga.

### 1. PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan jenis pendidikan non formal. Keberadaan pondok pesantren berperan besar dalam berdirinya Negara Indonesia dan sudah ada sejak sebelum kemerdekaan Indonesia. Selama ini pondok pesantren juga berperan aktif dalam membangun bangsa melalui pendidikan. Jika disandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia, pesantren merupakan sistem pendidikan tertua saat ini dan dianggap sebagai produk budaya Indonesia. Pendidikan ini semula adalah pendidikan agama Islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat islam di nusantara pada abad 13 Masehi (Sulthon, 2006: 45).

Di era globalisasi ini banyak bermunculan pondok pesantren modern. Pada awalnya banyak masyarakat kurang percaya dengan pondok pesantren karena mereka menganggap jika anaknya di tempatkan di pesantren maka hanya akan memperoleh ilmu agama saja dan tidak akan menjamin masa depan mereka. Namun dengan banyak munculnya pondok pesantren modern dengan mengikuti perkembangan jaman, pondok pesantren kini menggabungkan antar ilmu agama dan ilmu umum (Mamang, 2013: 94). Hal ini dapat merubah persepsi masyarakat, yang awalnya ragu untuk menempatkan anaknya di pondok pesantren menjadi lebih antusias untuk menempatkan anaknya di pondok pesantren, serta membuat kepercayaan masyarakat terhadap pondok pesantren lebih besar. Namun dengan bermunculanya pondok pesantren modern mengakibatkan adanya persaingan antara pondok pesantren. Maka dari itu pengelola pondok pesantren harus dapat menarik pelanggan dengan melalui pemasaran agar dapat menunjukkan kepada masyarakat apa kelebihan dari pondok pesantren yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga dapat membentuk citra positif (Rodiosumu, 1983: 57).

Dalam pondok pesantren pengajaran yang utama berkaitan dengan memahami Al-qur'an sebagai petunjuk bagi manusia. Kitab suci menjadi kajian bagi santri. Pondok pesantren ditujukan bagi siapa saja yang mau menghafal Al-Qur'an dan memahaminya sesuai dengan ajaran Islam. Rasulullah menjelaskan mengenai ibadah yang paling utama sebagaimana Hadis Nabi Muhammad SAW sebagai berikut (Nawawi, 2010: 179):

وَعَنْ عُثْمَانَ بْنِ عَفَّانٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ ﴿  
رواه البخاري﴾

Artinya : “*Dari Usman bin Affan r.a bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda : sebaik-baik kalian adalah orang yang mempelajari Al-Qur'an lalu mengajarkannya*” (H.R Bukhari)

Begitu pentingnya pemasaran sebagai cara untuk menarik minat santri atau orangtua santri agar mau memondokkan anaknya di pondok pesantren. Pemasaran berfungsi untuk mengenalkan produk atau jasa kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan strategi khusus. Pemasaran berhubungan dengan *Public Relations* (Hubungan Masyarakat).

Untuk merealisasikan tujuan pendidikan pondok pesantren maka kegiatannya harus dibina dan dikembangkan lebih intensif sesuai dengan tujuannya, sehingga pendidikan yang ada di pondok pesantren dapat dikatakan sebagai bentuk nyata dari firman Allah SWT yang terdapat dalam surat At-Taubah ayat 122 adalah sebagai berikut (Departemen Agama RI, 2010: 143):

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya: “Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya”. (Q.S At Taubah : 122)

Dengan melakukan pemasaran yang baik maka akan membentuk citra yang baik pula bagi suatu lembaga, karena jika citra lembaga sudah di anggap baik maka minta dari pelanggan juga akan semakin tinggi. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka lembaga akan lebih mudah menunjukkan keunggulannya kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat mempunyai minat untuk menggunakan jasa lembaga tersebut dan akan meningkatkan citra positif bagi lembaga itu sendiri (2007: 375).

Disinilah peran manajemen yang baik sangat diperlukan untuk mengembangkan pesantren, terutama manajemen pemasaran. Proses strategi pemasaran dapat dilaksanakan dengan menganalisis apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini, karena dalam pemasaran masyarakat sebagai pengguna menjadi fokus utama. Pondok pesantren harus sebagai penyedia layanan jasa harus dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan masyarakat. Jika masyarakat merasa harapannya kepada pondok pesantren dapat tercapai maka akan memunculkan persepsi di dalam masyarakat sehingga pondok pesantren mendapatkan citra yang positif.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, peneliti berusaha mendeskripsikan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin Desa Baja Kuning. Maka dengan demikian, data yang akan dikumpulkan dalam penelitian bersifat deskriptif yaitu mengenai uraian-uraian kegiatan pembelajaran siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Mulyasa, 2009).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan Data hasil wawancara yang peneliti peroleh akan dianalisis dengan data *deskriptif*, yaitu mengungkapkan keadaan atau karakteristik data sampel secara *sistematis*, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang diteliti yang bersifat *eksploratif* dan mengambil kesimpulan

Teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji, *credibility* (validitas interval), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

### **3. PEMBAHASAN**

#### **Produk yang ditawarkan” Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin**

Produk yang ditawarkan oleh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan jasa pendidikan, karena untuk menentukan sebuah produk, sekolah melakukan kegiatan evaluasi dan rapat tahunan terhadap program sekolah yang sedang dijalankan.

Hal tersebut dilakukan secara berkala guna meningkatkan mutu sebuah sekolah, reputasi baik sekolah, prospek masa depan sekolah dan lulusan siswa. Untuk menghasilkan program ekolah dan proses pelayanan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan dari keinginan dan kebutuhan calon siswa baru, berikut program sekolah yang ditawarkan kepada masyarakat:

#### **a. Akhirussanah**

Berdasarkan wawancara dengan Ustadz M . Taufik pada 15 Maret 2022 menjelaskan bahwa dalam Akhirussanah Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin mengundang anak yatim piatu yang ada di sekitar Desa Baja Kuning. Santunan yang bekerja sama dengan yayasan Pondok Pesantren. Kegiatan ini berisikan tentang hal berbagai kepada masyarakat yang kurang mampu. Siswa akan dibagi menjadi beberapa kelompok yang akan bertugas untuk membagikan zakatnya.

#### **b. Peringatan Hari Besar Islam dan Nasional**

Kegiatan peringatan hari besar dilakukan yaitu Lomba” Peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia (HUT RI), Pawai Muharam, “Pemotongan Hewan Kurban membagikan hasil kurban ke masyarakat yang membutuhkan untuk peringatan hari raya Idul Adha. Kegiatan seperti ini berguna untuk mengenalkan ke para santri terkait hari besar keagamaan dan hari besar nasional di Indonesia. Sekolah juga secara tidak langsung bisa melakukan kegiatan pemasaran dari beberapa kegiatan tersebut.

#### **c. Pawai Menyambut Bulan Ramadhan/ Tarhib Ramadhan**

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basri pada 17 Maret 2022 menjelaskan bahwa kegiatan pawai menyambut Bulan Ramadhan juga merupakan salah satu

kegiatan untuk mengenalkan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin kepada masyarakat di sekitar sekolah. Kegiatan pawai tersebut merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin dalam rangka menyambut bulan ramadhan. Kegiatan tersebut juga merupakan salah satu upaya sekolah untuk memperkenalkan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin kepada masyarakat yang ada disekitar lingkungan sekolah.

d. Baca Tulis Al-Qur'an (BTQ)

Program ini bertujuan untuk melatih siswa dalam menguatkan hafalan Qur'an, serta "ditambah dengan" setoran hafalan wajib harian.

e. Sholat Dhuha

Program ini bertujuan untuk menumbuhkan kebiasaan siswa-siswi untuk melaksanakan ibadah sunnah, salah satunya program Sholat Dhuha yang setiap pagi dilakukan sebelum dimulainya jam belajar mengajar.

f. Ratibul Hadad & Muhadaroh

Program ini bertujuan untuk melatih keterampilan santri untuk berani tampil di depan dan berlatih *Public Speaking*. Program muhadarah biasanya juga dilakukan dengan melatih santri untuk menjadi penceramah untuk langsung praktek terjun ke lapangan. Program ini sudah banyak didukung dan bekerjasama dengan BKM Masjid, Mushollada dan Perwiridan Ibu ibu.

### **Harga untuk bersekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin**

Harga menjadi salah satu hal yang harus dipikirkan oleh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin yang "berstatus swasta dalam menjalankan strategi bauran pemasaran. Harga dalam konteks sekolah swasta merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan. Harga untuk menyekolahkan anak disini cukup terjangkau untuk pondok pesantren berstatus Swasta. Menurut saya harga pendidikan yang diberikan akan cocok dengan pelayanannya Perumusan harga sekolah disesuaikan dengan musyawarah untuk mufakat dengan orang tua siswa, jadi sekolah melakukan pertemuan secara besar dengan para orang tua yang sudah diterima menjadi murid baru di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin. Sekolah dan pihak orang tua menentukan kesepakatan harga yang akan dikeluarkan.

Hasil dari musyawarah “tersebut disesuaikan dengan program sekolah yang akan diberikan, disesuaikan dengan kemampuan wali murid, “dan disesuaikan dengan sarana prasarana yang disediakan oleh sekolah. Mutu suatu pelayanan dan program kegiatan yang diberikan oleh sekolah menjadi tolak ukur dalam menentukan sebuah harga”. Sumber dana kami berasal dari swadaya orangtua siswa yang kami gunakan untuk mengelola program kegiatan pembelajaran dan kegiatan diluar sekolah, dana dari yayasan yang digunakan untuk mengelola fasilitas, sarana dan prasarana sekolah, dan dana dari pemerintah juga untuk mendukung program kegiatan para siswa Berikut biaya pendidikan di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin.

Kenaikan harga ditentukan dari hasil rapat antara pihak sekolah dengan pihak Yayasan, kenaikan harga tersebut menyesuaikan kebutuhan dari setiap program kegiatan sekolah. Sistem pembayaran spp disekolah ini paling lambat dibayarkan pada awal bulan pada tanggal 20 setiap bulannya. Apabila terlambat tidak dibebankan denda. Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin juga memberikan diskon untuk anak yatim dan seluruh siswa mendapat potongan harga selama pandemi covid-19. Pada setiap kegiatan ekstrakurikuler juga tidak dikenakan biaya, kecuali ada perlengkapan yang harus dimiliki secara pribadi.

### **Lokasi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin**

Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin berada di Dusun V Pasiran Desa Baja Kuning, Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. “Apabila digambarkan secara singkat mengenai bagaimana cara mengakses sekolah, budaya, lingkungan sekitar, fasilitas sarana pendukung disekitar sekolah” di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin sebagai berikut :

- 1) Jarak dari perumahan masyarakat dengan Jalan Utama Desa hanya dengan waktu tempuh selama 10 menit.
- 2) Alat Transportasi yang bisa digunakan dari depan perumahan bisa menggunakan moda transportasi Angkutan becak
- 3) Fasilitas sarana pendukung di lingkungan sekolah, yaitu musholla, lahan parkir, dan kantin.
- 4) Agama dan kehidupan : masyarakat di lingkungan sekolah yang seluruhnya bergama islam, karena mayoritas penduduk di lingkungan sekolah bersuku Jawa dan Melayu.
- 5) Lingkungan sekolah kondusif karena ruang kelas terletak di dalam sekolah jauh dari keributan jalan raya dan keamanan yang selalu terjaga”.

## **Kegiatan Promosi yang dilaksanakan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin**

Kegiatan promosi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin “dikelola oleh Manajemen Humas”/ Kesiswaan “yang dipandu secara terpusat oleh “ketua yayasan,” serta dukungan dari para tenaga pendidik dan karyawan sekolah. Berikut ini adalah kegiatan promosi”.

### **a. Periklanan**

- a) Brosur menjadi salah satu media cetak yang digunakan untuk mempromosikan sekolah ke masyarakat. Setelah “menyebarkan brosur biasanya 5 bulan sebelum penerimaan siswa baru. Penyebaran brosur dilakukan di sekitar lingkungan sekolah dan perumahan. Isi informasi yang tertera pada brosur meliputi: lokasi sekolah, program keahlian, program unggulan, ekstrakurikuler, penempatan prakerin, foto kegiatan siswa, dan lain-lain. Sekolah juga memperbarui brosur setiap tahun, hal ini bertujuan untuk menarik minat siswa baru dan masyarakat.
- b) Spanduk Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin hanya digunakan sebagai media promosi. Kelemahannya yang terjadi dilapangan adalah: sekolah hanya memasang satu spanduk di depan gerbang sekolah
- c) Poster Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin disebar di berbagai daerah sekitar sekolah, baik di lingkungan sekolah maupun diluar lingkungan sekolah. Kelemahannya yang terjadi dilapangan adalah: poster yang ditempelkan sering kali hilang/ rusak karena perbuatan yang disengaja oleh warga setempat, luntur terkena air, ataupun penyebab lainnya.
- d) Media elektronik yang digunakan sekolah yaitu : Sosial media lainnya yang digunakan sekolah untuk melakukan pemasaran adalah fanspage facebook yang paling sering digunakan/ aktif dan juga “yang selalu aktif adalah whatsapp”. Para orang tua siswa dan para alumninya “juga tergabung dalam media sosial whatsapp yang digunakan sekolah untuk tetap menjalin komunikasi dan digunakan juga sebagai wadah promosi ke teman terdekat para orangtua siswa alumni”.

### **b. Penjualan Pribadi**

#### **1) Pengaruh antar intenal sumber daya manusia**

Kualitas setiap sumber daya manusia di sekolah menjadi keberhasilan dalam melakukan penjualan sekolah melalui kegiatan ini. Semua pihak baik kepala sekolah, guru, staff, “siswa, dan para alumni yang tetap memiliki kualitas diri baik prestasi, sikap dan sifatnya akan terlihat di lingkungan masyarakat.

Pembentukan kualitas setiap diri warga sekolah harus tetap terjaga, agar ketika mereka masuk di lingkungan masyarakat, masyarakat akan memberikan penilaian yang baik dan masyarakat akan mengenal identitas sekolah karena dampak positif dari identitas diri para warga sekolah. Promosi terbaik sebenarnya terletak pada generasi masa depan alumni sekolah. Alumni sekolah memiliki peran yang cukup penting ketika mereka di terima di tempat kerja atau perguruan tinggi ternama di Indonesia, apalagi jika alumni mendapatkan prestasi di berbagai perlombaan” baik di tingkat kabupaten, tingkat provinsi, maupun tingkat nasional. Riwayat pendidikan para alumni akan dikenal oleh masyarakat, sehingga secara tidak langsung hal ini merupakan bentuk promosi kepada masyarakat secara lebih luas.

## 2) Penjualan antar pribadi

Penjualan antar pribadi merupakan bentuk kegiatan pemasaran yang paling sederhana dan paling mudah dilakukan. Kegiatan ini membutuhkan komunikasi yang bersifat secara langsung antara pihak pemasar sekolah dengan pihak masyarakat yang ingin menggunakan jasa pendidikan”. “Penjualan pribadi yang dilakukan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin mencakup : Percakapan tatap muka melalui pelayanan penjualan pribadi sekolah” Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin yang dilakukan pada saat kegiatan PPDB. Para calon orangtua siswa diperbolehkan menanyakan secara langsung, biasanya sebelum masuk penjaga sekolah akan menanyakan keperluan tamu yang datang langsung ke sekolah, kemudian penjaga sekolah biasanya mengarahkan langsung ke kepala Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin atau ke staff administrasi sekolah yang sedang bertugas di kantor khusus PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), Panggilan telephone dan surat elektronik.

Pihak sekolah selalu aktif menjawab dan memberikan pelayanan melalui” pesan/ “telephone dan whatsapp” yang disesuaikan dengan jam kerja sekolah pukul 07.00- 16.00 WIB. Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth). Promosi seperti ini biasanya bentuk dari terwujudnya mutu pelayanan yang baik kepada para siswa dan orangtua siswa, ketika mereka merasakan kepuasan akan layanan yang diberikan sekolah, para orang tua siswa akan ikut berpartisipasi mempromosikan sekolah ke teman, keluarga, tetangga dan ke lingkungan perumahan setempat. Tidak hanya orangtua siswa, tetapi seluruh warga sekolah juga terlibat melakukan promosi dari mulut ke mulut. Kepala sekolah, guru dan

staf yang berkewajiban melakukan promosi ini karena merekalah yang mengetahui setiap informasi sekolah.

### 3) Promosi Penjualan

Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin "perlu melakukan promosi penjualan sebagai bentuk" insetif "sekolah dalam menawarkan produk sekolah ke pelanggan jasa pendidikan. Berikut ini adalah kegiatan promosi penjualan. Open reality: merupakan salah satu bentuk promosi dengan melihat langsung segala kegiatan pembelajaran, bukti fisik, dan sumber daya manusia yang ada di sekolah Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin. Open reality dilakukan setiap hari selama kegiatan sekolah berlangsung, hal ini bertujuan agar para calon siswa dan orangtua siswa bisa melihat sekolah secara lebih dekat dan dapat mengetahui sendiri terkait informasi sekolah. Open reality harus sejalan beriringan dengan rutinitas kegiatan sehari-hari siswa dalam menggunakan setiap fasilitas yang digunakan sekolah. Sebelum masuk ke kelas siswa melakukan" sholat dhuha secara bersama-sama di musholla/ aula milik sekolah, hal ini bertujuan untuk melatih pembiasaan siswa untuk melakukan ibadah sunnah setiap paginya. Sekolah tidak hanya melakukan kegiatan ibadah sunnah seperti sholat Dhuha tetapi juga memerhatikan dalam aspek kerapian dan kedisiplinan siswa dalam berpenampilan dan berpakaian, seperti rambut yang hanya boleh setebal 2-3 cm untuk murid laki-laki, rambut tidak boleh berwarna selain hitam, kuku jari tidak boleh panjang, tidak diperkenankan memakai tata rias wajah dan memakai perhiasan jenis apapun untuk murid perempuan. Aktivitas seperti ini dapat menjadikan daya tarik tersendiri untuk sekolah, ketika masyarakat lewat di depan sekolah secara tidak langsung sekolah telah memasarkan dirinya. Membaca tilawati sebelum pembelajaran dimulai dan melakukan sholat Dhuha berjamaah" sebelum jam "pembelajaran, hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengembangan dari keagamaan. Selesai pembelajaran jam pertama, "siswa beserta guru melakukan makan siang dan sholat Dzuhur bersamaan.

Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin "juga menyediakan kegiatan ekstrakurikuler "yang masing-masing kegiatannya didampingi oleh guru ekskul, untuk lebih menunjang kegiatan ekskul tersebut, sekolah juga melengkapi fasilitas ekskul. "Seperti ekskul", "untuk lebih menunjang kegiatan ekskul tersebut, sekolah juga melengkapi fasilitas ekskul.

Seperti ekskul Paskribra, Pencak Silat, Palang Merah Remaja (PMR), Pramuka, sekolah memiliki “sarana dan prasarana yang cukup lengkap yang didampingi oleh guru/ pelatihnya, “latihan dilakukan ketika mereka akan mengikuti perlombaan. Open reality menunjukkan sebuah kebenaran antara informasi yang tertera di media pemasaran disekolah dengan kejadian sesungguhnya yang” terjadi di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin “harus tetap sejalan dengan visi misi yang telah dibuatnya agar setiap rutinitas kegiatan sekolah dapat mencapai tujuan yang diinginkan sekolah.

#### 4) Hubungan Masyarakat

Sekolah pasti melakukan kegiatan bukan hanya dengan pihak internal msekolah melainkan juga pasti melakukan kegiatan pada pihak eksternal sekolah. Pihak eksternal sekolah atau masyarakat merupakan khalayak penting bagi sebuah kemajuan sekolah apalagi jika dikaitkan dengan strategi sebuah kemajuan “sekolah” “apalagi jika dikaitkan dengan strategi sebuah pemasaran sekolah. Pihak eksternal yang biasanya memiliki keterkaitan baik langsung maupun tidak langsung dengan sekolah adalah Masyarakat, Media Pemerhati Pendidikan, Pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat. Dalam rangka melengkapi kegiatan promosi yang dilakukan oleh” Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin maka sekolah melakukan kegiatan masyarakat. Para siswa” dan siswi “di sekolah dibiasakan untuk melakukan Infaq setiap hari Jum“at, ketika uang Infaq sudah terkumpul banyak biasanya sekolah akan memberikan Infaq ke Masjid terdekat.

Perayaan Idul Adha dengan menyembelih hewan kurban ke masyarakat yang membutuhkan. Program kegiatan sekolah tersebut bukan hanya sekedar mengajarkan anak sejak dini tentang bagaimana peduli dengan seksama manusia, melainkan tujuan program kegiatan tersebut bertujuan juga untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin “juga menjalin hubungan baik dengan warga sekitar perumahan dan perkampungan “khususnyan Tokoh masyarkat setempat. Tujuannya selain “untuk meminta izin ke pihak warga setempat agar memaklumi apabula ada kegiatan kstrakulikuler ataupun kegiatan sekolah “yang mungkin mengganggu, karena kalo lagi mau ada lomba kegiatan latihannya setiap hari”. Sekolah juga menjalin komunikasi yang baik dengan pihak keamanan di sekitar lingkungan sekolah “untuk mengawasi dan menjaga keamanan”. “Manajemen

humas sekolah dikendalikan secara terpusat oleh pihak Yayasan dan bantuan dari kepala sekolah. Meskipun dalam konteks ini sekolah belum memiliki manajer humas/ wakasek bidang kesiswaan & humas tersendiri, tetapi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin "menyadari pentingnya melakukan kegiatan kemasyarakatan yang bertujuan membangun sebuah komunikasi dan hubungan yang baik antara sekolah dengan pihak eksternal. Serta dengan terwujudnya kegiatan masyarakat yang baik maka akan menunjang kegiatan pemasaran karena citra sekolah benar- benar baik dimasyarakat.

## 5) Sumber Daya Manusia

### a) Kepala Sekolah

Kepala sekolah merupakan sekolah yang mempunyai tanggung jawab akan maju mundurnya sebuah sekolah, maka kepala sekolah harus memahami setiap perkembangan dan kebutuhan sekolah serta ancaman-ancaman yang mungkin akan merusak kegiatan pemasaran sekolah". "Berikut ini beberapa program Kepala Sekolah dalam mempertahankan pemasaran sekolah":

- (1) Menjadikan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin "sebagai wadah pendidikan yang terbaik. Kepala sekolah melakukan studi perbandingan ke sekolah lain di awal semester, tujuannya untuk melihat perkembangan sekolah lain dan dijadikan tolak ukur dalam perkembangan sekolah lain dan dijadikan tolak ukur dalam melakukan kegiatan strategi penentuan pasar persaingan Kepala sekolah juga memperhatikan gedung dan perlengkapan sekolah, dengan : mencatat inventarisasi alat- alat kegiatan" pembelajaran, gedung dan barang- barang, mengatur halaman dan prasarana lainnya, "dan memperhatikan 6K (Kebersihan, Keindahan, Kerindangan, Kekeluargaan, Ketertiban, dan Keamanan). "Kegiatan tersebut dilakukan selama" beberapa hari "pada awal semester ganjil.
- (2) "Memberikan" pendidikan "dan pelatihan pada guru. Setiap tahun guru-guru akan diinformasikan oleh kepala sekolah untuk mengikuti program pelatihan dalam rangka peningkatan kualitas keterampilan, pengetahuan dan sikap. Kepala sekolah juga memperhatikan setiap proses kegiatan belajar dan mengajar yang sesuai dengan kurikulum 2013.

b) Guru

Guru memiliki tugas diantaranya: mencatat absensi siswa setiap hari, merekap data kesiswaan, membuat rencana kegiatan harian dan mingguan, mencatat setiap hari dan mingguan nilai siswa, memeriksa kebutuhan dan keadaan daftar inventaris kelas. Guru juga mengikuti pelatihan” diantaranya: “pelatihan kurikulum setiap tahun, pelatihan yang diselenggarakan oleh IGTK perwilayah, pelatihan antar sekolah, pelatihan per gugus KKS dan KKG. Selain mengikuti kegiatan pelatihan, guru-guru juga diikutsertakan pada kegiatan seminar baik lokal maupun nasional. Proses perekrutan guru kelas dilakukan oleh pihak sekolah atau yayasan dengan menanyakan ke keluarga, teman kerabat, atau ke tetangga” di sekitar lingkungan sekolah, “sedangkan proses perekrutan “guru ekskul dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Lembaga” diluar “sekolah. Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin “benar- benar memperhatikan setiap SDM sekolah”, karena SDM sekolah “merupakan pihak yang terlibat langsung untuk memberikan proses penyampaian jasa ke para pelanggan jasa pendidikan. Dalam memperhatikan kesejahteraan para tenaga pendidik dan kependidikan, pihak yayasan memberikan gaji pokok yang sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku.

6) Bukti Fisik Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin

Fasilitas yang dimiliki oleh sekolah menjadi suatu hal dalam mencapai” kepuasan “para pelanggan jasa pendidikan” Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin di bawah Yayasan Sofwatul Qolbi, memiliki luas tanah/bangunan 12.550 m<sup>2</sup> yang dibangun menjadi 3 lantai. Sekolah memiliki 20 ruang kelas dengan 41 ROMBEL (Rombongan Belajar) “dengan fasilitas ac di setiap kelasnya. Status kepemilikan bangunan adalah milik sendiri dan jenis bangunan” impres. Fasilitas sekolah didukung dengan sarana lain:

- (1) Perpustakaan Mini
- (2) Lapangan
- (3) Bengkel
- (4) Laboratorium Komputer
- (5) Klinik

Desain interior dan eksterior dengan baik, dinding- dinding di cat dengan warna khas dari Nurul Qolbi yaitu berwarna kuning, dan ada gambar siswa yang mengenakan seragam untuk dijadikan keterangan ketentuan seragam sekolah setiap harinya. Arena outdoor halaman sekolah dilengkapi dengan area parkir untuk guru dan siswa yang membawa kendaraan. Sedangkan arena indoor dilengkapi dengan full ac (kecuali bengkel), lapangan indoor dan di setiap kelas serta sirkulasi udara cahaya yang sangat baik. Sekolah juga memiliki logo yang menarik digunakan untuk seragam sekolah guru dan siswa, kop surat, amplop, buku pedoman, buku pelajaran, tas sekolah, serta alat tulis keperluan sekolah.

7) Proses Pelayanan Jasa di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin

Proses pelayanan menjadi sebuah rangkaian kegiatan yang akan dinikmati oleh siswa selama bersekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin.. Berdasarkan hasil penelitian, dari ketiga strategi pemasaran sudah cukup baik dalam pelaksanaannya, hanya saja ada beberapa ketidaksesuaian antara teori pemasaran dengan” pelaksanaan strategi di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan/ Humas atau Tim panitia dari PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) “masih dilakukan secara terpusat sehingga muncul beberapa permasalahan dalam mengembangkan media promosi yang digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran.

8) Minat peserta didik bersekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin

Minat peserta didik untuk bersekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin dipengaruhi oleh beberapa hal. Berdasarkan wawancara dengan Taufik Hidayat pada 10 Maret 2022 mengatakan bahwa alasan bersekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin karena ia ingin setelah lulus dari Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin ingin bekerja. Dengan keinginan awal tidak harap masuk smk, namun karena keinginannya untuk bisa bekerja setelah lulus sekolah. 90 Sedangkan berdasarkan wawancara dengan Muhammad Hari pada tanggal 10 Maret 2022 mengatakan bahwa alasan sekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin karena jarak sekolah dengan rumah tidak terlalu jauh ditempuh dengan motor, sekolahnya bagus dan

banyak ekstrakulikernya. Dan memang sejak kecil hari tertarik pada dunia otomotif, juga memiliki keinginan yang sama dengan taufik ingin segera bekerja setelah lulus dari sekolah.

Hal ini diperkuat dengan yang dikatakan oleh Ibu Asmira pada tanggal 10 Maret 2022 bahwa alasan menyekolahkan anaknya di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin karena sekolahnya bagus, biayanya terjangkau dan dekatn dengan rumah.

c. Sarana Prasarana yang ada

Sarana Prasarana di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin sudah cukup memenuhi kebutuhan dalam kegiatan belajar mengajar maupun kegiatan ekstrakurikuler.

Hal ini diperkuat dengan yang dikatakan Oleh Bapak Wiwin Suyirto bahwa alasan menyekolahkan anaknya di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin adalah melihat sarana dan prasarana yang disediakan sekolah sudah cukup lengkap, sehingga kegiatan belajar mengajar dapat berjalan dengan baik.

d. Pelayanan yang diberikan oleh Pihak Sekolah

Pelayanan pendidikan yang diberikan disekolah juga sudah cukup baik, baik pelayanan untuk target utama yaitu siswa dan wali murid maupun pelayanan ke lingkungan eksternal sekolah seperti masyarakat sekitar sekolah. Dengan berbagai program unggulan yang diberikan sekolah untuk mencapai target pendidikan. Hal ini” diperkuat “dengan yang dikatakan oleh Ibu Asmira bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pihak sekolah sudah cukup baik, sehingga siswa maupun wali murid dapat terjalin hubungan yang baik dengan pihak sekolah.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan” analisis dari “dan pembahasan” tentang strategi pemasaran sekolah di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin dapat disimpulkan bahwa dalam startegi pemasaran yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin, sebagai berikut :

- 1) Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin memiliki “strategi dalam melakukan pemasaran sekolah : Pertama, untuk menentukan pasar sasaran sekolah sangat memahami setiap perkembangan dari lingkungan dan kondisi kebutuhan masyarakat”. “Kedua, ditengah- tengah persaingan yang semakin ketat”, “sekolah melakukan strategi penentuan posisi pasar persaingan dengan melakukan

identifikasi ke beberapa sekolah” persaingnya dan “menjalankan jasa” pendidikan “dengan menekankan pada penanaman dan pengenalan pendidikan keagamaan. Ketiga, pada strategi bauran pemasaran, sekolah menawarkan beberapa produk program unggulan diantaranya”: Akhirussanah, Peringatan Hari Besar, Pawai Menyambut Bulan Ramadhan, Baca Tulis Al-Qur’an (BTQ), Sholat Dhuha Berjamaah, Ratibul Hadad & Muhadarah, Program Prakerin, Harga biaya ditawarkan oleh sekolah telah disesuaikan dengan fasilitas dan pelayanan jasa pendidikan yang akan diterima oleh siswa/i selama bersekolah. Kualitas SDM sekolah yang akan memberikan proses pelayanan sudah terqualifikasi secara baik dan” profesional, “serta didukung oleh lokasi strategis dan bukti fisik sekolah yang memadai.

- 2) Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin “telah melakukan kegiatan promosi yang cukup optimal melalui kegiatan periklanan dengan menggunakan: brosur, spanduk, dan media sosial facebook dan whatsapp”. Penjualan pribadi dilakukan dengan peningkatan kualitas SDM dan penjualan antar pribadi melalui komunikasi secara langsung datang ke sekolah atau menghubungi pihak sekolah, serta komunikasi dari mulut ke mulut(word of mouth), sekolah juga selalu membukakan diri open reality selama jam operasional sekolah berlangsung, dan aktif dalam berbagai kegiatan hubungan masyarakat dalam rangka meningkatkan” minat siswa baru.
- 3) Kepala sekolah melibatkan semua guru, karyawan, wali murid dan murid serta para alumni untuk melaksanakan kegiatan pemasaran pendidikan yang telah ditentukan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin, dengan cara mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki sekolah.
- 4) Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin terbukti berhasil dan efektif dengan dibuktikan dengan banyaknya siswa.
- 5) Program Keagamaan yaitu Tahfizhul Al-Qur’an yang menjadi program unggulan di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin.
- 6) Strategi pemasaran jasa pendidikan yang telah dilaksanakan oleh” Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Darul Ulum Khulafaur Rosyidin berjalan “cukup baik dalam rangka meningkatkan” minat siswa baru. “Banyak cara yang terus dilakukan dalam mempertahankan dan meningkatkan setiap kualitas pelayanan yang sejalan dengan visi dan misi yang dibuat. Selain itu sekolah juga memiliki berbagai keunggulan

terlihat dari prestasi para siswa"- siswi "dan para alumninya, dan beberapa kali mendapatkan kejuaraan pada ajang perlombaan".

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Pustaka Assalam.
- Hamalik, O. (2003). *Proses belajar mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mamang, E. S., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Mulyasa, E. (2009). *Praktik penelitian tindakan kelas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2011). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nawawi, I. (2010). *Terjemah Riyadhus Shalihin (Jilid I)*. Surabaya: Pustaka Adil.
- Radiosunu. (1983). *Manajemen pemasaran: Suatu pendekatan analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulthon, H. M., & Kusnuridlo, M. (2006). *Manajemen pondok pesantren dalam perspektif global*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Syafi'i, A. (2001). *Paradigma pendidikan demokratis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tilaar, H. A. R. (2004). *Manajemen pendidikan nasional: Kajian strategik kebijakan pendidikan nasional dalam konteks otonomi daerah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.