

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dalam pemasaran Jasa Pendidikan yang dikemukakan oleh David Wijaya¹, dijelaskan bahwa Strategi pemasaran pendidikan perlu adanya perkembangan. Oleh sebab itu, pemasar jasa pendidikan harus memiliki pola pikir yang berpandangan ke depan sehingga dapat mempersiapkan untuk menyongsong masa depan sekolah. Menurut Johnson dan Scholes dalam buku David Wijaya dikatakan, pemasar jasa pendidikan sebagai arah dan ruang lingkup organisasi di dalam jangka panjang yang bertujuan mencapai keunggulan organisasi melalui bentuk-bentuk sumber daya dalam lingkungan yang berubah memenuhi kebutuhan pasar dan harapan para pemangku kepentingan. Perencanaan strategis adalah inti manajemen pemasaran jasa pendidikan. Fokus rencana pemasaran jasa pendidikan tercermin pada dua hal yaitu (1) melalui audit pemasaran jasa pendidikan dan (2) memerhatikan hasil riset pemasaran jasa pendidikan. Kegiatan ekstrakurikuler menurut David Wijaya Aktivitas ekstrakurikuler dapat menarik perhatian siswa dan orangtua siswa karena akan meningkatkan pengalaman pembelajaran siswa. Pemasaran jasa pendidikan harus mengelola program ekstrakurikuler dengan baik sehingga dapat menyediakan peluang keberhasilan siswa di sekolah.

Dapat disimpulkan bahwa pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan kuantitas siswa di sekolah. Strategi akan jauh lebih baik jika di dalamnya terdapat manajemen yang tepat. Selain itu berhubungan baik dengan masyarakat sekitar atau masyarakat luar perlu dilakukan. Maka, perencanaan adalah salah satu tahapan untuk berjalannya strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler agar dapat berkembang dan menghasilkan sesuai dengan harapan.

Adapun hal-hal yang penulis sajikan dalam hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang.

1. Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

Berdasarkan penelitian, strategi pemasaran pendidikan atau pemasaran madrasah di MTs Daar-Ruhama terlaksana dengan baik. Strategi yang baik di

¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara, 2016.

butuhkan manajemen atau pengelolaan madrasah yang baik pula. Di mulai dari bagaimana perencanaan yang di rumuskan, pelaksanaan pemasaran (promosi) madrasah hingga evaluasi. Strategi pemasaran di butuhkan kerja sama (team work) yang kompak, maka perlu melibatkan tenaga pendidik dan kependidikan untuk membantu berjalannya pemasaran sebagai strategi. Selain itu, pihak madrasah merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pengelolaan atau manajemen yang di dalamnya terdapat perencanaan, pelaksanaan dan bauran pemasaran.

1) Strategi perencanaan pemasaran jasa pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama

Adapun Perencanaan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler adalah salah satu upaya mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dari penelitian tersebut, maka kita akan mengetahui hasil dengan mendeskripsikan bagaimana perencanaan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler untuk menarik calon peserta didik baru di MTS Daar-Ruhama Pandeglang.

Untuk dapat mencapai tujuan akhir tentu harus memiliki strategi yang pasti memerlukan perencanaan yang matang, dengan adanya perencanaan yang matang maka dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mengembangkan sebuah organisasi.

Segala aspek yang berkaitan dengan strategi tentu membutuhkan sebuah planning (perencanaan). MTs Daar-Ruhama memiliki strategi perencanaan pemasaran dalam dua aspek. Pertama perencanaan pemasaran menjelang waktu PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dan kedua perencanaan strategi pemasaran di luar waktu PPDB. Dengan begitu, segala kegiatan akan terorganisir dengan baik.²

Sebelum merumuskan bagaimana perencanaan pemasaran, pihak madrasah terlebih dahulu koordinasi dengan pihak yayasan. Lalu dilanjut dengan kegiatan rapat yang dihadiri oleh para guru dan staff. Hal-hal yang direncanakan adalah pembentukan panitia PPDB, anggaran biaya, target pemasaran, sampai sasaran pemasaran.

² Hasil wawancara dengan bapak Adi Nurfuadi, SS. Kepala sekolah sekaligus Pembina ekstrakurikuler MTs Daar-Ruhama Pandeglang, pada tanggal 30 Maret 2021 pukul 09.00

Hal pertama yang dilakukan adalah mengadakan rapat untuk pembentukan panitia PPDB. Turunnya SK Pengangkatan ketua panitia PPDB, lalu di bagi nya bagian/divisi setiap anggota.³

Berlangsungnya PPDB di MTS Daar-Ruhama yaitu dengan melakukan strategi perencanaan menyebarkan informasi, sosialisasi dan promosi terkait dengan pemasaran madrasah menjelang tahun ajaran baru. Seperti pembagian brosur, pemasangan banner, melakukan promosi melalui media sosial dan bersosialisasi dengan masyarakat sekitar atau mendatangi ke beberapa sekolah SD/MI di sekitar lingkungan pandeglang dan menggunakan strategi dari mulut ke mulut. Perencanaan di luar waktu PPDB, MTS Daar-Ruhama memiliki strategi sebagai promosi madrasah seperti kegiatan Hari Santri Nasional, memeriahkan maulid nabi, ziarah ke makam para sesepuh (bagian keluarga yayasan Daar-Ruhama) dan ulama besar di Banten, memperingati hari besar kaum muslim (1 Muharram), memperingati hari kemerdekaan dan menerima undangan masyarakat.

Dalam perencanaan manajemen pemasaran pendidikan di MTS Daar-Ruhama Pandeglang dirumuskan tujuan pemasaran. Tujuan pemasaran MTS Daar-Ruhama yaitu, mengenalkan madrasah kepada masyarakat sehingga menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTS Daar-Ruhama Pandeglang. Dengan banyaknya peminat maka akan bisa mencapai target pemasaran.

“Agar lebih terstruktur maka cara yang digunakan untuk perencanaan strategi pemasaran pendidikan yaitu dengan terbaginya program kerja mingguan, bulanan, tahunan. Karena dengan adanya program kerja tersebut, tujuan pemasaran akan lebih mudah tercapai sesuai dengan harapan.”⁴

Adapun program kerja di rumuskan sebagai berikut:

- a. program kerja mingguan dalam bidang strategi pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler

program kerja mingguan berisi beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang di lakukan selama satu pekan yaitu, adanya kegiatan latihan drumband, tenis meja, pramuka, latihan silat, muhadoroh, marawis, hadroh, kegiatan

³ Hasil wawancara denga bapak Adi Nurfuadi,SS. Kepala sekolah sekaligus Pembina ekstrakurikuler MTs Daar-Ruhama Pandeglang, pada tanggal 30 Maret 2021 pukul 09.00

⁴ Adi Nurfuadi, wawancara dengan kepala sekolah MTs Daar-Ruhama tgl 30 Maret jam 09.00

ekskul Robotik, kegiatan unggul disain grafis dan kewajiban mengkaji kitab, menghafal/muroja'ah al-Quran, tahsin tajdwid, berkontribusi bersama masyarakat dalam kegiatan pengajian (tujuannya agar bisa berbaur dengan masyarakat sekitar) dan lain-lain.

Dari semua kegiatan mingguan yang ada, program kerja di setiap minggunya tentu memiliki waktu masing-masing untuk melatih diri. Pihak sekolah/madrasah sangat memperhatikan kegiatan mingguan ini karena akan mempengaruhi pengembangan diri siswa/i. salah satunya yaitu kegiatan mingguan yang berkontribusi di masyarakat yaitu kegiatan pengajian. Biasanya, para santri/I menjadi bagian tertentu selama pengajian berlangsung seperti di minta menjadi master of ceremony (MC) dan tilawatil qur'an (pembaca ayat suci al-Quran).

“Setiap siswa di ajarkan untuk melatih diri sesuai dengan kegiatan ekstrakurikuler yang diikuti, jika siswa mengikuti kegiatan silat, maka setiap hari jumat siswa akan di latih secara rutin. Begitupun kegiatan ekstrakurikuler lainnya seperti kegiatan ekstrakurikuler yang bersifat wajib seperti belajar ngaji, tahsin , tahfidz, muroja'ah, dan menghafal wirid dzikir dan tahlil. Selain itu kegiatan ekstrakurikuler yang di anjurkan yaitu kegiatan drumband, tenis meja, marawis, hadroh, robotik, desain grafis dan kegiatan unggulan lainnya”⁵

Seiring berjalannya waktu, terlihatnya kompetensi siswa di kalangan masyarakat menjadi satu hal meningkatnya minat masyarakat.

Siswa MTs Daar-Ruhama menyatakan bahwa dengan adanya berbagai kegiatan ekstrakurikuler tantu menjadikan dirinya semakin tertantang. Sehingga rasa bosan atau jenuh tidak lagi menjadi masalah utama. Selain itu, semakin rajin dan continue berlatih tentu akan mengasah diri siswa.

b. program kerja bulanan

Program kerja bulanan berisi kegiatan : rutin melaksanakan ziarah kubur. Para santri (siswa) yang terbiasa mengikuti program bulanan ini tentu akan memberikan pengaruh baik dalam pengembangan diri anak. Sehingga siswa dapat melatih diri dengan belajar memimpin tahlil.

“Dengan adanya perencanaan ini, program kerja bulanan menjadi kegiatan yang dapat memberikan pengaruh yang baik bagi

⁵ Adi Nurfuadi, SS. Wawancara dengan kepala sekolah tanggal 30 Maret 2021 jam 09.00

siswa. Karena para ustadz memberikan pengajaran dan kesempatan setiap siswa untuk mencoba memimpin tahlil”⁶

Strategi ini memberikan pengaruh yang baik untuk pemasaran pendidikan. Semakin banyaknya siswa yang sudah terlatih dan mampu untuk memimpin tahlil wirid dan dzikir khususnya di kalangan keluarganya, maka pihak keluarga, tetangga kerabat dan lingkungan sekitar akan menilai baik bagaimana proses yang di lalui oleh siswa/santri selama belajar di madrasah. Ini bisa kita sebut dengan strategi dari mulut ke mulut. Yang di lakukan langsung oleh para santri/i melalui kemampuan dan prestasinya. Maka, secara tidak langsung akan meberikan pengaruh baik di mata masyarakat tentang MTs Daar-Ruhama.

c. Program kerja tahunan

Program kerja tahunan adalah kegiatan yang di lakukan rutin setiap tahun. Adapun kegiatan nya terbagi menjadi 2 bagian yaitu kegiatan menjelang PPDB dan kegiatan di luar waktu PPDB.

Kegiatan promosi menjelang PPDB, pembentukan panitia PPDB, pembagian brosur, pemasangan spanduk, pesentasi dari sekolah ke sekolah dan promosi di media sosial seperti website, facebook, instagram dan youtube. Sedangkan Program kerja kegiatan tahunan di luar PPDB memiliki berbagai kegiatan seperti kegiatan Hari Santri Nasional, pentas seni, pawai obor yang di lakukan di setiap malam idul adha, kegiatan isra mi'raj, porseni, kegiatan di hari kemerdekaan, studi tour, studi banding, dan kegiatan rihlah ruhiyah.

2) Strategi Pelaksanaan Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Daar-Ruhama melalui kegiatan ekstrakurikuler

Strategi pemasaran pendidikan merupakan salah satu hal yang pokok untuk menentukan cara yang tepat dalam memperkenalkan madrasah pada masyarakat luas. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu dengan promosi. Promosi yang digunakan ada dua macam yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan di luar penerimaan peserta didik baru (PPDB).

“Sesuai yang telah direncanakan, perencanaan promosi terbagi menjadi 2 bagian yaitu di waktu berlangsungnya PPDB dan di luar waktu PPDB. Begitupun dengan pelaksanaan pemasaran pendidikan melalui kegiatan

⁶ Ai Nurfuadi, SS. Wawancara dengan kepala sekolah tanggal 30 Maret 2021 jam 09.00

ekstrakurikuler. Perbedaan diantara keduanya yaitu kegiatan pelaksanaan promosi di waktu PPDB lebih banyak mengeluarkan biaya karena harus mengeluarkan biaya untuk brosur, spanduk, banner dan pengelolaan media sosial. Sedangkan pelaksanaan promosi di luar waktu PPDB lebih sedikit meringankan biaya dan lebih banyak menarik minat masyarakat.”⁷

a. Promosi pada waktu penerimaan peserta didik

Promosi adalah satu tahap terpenting selama berlangsungnya pelaksanaan PPDB. Karena pada saat itu banyak sekolah yang berlomba-lomba dalam mencari peserta didik baru untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Promosi yang dilakukan pada waktu menjelang tahun ajaran baru yaitu dengan pembentukan panitia PPDB, pembuatan brosur, memasang spanduk, banner, dari mulut ke mulut dan membagikan info di media sosial MTs Daar-Ruhama yang didalamnya mencantumkan keunggulan yang dimiliki untuk menarik minat calon peserta didik baru.

1) Pembentukan Panitia PPDB

Salah satu program tahunan MTs Daar-Ruhama yaitu mempersiapkan rapat tim untuk pembentukan panitia PPDB. Berlangsungnya rapat tim tentu di pimpin oleh kepala sekolah dan di hadiri oleh para guru dan staff. Dimulai dari pemilihan ketua panitia hingga terbentuknya anggota panitia PPDB. Dengan adanya panitia yang terstruktur di setiap tahunnya, maka PPDB akan berlangsung secara baik dan terorganisir. Estimasi waktu berlangsungnya kepanitiaan PPDB selama 6 bulan (di awali pada bulan Januari-bulan Juni).

2) Pembagian brosur

“Pada tahun 2016, MTs Daar-Ruhama melakukan presentasi ke MI/SD dengan menampilkan visi misi, prestasi, tujuan dan keunggulan madrasah supaya mengetahui bagaimana kondisi di MTs Daar-Ruhama Pandeglang sehingga menimbulkan ketertarikan terhadap MTs Daar-Ruhama. Namun ditahun 2017-sekarang, pembagian brosur ke tiap MI/SD sudah tidak lagi dilakukan karena terkendala satu dan lain hal. Terlebih di

⁷ Hasil wawancara dengan bapak Adi Nurfuadi, SS. Kepala sekolah sekaligus Pembina ekstrakurikuler MTs Daar-Ruhama Pandeglang, pada tanggal 30 Maret 2021 pukul 09.00

tahun 2020-sekarang terjadinya wabah covid-19 sehingga pembagian brosur dilakukan melalui perantara kunjungan orangtua santri, pembagian kepada saudara, tetangga, kerabat dan alumni saja.”

Pembagian brosur dilakukan pada bulan Januari tahun 2021 karena pendaftaran peserta didik baru gelombang 1 di MTs Daar-Ruhama dibuka pada bulan Januari-Maret 2021, sedangkan gelombang 2 dibuka pada bulan Maret-Juni 2021. Brosur tersebut menjelaskan bagaimana visi dan misi MTs Daar-Ruhama, jadwal dan syarat pendaftaran, jadwal dan materi testing serta program unggulan yang dimiliki.

3) Pemasangan banner atau spanduk

Pemasangan banner atau spanduk ini bertujuan untuk mempromosikan MTs Daar-Ruhama kepada seluruh masyarakat dan setiap orang yang melewati jalan raya di depan MTs Daar-Ruhama. Termasuk apabila ada tamu atau orang tua siswa yang datang ke madrasah dengan harapan mereka melakukan promosi melalui mulut ke mulut.

4) Media sosial sebagai ajang promosi

Pemasaran melalui media sosial menjadi tren di era jaringan internet ini. Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui media sosial diantaranya adalah sarana berkomunikasi dengan konsumen (masyarakat), sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh madrasah, dan menjadi sebagai media promosi yang dapat diakses oleh semua pihak. MTs Daar-Ruhama mengelola media sosial seperti website, instagram, facebook, youtube dan lain-lain.

5) Promosi melalui dari mulut ke mulut

Kegiatan pembagian brosur, pemasangan banner/spanduk, penyebaran informasi via media sosial semua itu akan lebih sempurna dengan adanya kegiatan promosi dari mulut ke mulut.

MTs Daar-Ruhama bekerja sama dengan lingkungan sekitar, seperti kepala desa setempat atau orang tua santri yang berada di dekat

ponpes Daar-Ruhama dan juga berkejasama dengan kelompok kerja madrasah.

“Pelaksanaan promosi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh besar, karena saat ini promosi melalui brosur sudah lebih sedikit peminatnya. Karena sudah di sampaikan langsung dengan strategi tersebut. Promosi dari mulut ke mulut terjadi di karenakan prestasi siswa yang semakin aktif di kalangan masyarakat. Bahkan siswa yang aktif di kalangan keluarga nya sendiri justru memberikan nilai citra madrasah terus meningkat sehingga banyak orang tua wali yang merekomendasikan kepada tetangga, kerabat, keluarga dan teman untuk melanjutkan sekolah di MTs Daar-Ruhama.”⁸

b. Promosi di luar waktu penerimaan peserta didik baru

Pelaksanaan kegiatan madrasah yang di lakukan setiap event, tentu akan menjadi pengaruh baik terhadap pemasaran pendidikan. Promosi sekolah tidak hanya dilakukan ketika menjelang tahun ajaran baru saja atau PPDB. Namun dapat di lakukan ketika di luar waktu PPDB dengan mengandalkan kegiatan yang dilakukan oleh madrasah baik kegiatan internal maupun kegiatan yang melibatkan eksternal. Adapun kegiatan yang dilaksanakan yaitu:

1. Kegiatan pengajian dengan masyarakat

Kegiatan pengajian adalah salah satu kegiatan ekstrakurikuler, yang mana didalamnya para siswa dilatih agar terbiasa di depan khalayak orang dengan mengasah kemampuan anak dalam public speaking. Ini biasanya dilakukan setiap malam ahad atau sabtu malam. Yang diselenggarakan oleh masyarakat sekitar kp.cilanggar dan madrasah Daar-Ruhama mengikuti setiap rangkaian acara tujuannya agar bisa berbaur lebih menyatu dengan masyarakat. Di dalam kegiatan ini, masyarakat meminta beberapa perwakilan santri/siswa untuk mengisi acara seperti master of ceremony atau MC dan juga diminta untuk mengisi qiroati atau yang biasa kita kenal dengan pembacaan ayat suci al-Qura'an. Kegiatan ini berlangsung sejak tahun 2017-2020 awal sebelum kondisi wabah covid-19 menyerang belahan dunia khususnya di Indonesia. Agar mengikuti protokol kesehatan yang diwajibkan oleh pemerintah, maka sementara ini

⁸ Adi Nurfuadi, wawancara dengan kepala sekolah tanggal 30 Maret 2021 jam 09.00

kegiatan pengajian di masyarakat di alihkan menjadi kegiatan internal yang hanya di hadiri oleh para guru dan siswa saja. Dengan adanya kegiatan ini, tentu akan memberikan sedikit banyaknya pengaruh dalam pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler.

2. Rutin mengadakan Ziarah makam (kubur)

Kegiatan ziarah adalah kegiatan yang di dalamnya justru melatih para siswa bagaimana memimpin dzikir, wirid dan tahlil. Pun ini termasuk dalam bagian kegiatan ekstrakurikuler dalam mengaji. Pelaksanaan kegiatan ziarah kubur ini di laksanakan setiap satu bulan sekali. Di awali dengan ziarah ke makam para sesepuh yang turut membantu pembangunan ponpes Daar-Ruhama dan di lanjut ziarah keliling Banten. Kegiatan tersebut rutin dilakukan sejak tahun 2017-sekarang. Namun di kondisi wabah covid-19 ini kegiatan ziarah tentu terbatas, hanya mengunjungi (ziarah) ke makam para sesepuh yayasan Daar-Ruhama saja dan tidak berlaku ziarah di Banten karena mengingat jarak dan waktu, juga harus menjaga para santri/siwa agar tidak terpapar covid-19.

3. Kegiatan Hari Santri Nasional

Kegiatan hari santri nasional memiliki rangkaian acara yang berkaitan dengan para siswa untuk mengembangkan minat dan bakat melalui kegiatan ekstrakurikuler. Seperti marching band, marawis, hadroh, panthomim, drama musical, poetry reading dan masih banyak lagi. Biasanya, kegiatan ini di adakan khusus internal dan beberapa mengundang kepala desa setempat dengan berbagai acara di dalamnya. Seperti menyanyikan lagu wajib Indonesia raya dan biasanya menyanyikan lagu "*yaa lawathon hubbul wathon minal iman*" dengan rasa semangat dan bergembira. Bahkan ada slogan yang mengatakan bahwa "Hari santri bukti cinta pada negeri dan santri siap mengabdikan". Pengaruh kepala desa yang mengikuti rangkaian acara, tentu akan menjadi salah satu cara untuk promosi sekolah, karena dapat menilai kualitas acara yang diselenggarakan oleh MTs Daar-Ruhama.

4. Kegiatan Isra Mi'raj

Isra mi'raj adalah kegiatan rutin setiap tahunnya yang mana mengingatkan kembali dengan perjuangan yang di lakukan oleh Rasulullah SAW, perjalanan dari bumi ke langit. Biasanya pihak madrasah memiliki

kegiatan yang di hadiri khusus internal. Bahkan sebelum datangnya wabah covid-19, pihak madrasah beberapa kali di undang ke masyarakat untuk mengisi acara salah satunya yaitu pentas seni marawis.

5. Pawai di Malam Idul Adha

Hampir seluruh setiap pondok pesantren memperingati hari idul adha, yang mana santri tidak di perkenankan untuk izin pulang ke rumah. Karena pihak madrasah memiliki suatu kegiatan yang akan memberikan pengalaman berharga sepanjang malam berangnya idul adha. Para santri dan santriawati memeriahkan dengan cara pawai obor yang di laksanakan di sekitar lingkungan Cilanggar Kadumadang, tentu dengan izin kepala desa setempat. Di sepanjang perjalanan selain pawai obor, para santri/santriawati pun mengumandangkan takbir atau biasanya kita sebut dengan takbiran menjelang idul adha. Terlebih, para santri/santriawati juga memberikan penampilan yang kreatif sehingga masyarakat merasa antusias ketika menyaksikan kegiatan pawai malam idul adha tersebut.

6. Memperingati Hari Kemerdekaan

Hari kemerdekaan Republik Indonesia di peringati pada tanggal 17 Agustus di setiap tahunnya. Bukan hanya di meriahkan oleh Negara, namun juga di peringati oleh desa setempat begitu pula pondok pesantren. Di awali dengan adanya upacara bendera merah putih di lapangan ponpes Daar-Ruhama. setelah menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia dan selesainya acara dari awal hingga akhir, para pengurus ponpes berinisiatif dalam melakukan kegiatan tambahan. Dengan tujuan tentu memberikan nilai positif kepada para santri/I. kegiatan yang di laksanakan yaitu kegiatan yang di awali dengan penampilan marching band, pentas seni, perlombaan pada umumnya dan kegiatan asik lainnya.

Kegiatan pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler yaitu dengan adanya promosi yang dilakukan ketika waktu PPDB dan di luar waktu PPDB. Karena kegiatan promosi adalah menjadi satu hal yang penting untuk menarik minat calon peserta didik selanjutnya. Strategi dari mulut ke mulut akan memberikan pengaruh besar terhadap madrasah, karena ketika pihak madrasah memiliki kualitas yang baik tentu akan mendapatkan kuantitas yang seimbang.

a) Langkah-langkah dalam pelaksanaan pemasaran madrasah

Langkah-langkah dalam pelaksanaan pemasaran madrasah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sehingga dapat menciptakan citra baik terhadap masyarakat. Apabila citra baik madrasah sudah di peroleh maka masyarakat akan lebih percaya dan madrasah secara otomatis akan mendaftarkan anak-anak mereka di MTs Daar-Ruhama Pandeglang. Selain memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, pihak madrasah juga harus dapat memenuhi tuntutan permintaan pasar.

Kegiatan promosi di MTs Daar-Ruhama Pandeglang ada beberapa cara yaitu :

- 1) Komunikasi langsung dengan calon pelanggan yaitu dengan presentasi ke SD/MI dan calon wali murid yang berkunjung ke madrasah
- 2) Promosi menggunakan media komunikasi seperti pembagian brosur, pemasangan spanduk dan mengelola media sosial seperti facebook, instagram, youtube dan website.
- 3) Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dengan kegiatan pengajian di masyarakat, pawai obor dan kunjungan ziarah kubur di sekitar lingkungan cilaggar dan daerah Banten.
- 4) Pembagian brosur setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan MTs Daar-Ruhama Pandeglang, mengikutsertakan siswa di setiap kegiatan untuk tampil. Selain itu, pembagian brosur juga di lakukan jika adanya kunjungan orangtua wali ke madrasah.
- 5) Berbagai kegiatan ekstrakurikuler di sekitar desa Cilanggar untuk menarik perhatian masyarakat.

3. Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan di MTs Daar-Ruhama

Bauran pemasaran pendidikan adalah bagian dari strategi. Hal mendasar dari bauran pemasaran ini adalah 4P yaitu Product, Price, Place dan Promotion. Hampir seluruh lembaga pendidikan mengenal istilah ini dalam bidang pemasaran sekolah. Begitu juga dengan MTs Daar-Ruhama yang juga menerapkan 4P sebagai strategi pemasaran madrasah. Di sampaikan oleh bapak kepala sekolah MTs Daar-Ruhama

Ketika sudah menetapkan struktur organisasi tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dalam bidang pemasaran atau biasa kita sebut dengan panitia PPDB, maka hal yang di lakukan yakni merumuskan bauran pemasaran dalam 4P tersebut. Di mulai dari diskusi price (harga) sampai tahap promotion (promosi). Biasanya pihak sekolah mendiskusikan di dalam forum rapat yang di hadiri oleh kepala sekolah dan seluruh guru dan staff.

Bauran pemasaran 4P ini terbilang strategi yang sangat basic dan familiar. Akan tetapi sangatlah penting dalam membantu pemasaran pendidikan di setiap tahunnya.

1). Product, meliputi fasilitas dan pelayanan yang di tawarkan sekolah.

Ketika menjelang PPDB, para orang tua wali berkunjung untuk survey dan melihat bagaimana fasilitas serta kondisi di tempat. Di mulai dari fasilitas, keunggulan pembelajaran, atau jadwal kegiatan yang telah di susun. sejauh ini respon survey orangtua calon murid baik.

2). Price, yaitu terksit dengan pembiayaan (costing).

MTs Daar-Ruhama memiliki price (Harga) yang sangat terjangkau, bisa di lihat dari brosur yang tertera tahun 2021. Di masa pandemi sekarang ini, dimana bahan pokok sedang melonjak naik namun biaya santri cukup terjangkau oleh menengah ke bawah. Di saat pondok pesantren lain sudah lebih dari Rp. 500.000 justru MTs Daar-Ruhama sangat memudahkan para calon siswa untuk tetap bisa belajar dengan nyaman sesuai kurikulum di pemerintah, bermukim di pondok, biaya makan dan lain-lain. Bahkan ketika peneliti mewawancarai salah satu orang tua santri beliau mengatakan :

Pembiayaan di MTs terbilang sangat terjangkau, di mulai dari uang makan santri per bulan sekitar Rp. 350.000,00 saja. Ada suatu kejadian yang mana salah satu calon santri, dia adalah yatim piatu tinggal bersama saudaranya namun tetap tidak tercukupi. Tekad Hati yang kuat ingin sekolah sambil pesantren namun terkendala biaya. Akhirnya dengan sukarela dan ikhlas, pihak madrasah memberikan ananda kesempatan untuk mondok di Daar-Ruhama tanpa di minta uang sepersen pun. Asalkan ia bersungguh-sungguh ingin belajar, ingin mengaji, dan aktif menjadi siswa yang patuh itu sudah baik.

Kesimpulannya, price atau biaya di MTs Daar-Ruhama sangatlah terjangkau, namun kualitas tetap terjaga.

- 3). Place (lokasi), yaitu kemudahan akses, penampilan dan kondisi sekolah secara keseluruhan.

MTs Daar-Ruhama memiliki lokasi yang baik, berada di jalan Mengger yang mana akses kendaraan lengkap. Di mulai dari kendaraan umum, akses mobil atau motor. Madrasah Daar-Ruhama berada di samping jalan, di tengah-tengah lingkungan masyarakat, dan tidak pelosok. Selain itu, kondisi madrasah seperti fasilitas lapangan untuk parkir kendaraan pun tersedia, begitupun pos ucapan selamat datang setiap tamu yang berkunjung berada di gerbang utama. Keadaan fisik gedung sudah tembok dan berlantai 2.

- 4). Promotion (Promosi), yaitu kemampuan untuk mengkomunikasikan manfaat yang di peroleh sekolah ke pelanggan potensial sekolah.

Panitia PPDB bertugas selama PPDB berlangsung termasuk di dalamnya memberikan informasi kepada konsumen terkait dengan informasi madrasah terbaru. Promosi ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu promosi secara langsung dan promosi secara tidak langsung. MTs Daar-Ruhama melakukan promosi secara langsung biasanya jika ada tamu yang datang untuk survey, pihak madrasah, panitia PPDB atau humas bertugas untuk interaksi langsung dan menjawab pertanyaan yang di ajukan oleh calon konsumen. Orang tua calon peserta didik biasanya di arahkan untuk melihat fasilitas yang ada, di jelaskan program keunggulan yang di miliki dan di berikannya brosur untuk informasi lebih lanjut. Sedangkan promosi secara tidak langsung, yaitu para orang tua atau calon peserta didik biasanya mencari informasi melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook dan website. Pengelola madrasah yang bertugas di bidang media sosial harus selalu standby agar nanti jika ada pertanyaan atau pesan masuk bisa langsung terjawab. Itulah salah satu contoh promosi yang dilakukan oleh MTs Daar-Ruhama Pandeglang.

2. Faktor keberhasilan (pendukung) dan faktor ketidakberhasilan (penghambat) strategi Pemasaran Pendidikan melalui kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

Kegiatan ekstrakurikuler adalah suatu kegiatan untuk mengembangkan minat dan bakat para siswa/i. Sehingga dapat dijadikan sebagai suatu metode dalam bentuk pemasaran pendidikan. Dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler yang di adakan oleh madrasah, menjadikan sedikit banyaknya pengaruh bagi pemasaran. Walaupun tidak semua kegiatan mengikutsertakan eksternal, namun sedikit banyaknya pengaruh dari mulut ke mulut menjadi strategi yang pas sehingga dapat menarik minat dan menghasilkan peningkatan calon peserta didik yang mendaftar.

Dari berbagai alat promosi di MTs Daar-Ruhama, hal yang paling efektif sebagai alat promosi yaitu brosur, media sosial dan kegiatan aktif dalam bidang ekstrakurikuler. Yang lebih menariknya, kegiatan ekstrakurikuler yang di lakukan oleh para siswa dapat di kembangkan di lingkungan rumah masing-masing seperti kegiatan public speaking, kegiatan memimpin ziarah kubur untuk wirid, dzikir dan tahlil. Selain perkembangan diri siswa yang semakin baik dalam personality, kegiatan ekskul pun dapat bermanfaat di kalangan masyarakat sekitar sehingga pihak madrasah di undang untuk mengisi acara seperti marawis, hadroh, MC, tilawatil Qur'an dan masih banyak lagi. Dengan adanya keunggulan bakat dari siswa yang di miliki, kini pihak sekolah tidak lagi harus mencari target melalui door to door mendatangi calon peserta didik, justru langsung melalui perantara santri lah promosi di kalangan masyarakat tetap eksis dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler tersebut. Promosi melalui brosur pernah eksis pada masanya ketika madrasah baru saja didirikan (sekitar tahun 2016). Sejak tahun 2017 pemasaran madrasah memiliki satu strategi lain yaitu dengan menggunakan media sosial, seiring berjalannya waktu promosi melalui brosur dapat dikalahkan oleh promosi kegiatan ekstrakurikuler dan media sosial, walaupun di setiap tahunnya pembagian brosur masih tetap diadakan.

Media sosial adalah suatu hal yang besar banyak diminati oleh masyarakat. Bukan hanya masyarakat Pandeglang, tapi juga bisa terekspos di Indonesia bahkan mendunia. Strategi media sosial adalah satu hal yang baik,

karena memiliki pengaruh besar melalui gadget yang di gunakan sehari-hari oleh masyarakat umum. Siapapun dapat mengakses lokasi, informasi dan hal-hal lainnya tentang madrasah di lingkungan Ponpes Daar-Ruhama.

Maka dari itu, pihak madrasah masih saja terus mengoptimalkan strategi melalui kegiatan ekstrakurikuler terlebih meng update di media sosial sebagai pemasaran. Dari hasil pelaksanaan pemasaran madrasah terutama yang banyak melibatkan keberadaan ekstrakurikuler di peroleh keterangan bahwa minat peserta didik dalam memilih madrasah di katakan tinggi.

Faktor keberhasilan yang di rasakan oleh madrasah dari hasil pemasaran pendidikan adalah salah satu indikasi pemasaran yang dilakukan MTs Daar-Ruhama yaitu dengan adanya data penerimaan peserta didik baru selama 5 tahun terakhir yang mengalami peningkatan, pada tahun pelajaran 2016/2017 jumlah pendaftar sebanyak 11 siswa, tahun pelajaran selanjutnya 2017/2018 memiliki peningkatan yaitu sebanyak 63 siswa, pada tahun 2018/2019 meningkat lagi sebanyak 115 siswa, pada tahun 2019/2020 pun adanya peningkatan menjadi 145 siswa, dan di tahun 2020/2021 naik menjadi 160 peserta didik baru yang mendaftar di MTs Daar-Ruhama.

Faktor keberhasilan kedua dari straregi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler adalah bisa di lihat dari riwayat prestasi madrasah yang di raih selama beberapa tahun sebelum terjadinya wabah covid-19. Beberapa madrasah di daerah Pandeglang bekerja sama dalam satu Kelompok Kerja Madrasah atau di singkat KKM (9). Selain KKM, pihak madrasah bekerja sama dengan dengan para pengurus ikatan pondok pesantren yang mana tujuannya akan memfasilitasi beasiswa di luar negeri seperti Mesir, Libanon, Rusia, Turki, dll. Adapun prestasi yang di raih oleh MTs Daar-Ruhama melalui kegiatan ekstrakurikuler adalah :

Juara dua (2) lomba Pramuka tingkat kecamatan, juara satu lomba MHQ (Musabaqoh Hidzul Qur'an), juara tiga (3) lomba pidato 3 bahasa tingkat KKM, juara satu (1) lomba tenis meja tingkat KKM, juara 1 (Santri Putri) dan juara 2 (santri putra) lomba gerak jalan tingkat kecamatan, dan aktif mengikuti perlombaan sains madrasah. Juara 1 lomba matematika tingkat KKM, dan juara 3 lomba IPS tingkat KKM tahun 2017/2018.

“Sejak berdirinya madrasah tahun 2016/2017 MTs Daar-Ruhama sudah mulai berkontribusi di setiap perlombaan yang di selenggarakan

dan mendapatkan beberapa kali prestasi mulai di tingkat kecamatan dan tingkat KKM (Kelompok kerja Madrasah). Namun di tahun 2020 kondisi dunia yang sedang berduka, akhirnya segala kegiatan yang direncanakan sementara terhambat. Semoga penyakit wabah covid-19 segera hilang agar kondisi dan kegiatan bersama dapat dilakukan kembali.”⁹

Faktor keberhasilan selanjutnya, selain meningkatnya jumlah calon peserta didik yang bergabung di madrasah, peneliti mendapatkan informasi dari salah satu orang tua wali santri bahwa kepuasan pelanggan terhadap MTs Daar-Ruhama benar sesuai harapan. Mampu mengayomi, mengajarkan dan mendidik anak murid dengan baik, sehingga dapat di rasakan langsung oleh orang tua santri. Seperti lebih mandiri, mampu mengaji, memimpin tahlil, lebih aktif bersosialisasi dengan masyarakat, sholat berjamaah dan menceritakan bahwa di pondok memiliki kegiatan ekstrakurikuler yang aktif sehingga tidak lagi merasakan jenuh.

Dilanjut oleh salah satu Santri di MTs Daar-Ruhama, santri yang aktif mengikuti berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan berprestasi di kelas mengatakan bahwa :

"Bersyukur sekali bisa mengenal pondok pesantren Daar-Ruhama. Dengan fasilitas yang sederhana, biaya yang terjangkau, namun kegiatan ekstrakurikuler tidak tertinggal dengan sekolah/madrasah di luar sana. Dengan banyaknya kegiatan di pesantren tidak lagi merasa jenuh, justru semakin senang berada di lingkungan pesantren dengan segudang jadwal kegiatan dari pagi hingga petang, dari bangun tidur sampai tidur lagi.

Di tambahkan juga oleh orang tua wali santri bahwa MTs Daar-Ruhama yang berbasis pondok pesantren begitu amanah. Semakin berkembang nya dari tahun ke tahun, kepercayaan masyarakat semakin meningkat sehingga banyaknya orangtua santri yang merekomendasikan MTs Daar-Ruhama kepada tetangga, saudara kerabat bahkan share di media sosial.

Adapun Faktor penghambat yang dirasakan oleh pihak madrasah yaitu kondisi covid-19. Karena segala perencanaan kegiatan tidak leluasa untuk dilaksanakan, adanya keterbatasan seperti terhambatnya promosi dalam pengunjungan presentasi ke SD/MI. selain itu, faktor penghambat lainnya yaitu, terkendala dalam biaya.

Madrasah dibawah naungan pondok pesantren adalah sekolah yang mandiri secara biaya, Karena bersifat sekolah swasta. Mendapatkan bantuan pemerintah hanya bersumber dari dana BOS. Maka, banyaknya program kegiatan ekstrakurikuler yang di rencanakan, tentu tidak sedikit memerlukan biaya. Butuh biaya yang cukup untuk melaksanakan kegiatan dan mengundang pihak eksternal untuk datang ke madrasah, karena jika orangtua wali santri di

⁹ Adi Nurfuadi, kepala madrasah, wawancara MTs Daar-Ruhama tgl 30 Maret 2021 jam 09.00

undang untuk menghadiri acara tentu akan membutuhkan biaya yang cukup demi terselenggaranya kegiatan tersebut.

Solusi merupakan tindak lanjut dari masalah yang muncul. Terhambatnya kegiatan promosi dari sekolah ke sekolah yaitu kondisi wabah covid-19 yang membuat kegiatan promosi terbatas. Selain itu, kegiatan yang berkaitan dengan eksternal seperti perlombaan-perlombaan yang diadakan oleh pihak eksternal pun terhambat. Solusinya yaitu terus berdoa dan mengikuti arahan untuk menjaga Indonesia agar covid-19 tidak meluas. Solusi anggaran biaya yang kurang, bisa dilakukan dengan mengumpulkan sponsor pada setiap mendapatkan penghargaan atau mendapat undangan dari masyarakat. Selain itu solusi kurangnya anggaran biaya bisa melakukan dengan open donasi, open sponsor, wakaf atau memberikan peluang bagi donatur untuk berdonasi ke pondok pesantren.

Walaupun di kondisi covid-19 ini, kegiatan ekstrakurikuler sudah mulai berjalan seperti biasanya, walaupun belum sempurna seperti sebelumnya. Tentu dilakukan hanya di lingkungan pondok pesantren tanpa adanya campur tangan dari eksternal demi menjaga ponpes dan para siswa/i di dalamnya.

B. Hasil Pembahasan Penelitian

Strategi Pemasaran jasa pendidikan menurut David Wijaya berfokus pada upaya pemenuhan keinginan dan harapan masyarakat. bekerja serta adanya dukungan masyarakat.¹⁰ Begitu juga di katakan oleh kotler dan Fox mengemukakan definisi pemasaran yang digunakan secara khusus pada sekolah sebagai analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program yang dirumuskan secara hati-hati yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai secara sukarela dengan pasar sasaran atau pasar atau target jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah.¹¹

pemasaran jasa pendidikan lebih dari sekedar aktivitas penjualan, periklanan dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan adalah keterampilan perencanaan dan pengelolaan suatu hubungan pertukaran antara sekolah dan kelompok masyarakat.¹²

¹⁰ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016. Hal 20

¹¹ Kotler, Philip dan Fox Karen. F.A. *Strategi Marketing for Educational Institutional*. Englewood Cliffs, New Jersey:prentice Hall, 1995. Hal 21.

¹² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.hal 21.

Selain dengan masyarakat umum, tentunya pihak madrasah harus bisa mendekatkan diri dengan tokoh-tokoh yang ada disekitarnya. Dengan upaya pendekatan ini dimaksudkan, supaya keberadaan sekolah bisa eksis keberadaannya dan adanya pengakuan dari tokoh-tokoh terpercaya. Jalinan kerja sama bisa dilakukan dengan tolong agama, perangkat organisasi pemerintah, organisasi kepemudaan dan tokoh-tokoh lainnya yang masih ada keterkaitan dengan Lembaga Pendidikan. Lembaga Pendidikan pada dasarnya merupakan Lembaga yang berdiri atas usaha dan perjuangan masyarakat sekitar, sehingga tak salah jika antara keduanya memiliki jalinan yang baik.¹³

Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan yang dilakukan oleh siswa di madrasah/sekolah. Melalui kegiatan ekstrakurikuler, pemasaran pendidikan menjadi lebih berkembang sehingga minat calon peserta didik terus meningkat. Bahkan siswa ialah produk jasa pendidikan yang paling terlihat secara fisik yang mana menandakan bahwa sekolah unggul memiliki peserta didik yang aktif dan berprestasi. Maka dari itu, pemasar jasa pendidikan harus mengelola program ekstrakurikuler dengan baik sehingga dapat menyediakan peluang keberhasilan siswa di sekolah. Begitu juga dengan sekolah harus menyediakan sumber daya yang memadai untuk mendukung program ekstrakurikuler.¹⁴

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang serta apa saja yang menjadi faktor keberhasilan dan ketidakberhasilan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang.

1. Strategi Pemasaran Pendidikan melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

a. Strategi Perencanaan pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

Definisi perencanaan menurut Newman, dikutip oleh Manullang :
“*planning is deciding in advance what is to be done*”. Jadi, perencanaan adalah penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan.¹⁵

Robbins dan Coulter dikutip dari Emie Tinawati mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang di mulai dari penetapan tujuan

¹³ Rendra Gumilar, Manajemen Humas Sekolah, (Bandung: Widina Bakti Persada, 2020), hal.58.

¹⁴ David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara, 2016. Hal.104

¹⁵ Manullang, *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University. 2016.

organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan system perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi.¹⁶

Sedangkan pengertian dari strategi merupakan suatu hal yang berkaitan dengan manajemen secara sistematis yang didefinisikan sebagai proses dalam pengambilan keputusan atas perencanaan yang telah di rencanakan.

Perencanaan strategi pemasaran menurut peneliti dapat dimaknai sebagai usaha sadar dalam merencanakan strategi untuk memasarkan madrasah dalam mencapai tujuan bersama. Dalam pemasaran pendidikan, strategi bisa diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan tertentu berupa menarik minat calon peserta didik baru.

Berdasarkan penelitian di MTs Daar-Ruhama bahwa strategi pemasaran akan berkesinambungan dengan adanya perencanaan. Dengan itu, sebelum bertindak akan lebih terarah karena telah merumuskan planning (perencanaan) yang matang, sehingga kegiatan pemasaran akan lebih bermakna dan sesuai harapan. Maka MTs Daar-Ruhama memiliki rencana dalam pemasaran yaitu promosi di waktu PPDB dan di luar waktu PPDB.

b. Strategi Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan melalui kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

Pelaksanaan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Manojje dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky mengemukakan bahwa pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan¹⁷

Pelaksanaan strategi merupakan implementasi dari perencanaan strategi yang telah dicanangkan. Kemudian dari hasil observasi, pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, maka bisa peneliti simpulkan

¹⁶ Ernie Trisnawati dan Kurniawan Sule, *Pengantar Manajemen*, 96.

¹⁷ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 70

menjadi beberapa strategi yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB).

Promosi yang dilakukan pada waktu menjelang tahun ajaran baru yaitu dengan pembuatan brosur, memasang spanduk, banner dan aktifnya media sosial yang bertujuan untuk memberitahukan bahwa sudah saatnya penerimaan peserta didik baru. Promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru yaitu dengan peringatan pawai obor di setiap malam takbir idul adha yang dilaksanakan setiap malam menjelang idul adha dengan segala kreatifitas siswa dan madrasah sehingga pawai yang di lakukan sekitar lingkungan Cilanggar-Kadumadang membuat kesan yang baik bagi pandangan masyarakat. Selain itu, promosi di luar waktu PPDB di lakukan dengan ziarah kubur di sekitar lingkungan Cilanggar dan sesekali ziarah ke makan para Auliya di Banten, dengan tujuan madrasah dapat memberikan kesempatan bagi siswa untuk dapat mempraktekan hasil belajar salah satu ekstrakurikuler yang direncanakan, dan di luar dugaan madrasah, ternyata dengan adanya program ekstrakurikuler tersebut dapat menarik perhatian masyarakat khususnya lingkungan keluarga siswa sehingga para orangtua sendiri lah yang menilai bahwa madrasah tersebut layak karena sudah memberikan pengaruh baik bagi siswa. Selain dua hal tersebut, MTs Daar-Ruhama yang berada di bawah naungan yayasan Daar-Ruhama pun memiliki strategi pelaksanaan promosi di luar waktu PDB yaitu dengan menerima undangan masyarakat seperti mengisi pengajian di lingkungan di masyarakat dan berkontribusi di dalamnya seperti MC dan tilawatil Qur'an. Sesekali jika di lingkungan masyarakat mengadakan acara seperti maulid nabi, acara walimatul ursy atau khitan, MTs Daar-Ruhama diminta untuk mengisi panggung dengan marawis atau hadroh. Dengan begitu, pelaksanaan promosi pemasaran dapat dikatakan sangat berpengaruh dan berjalan sesuai dengan rencana yang telah di tetapkan.

Pelaksanaan aktivitas strategi adalah aktivitas untuk menetapkan serta mengoperasikan sistem pendidikan yang tepat, memperoleh sumber daya, dan mengevaluasi atau mengukur dampaknya. Dalam proses tersebut, ada dua hal penting yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:¹⁸

¹⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*.(Jakarta : Bumi Aksara,2016). Hal. 37

- a. Penentuan sistem jaminan kualitas internal jasa pendidikan untuk memastikan Apakah produk jasa pendidikan memenuhi harapan pelanggan jasa pendidikan
- b. Pengembangan mekanisme pengumpulan data eksternal sekolah mengenai cara menawarkan Program pendidikan dan aktivitas pendidikan
- c. **Strategi Bauran pemasaran pendidikan di MTs Daar-Ruhama**

Keputusan produk, harga, tempat dan sebagainya tidak di buat secara terpisah karena kita tidak hanya perlu memperhatikan tujuan organisasi tetapi juga lingkungan pendidikan, sosial, politik, hukum, teknologi dan ekonomi.¹⁹

Definisi lima sarana promosi utama adalah sebagai berikut:

- 1) Penjualan pribadi yaitu komunikasi langsung atau tatap muka antara penjual jasa pendidikan dan calon peserta didik Untuk memperkenalkan produk jasa pendidikan ke calon pelanggan serta Membentuk pemahaman pelanggan tentang produk Jasa pendidikan sehingga mereka mencoba dan membelinya.
- 2) Penjualan massal yaitu pendekatan dengan media komunikasi untuk menyampaikan informasi ke khalayak sekolah dalam waktu tertentu. Ada dua bentuk utama penjualan massal yaitu periklanan (advertising) dan publisitas (publicity).
- 3) Promosi penjualan yaitu bentuk persuasi langsung melalui Penggunaan insentif yang dapat diatur agar dapat merangsang pembelian produk jasa pendidikan dengan segera dan meningkatkan jumlah produk jasa pendidikan yang dibeli pelanggan
- 4) Hubungan masyarakat yaitu upaya komunikasi menyeluruh sekolah untuk mempengaruhi Persepsi opini keyakinan dan sikap warga sekolah terhadap sekolah.
- 5) Pemasaran langsung dari marketing yaitu sistem pemasaran jasa pendidikan Secara interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respons dari pelanggan.²⁰

Berdasarkan penelitian di MTs Daar-Ruhama juga menerapkan bauran pemasaran melalui komunikasi pribadi atau kegiatan yang dilakukan langsung antara pemasar jasa pendidikan dan pelanggan jasa

¹⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). hal 69

²⁰ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2016) hal. 138

pendidikan. Seperti presentasi sekolah ke sekolah, memberikan pelayanan yang ketika tamu datang untuk survey. Selain itu MTs Daar-Ruhama melakukan periklanan atau publisitas di media massal seperti YouTube, Instagram Facebook dan website. Dengan begitu, kegiatan pengiklanan dapat tersalurkan melalui media yang tersedia. Hal yang lebih berpengaruh yaitu strategi dari mulut ke mulut atau Masyarakat menilai sendiri tentang produk, prestasi dan keaktifan siswa di kalangan masyarakat.

Dasar pengembangan aktivitas promosi jasa pendidikan adalah komunikasi pemasaran jasa pendidikan. Melalui komunikasi pemasaran jasa pendidikan, siswa, guru karyawan sekolah pemimpin sekolah atau masyarakat dapat melakukan interaksi secara efektif.²¹ Begitu juga di katakan oleh Stanton bauran promosi merupakan perpaduan strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, serta alat promosi lainnya yang seluruhnya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.²²

2. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan ketidakberhasilan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTs Daar-Ruhama Pandeglang

Setiap program kegiatan, setiap kebijakan dan setiap inovasi yang ada di dalam organisasi tentunya terdapat konsekuensi logis atau akibat atau dampak dari hal-hal tersebut. Dengan mengetahui seperti itu, hasil pelaksanaan strategi pemasaran juga dapat diibaratkan dengan akibat yang ditimbulkan dari adanya sebuah kebijakan ataupun kegiatan tertentu. Pada tahap paska perencanaan dan pelaksanaan strategi, keberhasilan dipengaruhi oleh perubahan, struktur organisasi, kepemimpinan, dan budaya madrasah. Namun dalam kenyataannya ada berbagai kemungkinan keberhasilan dalam pelaksanaan strategi. Thomas V Bhoma, dalam bukunya *Marketing Edge: Making Strategies Work* memformulasikan kemungkinan keberhasilan implementasi strategi, yaitu:²³

1) Succes

Apabila lembaga mampu memformulasikan strategi dengan baik dan mampu

²¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2016). Hal 135

²² William Stanton. *Fundamental marketing*. (Singapore : McGraw-Hill International, 2002).

²³ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2006), hal. 251

mengimplementasikan juga dengan baik atau tepat, maka kombinasi tersebut disebut “Succes”. Posisi ini merupakan terbaik yang diinginkan oleh setiap lembaga.

2) Roulette

Apabila perusahaan kurang baik dalam memformulasikan strategi namun dalam implementasinya dilakukan kurang baik, maka kombinasi tersebut dinamakan dengan “Roulette”. Namun dengan perbaikan dan penyesuaian formulasi strategi dalam implementasinya kemungkinan mencapai hasil yang baik.

3) Trouble

Posisi Trouble merupakan formulasi strategi yang dilakukan dengan baik namun tidak dapat diimplementasikan dengan baik.

4) Failure

Posisi ini merupakan posisi terburuk karena formulasi strategi dan implementasinya sama-sama buruk. Dengan demikian, maka hal yang terbaik adalah memperbaiki keduanya.

Dengan berbagai pertimbangan strategi pemasaran madrasah, dari hasil observasi peneliti menyimpulkan bahwa MTs Daar-Ruhama sering menggunakan strategi pemasaran dengan menggunakan ekstrakurikuler untuk menarik minat masyarakat dan mengenalkan madrasah kepada masyarakat.

Pendidikan di madrasah tidak cukup hanya mengembangkan intelektualitas saja tetapi juga nilai-nilai etika, moral, seni dan budaya. Dalam kegiatan ekstrakurikuler diciptakan metode bermain (game) baik bermain serius, prososial (kelompok). Para pakar pendidikan maupun psychology terkemuka menyatakan bahwa bermain merupakan alat untuk menyatakan perasaan kemerdekaan pribadinya guna mengembangkan kreativitasnya karena bermain merupakan proses menghayati kemerdekaan eksistensial dalam konteks sosialnya. Bermain ada dalam kegiatan ekstrakurikuler. Berdasarkan uraian diatas, maka jelaslah betapa penting program ekstrakurikuler dalam pengembangan otak belahan kanan di madrasah-madrasah Ekstrakurikuler juga berhasil menarik perhatian masyarakat supaya lebih mengenal dan ingin mendaftarkan anak-anaknya di madrasah tersebut. Di MTs Daar-Ruhama sudah banyak prestasi yang disumbangkan oleh ekstrakurikuler diantaranya Juara dua (2) lomba Pramuka tingkat kecamatan, juara satu lomba MHQ (Musabaqoh Hifdzul Qur’an), juara tiga

(3) lomba pidato 3 bahasa tingkat KKM, juara satu (1) lomba tenis meja tingkat KKM, juara 1 (Santri Putri) dan juara 2 (santri putra) lomba gerak jalan tingkat kecamatan, dan aktif mengikuti perlombaan sains madrasah. Juara 1 lomba matematika tingkat KKM, dan juara 3 lomba IPS tingkat KKM tahun 2017/2018.

Dengan banyaknya prestasi yang dihasilkan oleh ekstrakurikuler secara tidak langsung mempengaruhi minat calon peserta didik baru untuk mendaftarkan diri mereka di MTs Daar-Ruhama Pandeglang. Dari strategi perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran madrasah, maka akhirnya strategi pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler dapat berjalan dengan baik dan berkembang untuk menarik minat calon peserta didik. Dapat dibuktikan dengan data jumlah peserta didik baru yang mendaftarkan diri di MTs mulai tahun 2016/2017 jumlah pendaftar sebanyak 11 siswa, tahun pelajaran selanjutnya 2017/2018 memiliki peningkatan yaitu sebanyak 63 siswa, pada tahun 2018/2019 meningkat lagi sebanyak 115 siswa, pada tahun 2019/2020 pun adanya peningkatan menjadi 145 siswa, dan di tahun 2020/2021 naik menjadi 160 peserta didik baru yang mendaftar di MTs Daar-Ruhama. Selain mendapatkan peningkatan minat madrasah, Orang tua siswa dan wali siswa akan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi jika mereka memiliki kepuasan, aktif, serta menyetujui seluruh usaha yang di lakukan oleh sekolah.²⁴ Begitupun yang dirasakan oleh salah satu orangtua siswa bahwa pelayanan, kegiatan ekstrakurikuler yang aktif, pembelajaran sesuai kurikulum, dan memberikan pengaruh baik terhadap anak dikarenakan madrasah yang telah merancang, merencanakan dan memberikan kualitas yang terbaik sehingga citra madrasah di kalangan masyarakat terus mendapatkan kepercayaan yang baik.

²⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2016) hal. 159