

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA DI PONDOK PESANTREN AL MAHSYAD

¹Jumriah Alfiani, ²Fitri Yunita, ³Muh. Rasyid Ridha, ⁴Usman

¹²³⁴Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer,
Universitas Islam Indragiri

Email: jumriahalfiyanie83971@gmail.com, fitriyun@gmail.com, rasyid4sky@gmail.com,
usmanovsky13411@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran di dunia pendidikan sangat diperlukan sebagai bentuk akuntabilitas untuk memberikan informasi terkait keadaan Pondok Pesantren kepada masyarakat. Persaingan di dunia pendidikan sudah sangat atraktif, sehingga dibutuhkan strategi-strategi khusus dalam pemasaran pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al Mahsyad dalam meningkatkan citra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Pondok Pesantren Al Mahsyad telah menerapkan strategi pemasaran pendidikan yang cukup baik dalam meningkatkan citra. Dengan memberikan tawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan proses pembelajaran sudah cukup baik. Namun dalam aspek bukti fisik, sarana dan prasarana yang disediakan belum memadai dan sebaiknya meningkatkan fasilitas yang disediakan Pondok Pesantren agar mampu menunjang terlaksananya proses pendidikan yang berkualitas.

Keywords: Pemasaran pendidikan, Pondok pesantren, Citra pendidikan, Promosi.

ABSTRACT

Marketing in the world of education is needed as a form of accountability to provide information regarding the condition of Islamic boarding schools to the public. Competition in the world of education is very attractive, so special strategies are needed in marketing education. This study aims to determine the educational marketing strategy implemented by Pondok Pesantren Al Mahsyad in improving its image. This study uses a qualitative approach. The results of the study show that as a whole the Al Mahsyad Islamic Boarding School has implemented a fairly good educational marketing strategy in improving its image. By providing a product offer that suits the needs of the community and the learning process is good enough. However, in the aspect of physical evidence, the facilities and infrastructure provided are inadequate and it is better to improve the facilities provided by Islamic boarding schools so that they are able to support the implementation of a quality education process.

Keywords: Educational marketing, Islamic boarding schools, Educational image, Promotion.

1 PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi di era globalisasi. Sekolah adalah tempat belajar berlangsung. Undang-undang Sisdiknas No. 20 Tahun 2003 menjelaskan bahwa “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang dimiliki dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara”[1]. Perkembangan peradaban dunia saat ini dari jalur pendidikan pesantren sebagai lembaga keilmuan telah lama mewarnai perjalanan zaman yang semakin maju. Pesantren tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang

telah memberikan kontribusi besar bagi peradaban global. Kemanusiaan mengharapkan penemuan dan inovasi kreatif untuk menjadi solusi yang efektif [2]. Menurut Muadin didalam [3] Perlahan tapi pasti, minat masyarakat terhadap pendidikan berbasis bobot semakin meningkat. Banyak faktor yang menentukan minat masyarakat dalam memberikan akses pendidikan bagi anaknya, seperti keistimewaan ilmu agama, pembentukan karakter, kemandirian, dll. Lebih jauh lagi, ancaman degradasi moral dan pergaulan bebas membuat pundern menjadi tempat yang seharusnya melindungi individu dari ancaman tersebut.

Salah satu dampak globalisasi di bidang pendidikan adalah munculnya lembaga-lembaga pendidikan tinggi baik negeri maupun swasta yang menyediakan layanan pendidikan yang bermutu seperti fasilitas pendidikan yang memadai, kurikulum yang bermutu dan berstandar nasional dan internasional sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat, sehingga penting bagi lembaga pendidikan untuk melakukan pemasaran jasa pendidikan agar mampu meningkatkan citranya dan menciptakan kepopuleran minat masyarakat sehingga dapat memenangkan persaingan dan persaingan. lembaga tersebut dapat terus mempertahankan eksistensinya [4]. Untuk mencapai pesantren yang bermutu, sebuah lembaga harus memberdayakan seluruh sumber daya yang dimilikinya[5], salah satunya adalah pemasaran (market). Pemasaran adalah seni menciptakan permintaan, serta proses mengejar pelanggan yang ada dan potensial. Kurangnya minat dalam kegiatan pemasaran oleh suatu organisasi/lembaga mengarah pada fakta bahwa manajer lembaga pendidikan tidak menyadari dan cenderung tidak memanfaatkan peran yang dapat dimainkan oleh iklan dalam mencapai tujuan organisasi [6]. Meskipun telah ada beberapa penelitian yang menunjukkan peran strategis pemasaran dalam peningkatan mutu pendidikan, misalnya penelitian menunjukkan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan strategi peningkatan mutu pendidikan yang paling penting bagi mutu dan pengembangan. jenjang pendidikan di sebuah lembaga pendidikan [7].

Meskipun telah berdiri sekitar 7 tahun sejak dirintis serta memiliki banyak program unggulan namun sangat sulit dalam menarik minat serta keinginan masyarakat sekitar untuk mengamanahkan anaknya kepada pihak pondok pesantren Al Mahsyad ini, ada beberapa hal yang menjadi kendala diantaranya adalah tidak memadainya fasilitas dalam mendukung proses pembelajaran dan asrama serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang informasi yang diberikan oleh pihak pondok pesantren.

2 METODE PELAKSANAAN

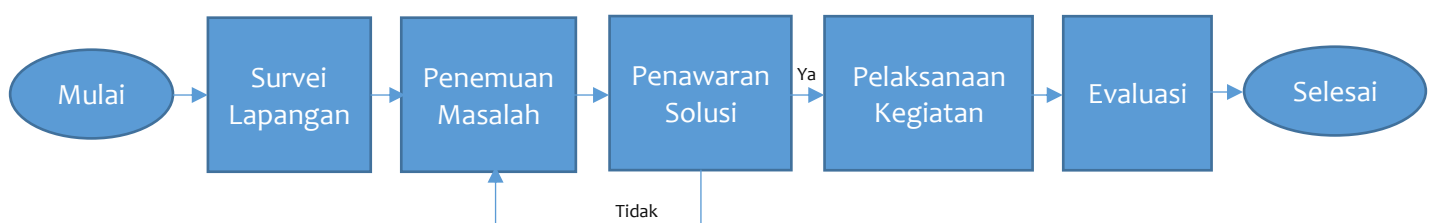
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Rancangan penelitian menggunakan studi kasus dan yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi identifikasi masalah, pengolahan data dan analisis.. Penelitian ini mengambil lokasi di Pondok Pesantren Al Mahsyad Jalan Pekan Raya Kelurahan Pekan Arba. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara dan observasi. Adapun beberapa informan yang diwawancarai adalah pimpinan pondok pesantren dan juga masyarakat.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan:

Waktu pengabdian : Bulan Agustus – September 2023

Tempat pengabdian : Pondok Pesantren Al Mahsyad Kel. Pekan Arba Kec. Tembilahan

Sasaran kegiatan : Masyarakat



Gambar 1 Alur Pelaksanaan

3 PEMBAHASAN

a) Pokok-Pokok Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan pokok pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya minat masyarakat untuk bergabung di Pondok Pesantren.
2. Tidak adanya objek yang menjadi informasi utama bagi masyarakat.
3. Kurangnya fasilitas Pondok yang mampu mendukung minat masyarakat.

b) Solusi Yang Ditawarkan



Gambar 2 Proses Obervasi ke Pondok Pesantren Al Mahsyad Gg Pekan Raya

Metode awal yang dilakukan adalah observasi, pada tahap ini peneliti langsung mengamati kondisi dan situasi di Pondok Pesantren Al Mahsyad ini, pondok pesantren ini berada di jalan Pekan Arba Gang Pekan Raya dan untuk Ruang kelas dan Asrama Pria berada di Gang Palila, memang sara prasarana yang dimiliki lumayan memadai tetapi tidak memasuki standar keinginan masyarakat mengenai fasilitas. Seperti tidak adanya toilet khusus di asrama wanita, ruangan kelas yang terbatas, tidak adanya fasilitas digitalisasi, bangunan asrama putra dan putri masih dibawah standar kenyamanan.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan yang telah dilakukan oleh peneliti kepada Ustad Ahmad Munawwir Firdaus, HM selaku pimpinan pesantren sekaligus pendiri dan juga pengasuh Pondok Pesantren Al Mahsyad, peneliti juga melakukan wawancara kepada masyarakat untuk mengetahui faktor faktor yang menghambat perkembangan pesantren ini, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat kurangnya infomasi yang bisa menarik minat masyarakat dalam bergabung kedalam pondok pesantren Al Mahsyad ini.



Gambar 3 Proses Wawancara dengan Pimpinan Pesantren

Adapun beberapa tanggapan dari beberapa warga adalah sebagai berikut:

1. Menurut kami kurangnya donatur dan kurang dipromosikan ke masyarakat.
2. Kalau menurut saya pondok pesantren Al Mahsyad sangat bagus sekali ada di wilayah Kelurahan Arba ini. Tapi sayang santrinya saja yang kurang banyak. Mungkin banyak masyarakat yang belum tau. Atau kurang promosinya. Mudah-mudahan suatu saat nanti akan menjadi pondok pesantren yang besar. Aamiin.



Gambar 4 Pemasangan Spanduk depan Gang

Maka dari itu peneliti membuat spanduk yang bisa dijadikan salah satu acuan masyarakat dalam menemukan informasi. Spanduk tersebut dipasang didepan gang Palila menuju pondok pesantren serta brosur yang bisa disebar secara luas baik online maupun offline.



Gambar 5 Design Spanduk dan juga Poster yang bisa disebar secara Online

4 HASIL

Dengan hasil observasi yang telah dilakukan maka peneliti membantu dalam pengajuan proposal pembangunan ke kementerian agama, ada beberapa proposal yang telah diajukan yaitu: Bantuan Peningkatan Digitalisasi Pesantren Tahun Anggaran 2023, proposal Bantuan

Pembangunan Asrama Pesantren Tahun Anggaran 2023, dan yang terakhir adalah proposal Bantuan Pesantren di Wilayah Perbatasan Negara Tahun 2023.

No.	Bantuan Untuk	Nama Bantuan	Tahap	Nomor Pengajuan	Tanggal Pengajuan	Tahun Pengajuan	Status Pengajuan	Action
1	[PONPES]	Bantuan Inkubasi Bisnis Pesantren Tahun 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Bantuan Sudah ditutup pada tanggal 10 Maret 2023
2	[PONPES]	Bantuan Peningkatan Kesehatan dan Sanitasi Pesantren Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Ajukan
3	[PONPES]	Bantuan Peningkatan Digitalisasi Pesantren Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	0000212870	Jum'at, 09 Juni 2023	2023	Diverifikasi Kabupaten	Lihat Proposal Tanda Bukti Upload
4	[PONPES]	Bantuan Pembangunan Asrama Pesantren Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	0000212858	Jum'at, 09 Juni 2023	2023	Diverifikasi Kabupaten	Tanda Bukti Upload
5	[PONPES]	Bantuan Rehab Asrama Pesantren Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Bantuan Sudah ditutup pada tanggal 16 Juni 2023
6	[LPQ] [MDT] [MITRA] [PONPES]	Bantuan Halagah Pesantren dan Pendidikan Keagamaan Islam Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Ajukan
7	[MITRA]	Bantuan Kemitraan Pesantren dan Pendidikan Keagamaan Islam Kategori I Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Ajukan
8	[MITRA]	Bantuan Operasional Majelis Masyarakat Tahun Anggaran 2023	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	Ajukan	Bantuan Sudah ditutup pada tanggal 07 Maret 2023
9	[PONPES2] [LPQ] [MDT] [PONPES]	BOP Pesantren dan Pendidikan Keagamaan Islam Tahun Anggaran 2023 (Pesantren)	Tahap 1 (Aktif)	-	-	-	-	Bantuan Sudah ditutup pada tanggal 07 Maret 2023
10	[PONPES] [PONPES2]	Bantuan Pesantren di Wilayah Perbatasan Negara Tahun 2023	Semua Tahapan (Aktif)	0000212868	Jum'at, 09 Juni 2023	2023	Diverifikasi Kamwil	Tanda Bukti Upload

Gambar 6 Proses Pengajuan Proposal Peningkatan Fasilitas Pondok Pesantren ke Kemenag

5 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan banyak masyarakat yang tidak tau keberadaan pondok pesantren ini namun dengan adanya strategi promosi pendidikan yang telah diterapkan di pondok pesantren Al Mahsyad dapat memperluas pemasaran pendidikan terutama didaerah lokal Pekan Arba.

REFERENSI

[1] A. A. Yaqin and A. Kristanto, "Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Unggulan Pondok Pesantren Amanatul Ummah Surabaya," vol. 01, no. 01, pp. 0–216, 2012.

[2] D. U. Hasanah, A. Alfi, and I. Mujahid, "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta," vol. 8, no. 2, pp. 82–95, 2021.

[3] A. Muadin, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an," Ta'allum J. Pendidik. Islam, vol. 5, no. 2, pp. 293–308, 2017, doi: 10.21274/taalum.2017.5.2.293-308.

[4] L. Apriani, M. El Widdah, and Muslih, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra di Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin," vol. 2, no. 6, pp. 1817–1836, 2023, doi: https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK.

[5] L. S. Syarifah, "Implementasi Pendidikan Karakter: Sebuah Kajian Ilmiah dari Perspektif Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah," Nizamulilmi J. Manaj. Pendidikan Islam, vol. 4, no. 1–21, pp. 1–21, 2019, [Online]. Available: https://ejournal.staisyamsululum.ac.id/index.php/nizamulilmi/article/view/6

[6] D. Y. Prasetyo, A. Bindas, M. Rasyid Ridha, M. Amin, and S. Thaher DS, "E-Commerce Website Development Training At Azzam Cellphone Shop In Tembilahan To Increase Sales", landmark, vol. 1, no. 2, pp. 65-76, Jun. 2023.

[7] L. S. Syarifah, "Bagaimana Pemasaran Jasa Pendidikan Mempengaruhi Pesantren : Efek pada Aspek Mutu," vol. 9, no. 1, pp. 34–42, 2021, doi: https://doi.org/10.21831/jamp.v9i1.38115.