



**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN  
DI PONDOK PESANTREN TEKNOLOGI MAJAPAHIT MOJOKERTO**

*M. Saifuddin Zuhri (Manajemen Pendidikan Islam, Institut K.H Abdul Chalim Pacet)*

*Email: [zuhrielsay@gmail.com](mailto:zuhrielsay@gmail.com)*

**Abstrak**

Dengan ini peneliti bertujuan untuk mengetahui: 1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto. 2. Bagaimana penerapan pelaksanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto. 3. Bagaimana pengendalian manajemen pemasaran dalam persaingan global di pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Dalam proses perencanaan pemasaran Pendidikan, pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto sangat memperhatikan kualitas lembaga Pendidikan serta fokus pada pelanggan Pendidikan. 2) Dalam proses pelaksanaan pemasaran Pendidikan, pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto membentuk kepanitiaan dan bekerjasama dengan alumni dan tokoh masyarakat. 3) pondok pesantren teknologi mojopahit mojokerto melakukan pengendalian memiliki rencana kontrol tahunan untuk mempermudah pengendalian yang dilakukan. Hasil dari pengendalian ini dapat digunakan untuk acuan perencanaan pemasaran yang akan datang.

***Kata Kunci : manajemen pemasaran pendidikan, dipesantren***

**Abstract**

Hereby, researchers aim to find out: 1. How to plan marketing management in global competition at the Mojopahit Mojokerto Technology Islamic Boarding School. 2. How to implement marketing management in global competition at the Mojopahit Mojokerto Technology Islamic Boarding School. 3. How to control marketing management in global competition at the Mojopahit Mojokerto Technology Islamic Boarding School. In this study it can be concluded as follows: 1) In the process of planning educational marketing, the Islamic boarding school technology mojopahit mojokerto is very concerned about the quality of educational institutions and focuses on education customers. 2) In the process of implementing education marketing, the Mojopahit Mojokerto Islamic boarding school formed a committee and collaborated with alumni and community leaders. 3) The Mojopahit Mojokerto Technology Islamic Boarding School conducts control has an annual control plan to facilitate the control carried out. The results of this control can be used as a reference for future marketing planning.

***Keywords: Educational Marketing Management, In Islamic Boarding School***

## **A. PENDAHULUAN**

Kita tahu era globalisasi saat ini, persaingan Lembaga antar pendidikan pondok pesantren semakin kompetitif dan bersaing. Banyaknya lembaga pondok pesantren saat ini baik modern maupun salafi yang tidak mendapatkan peserta didik baru. Hal ini berakibat terhadap persaingan lembaga pendidikan yang berbasis pesantren, yang mana lembaga berbasis pondok pesantren banyak di minati oleh walisantri peserta didik. Dalam usaha memajukan lembaga Pendidikan terkhusus untuk menarik peserta didik maka suatu lembaga pendidikan harus memiliki ide kreatif manajemen atau strategi salah satunya yaitu lembaga pesantren wajib memiliki manajemen pemasaran. Sehingga dengan demikian lembaga Pendidikan membutuhkan manajemen pemasaran. guna mendapatkan peserta didik baru. Dalam bukunya manajemen pemasaran Menurut Agustina (2011:02), mengatakan Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha yang mana untuk Merencanakan, Mengimplementasikan, yang terdiri dari kegiatan pengorganisasian, Mengarahkan dan Mengkoordinir, serta dapat mengawasi atau dapat mengendalikan suatu kegiatan pemasaran yang mana didalam suatu organisasi agar dapat tercapai organisasi secara efektif dan efisien. Sedangkan Menurut Philip Kotler yang dijelaskan dalam buku Agustina (2011:04), mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang mana didalamnya ada penganalisaan, perencanaan, Pengimplementasian dan pengawasan segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli suatu rangka dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan membuat manajemen pemasaran yang baik diharapkan lembaga pendidikan mendapatkan peserta didik baru. Hal ini dikarenakan peserta didik begitu penting dalam lembaga pendidikan atau lebih dikenal dengan sebutan sdm pendidikan. Karena di lingkungan sekolah, peserta didik merupakan unsur inti kegiatan pendidikan. Karena itu, jika tidak ada peserta didik, tentunya tidak akan ada kegiatan pendidikan. Apalagi dalam lembaga memiliki persaingan yang begitu ketat. seperti sekarang saat ini. Sekolah harus berjuang secara sungguh-sungguh untuk mendapatkan peserta didik. Banyak pendidikan yang punah, bahkan saat ini terdengar kalau tidak memiliki siswa atau santri peserta didik baru, sesuai yang di katakan oleh ketua Yayasan yang di Pesantren teknologi mojopahit yang mana mencari peserta didik jauh lebih sulit dari pada mencari pendidik atau dewan guru baru. Untuk mendapatkan guru baru hanya cukup membuka lowongan saja. Sehari sudah

banyak yang datang. Sedangkan untuk mencari peserta didik, belum tentu hanya melalui mengedarkan brosur dan memasang spanduk peserta didik akan datang dan mendaftar.

Mulyono, (2008:177) mengatakan bahwa dalam kegiatan pendidikan di era persaingan ini, peserta didik merupakan unsur utama yang harus dimenej sedemikian rupa dan dihargai martabatnya tak Jauh berbeda dengan pembeli atau konsumen dalam dunia usaha. Sebenarnya lembaga pendidikan jika memahami atau mempunyai strategi dalam pemasaran, tidak akan kesulitan dalam mendapatkan peserta didik baru. Oleh karena itu, dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan pendidikan sangat diperlukan pemasaran jasa pendidikan untuk menarik peserta didik baru dan meningkatkan mutu sekaligus kualitas pendidikan yang bagus melalui output hasil lembaga pendidikan. Melihat hasil dari penelitian tersebut, membuat peneliti sendiri tertarik untuk meneliti terkait manajemen pemasaran pendidikan di pondok pesantren tekonologi mojopahit mojokerto, yang mana pondok pesantren tekonologi mojopahit mojokerto Didirikan Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam *Indigenous* Indonesia, selama berabad-abad telah memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan dakwah dan pendidikan Islam di Indonesia. Sebagai wadah pembentukan generasi muslim yang tangguh, pesantren berdiri kokoh membentengi aqidah umat, menanamkan akhlakul karimah, membangun karakter dan menjadi media transformasi nilai-nilai luhur serta sains dan teknologi.

Pesantren Teknologi Majapahit merupakan salah satu lembaga pendidikan pesantren pionir dan pusat balai pelatihan berbasis teknologi yang turut mewarnai dunia pendidikan Indonesia. Seluruh potensi dan kemampuan para pendiri dicurahkan untuk merealisasikan ide besar tersebut. Hal ini semakin dipertegas dengan tidak terlibatnya Pesantren Teknologi Majapahit dalam politik praktis, serta tidak berafiliasi kepada organisasi kemasyarakatan apapun, sehingga dapat secara independen menentukan langkah dan memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam bidang pendidikan dan pengajaran.

Pesantren Teknologi Majapahit (PTM) mengintegrasikan pengajaran sains dan teknologi kontemporer dengan pendidikan nilai keislaman berbasis pesantren. Berlokasi di Dusun Kanigoro, Desa Bleberan, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Pesantren Teknologi Majapahit mengembangkan konsep pembelajaran integral berbasis wahyu (*revelation*) dengan nilai-nilai keislaman sebagai cara pandang dunia (*worldview*) bagi sains dan teknologi kontemporer.

Aspek kemanusiaan (*human aspect*) dari teknologi mendasari pemikiran tentang konsep pembelajaran integral di Pesantren Teknologi Majapahit, yang tidak sekedar mengajarkan nilai keislaman dan teknologi kepada santri secara terpisah. Namun lebih dari

itu, konsep ini membudayakan nilai keislaman dan teknologi ke dalam kehidupan keseharian santri. Pengajaran teknologi kepada santri diarahkan kepada pemenuhan nilai-nilai sosial (*social values*), seperti pengembangan sains-teknologi dan aplikasinya bagi keumatan dan kemanusiaan.

Berdasarkan penjelasan di atas hal inilah yang mendorong peneliti sangat tertarik untuk meneliti dengan judul Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto Desa Kanigoro, Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto Jawa Timur 61373. Penelitian ini akan difokuskan mengenai bagaimana pemasaran pendidikan yang ada di pesantren, serta upaya-upaya dalam peningkatannya yang kemudian disusun berdasarkan sistematika berdasarkan analisis data yang ada dan sesuai.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini melalui pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan perilaku informan pada penelitian ini yaitu pemasaran pendidikan, strategi pemasaran berupa pendekatan pada wali santri dan masyarakat Di Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto. Peneliti melakukan penelitian di salah satu unit pendidikan di Yayasan Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto yaitu PPPTM. Adapun subjek penelitian ini berupa informasi dan fakta-fakta tentang manajemen pemasaran, strategi pemasaran dengan pendekatan pada masyarakat dan wali santri, Sumber data penelitian ini berupa manusia, benda dan peristiwa.

Manusia berstatus sebagai informan sekaligus partisipan yang akan menjadi objek langsung penelitian. Benda merupakan bukti fisik yang merekam informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Sedangkan peristiwa merupakan sumber informasi yang menunjukkan kondisi Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto. Sumber data manusia atau narasumber pada penelitian ini diantaranya adalah: Humas pesantren, Kepala Pesantren Ketua Yayasan dan Pengasuh Pondok Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto.

Teknik pengumpulan data informasi yang digunakan peneliti adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada teknik wawancara untuk menentukan informan peneliti menggunakan teknik snowball yang artinya mengalir. Sedangkan pada teknik observasi data yang diamati adalah berupa segala peristiwa atau keadaan, tempat, benda serta rekam data. Sedangkan pada teknik dokumentasi peneliti menghimpun informasi baik data lisan maupun tertulis atau tercetak baik berupa teks atau gambar. Analisis data yang digunakan adalah

model analisis data interaktif Milles dan Huberman yaitu berupa kegiatan yaitu : a) pengumpulan data b.) Reduksi data, c.) Penyajian data, d.) Penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk mempertanggung jawabkan hasil penelitian ini peneliti menggunakan uji keabsahan data berupa Creadibility, Audibility, Dependability dan Uji Konfirmability.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Perencanaan Pemasaran Pendidikan**

#### **a. Perencanaan Pemasaran internal**

Pada perencanaan pemasaran internal meliputi adanya program kerja kesiswaan dengan perencanaan sasaran yang dituju yaitu ustad, karyawan dan para Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto. Dengan menyampaikan ide dan bimbingan kepada para ustad dan para santri agar tumbuh rasa cinta dan memiliki terhadap pesantren sehingga menumbuhkan loyalitas dengan harapan dapat memberikan manfaat lebih pada masyarakat. Termasuk ke dalam perencanaan pemasaran internal yaitu dalam perekrutan ustad melalui tahapan-tahapan yaitu:

- 1). Rekrutmen, calon guru harus memiliki kualifikasi akademik dan keagamaan yang baik serta sudah pernah mutahorijin atau sudah pernah lulus sekolah formal maupun informal. Kemudian mengikuti tes tertulis maupun non tulis,hal ini dimaksudkan agar ustad yang akan mengajar benar-benar kompeten dan punya niat yang penuh untuk menjadi ustad yang baik.
- 2). Staffing, penempatan jabatan ditentukan oleh pengurus lalu meminta perijinan kepada pengasuh.
- 3). Konsorsium atau pelatihan pembelajaran untuk meningkatkan profesionalisme diadakan pelatihan dan pengembangan cara pengajaran yang benar.
- 4). Evaluasi kinerja, dilakukan setiap satu bulan sekali seperti diadakan setiap malam ahad untuk pengecekan kondisi selama satu bulan yang sudah berjalan.
- 5). Restaffing, yakni menganalisis dan penempatan kembali bagi tenaga pendidik setelah dievaluasi

- 6). Pelepasan, hal ini dilakukan bila ada yang mengundurkan diri ataupun dibebaskan tugas karena terus-menerus tidak dapat mengikuti aturan dan ketentuan pesantren.

Dari segi kegiatan wajib, Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto mengutamakan untuk mengikuti pengajian Program pembelajaran santri selama 6 tahun di level menengah (SMP dan SMA) dijalankan dalam berbagai format pembelajaran, antara lain: kelas terbatas, tutorial, praktek laboratorium, seminar, serta lokakarya yang dipandu oleh pengajar yang berkompeten di bidangnya, baik secara teoritis maupun praktikal.

Pesantren Teknologi Majapahit dilengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti asrama, security system 24 jam, WiFi 100 MBps, lemari dan loker pribadi, dapur santri, kamar mandi yang bersih, klinik santri, *cafe* santri, *mini market* santri, *laundry*, fasilitas olahraga (kolam renang, kuda berikutan lapangan berkuda, area memanah, *outbond*, *flying fox*, futsal, dan dojo bela diri), Laboratorium (Bahasa Arab, Bahasa Inggris, Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Jaringan Komputer, Studio Desain dan Multimedia), aula Negarakertagama, masjid, dan serangkaian media pembelajaran yang lengkap. Untuk menunjang pembelajaran, Pesantren Teknologi Majapahit juga menyediakan susu segar setiap hari, makanan sehat dan bergizi.

Dewan guru yang profesional, energik, diuji secara berkala dan kompeten di bidangnya. Dewan guru yang mengajar di Pesantren Teknologi Majapahit merupakan lulusan dari dalam dan luar negeri seperti Jerman, India, Pakistan, Brunei Darussalam, dan Madinah Al Munawwarah.

#### b. Perencanaan Pemasaran Eksternal

Pemasaran eksternal yaitu pemasaran yang untuk memperkenalkan lembaga pesantren kepada masyarakat luas sebagai pelanggan jasa pendidikan. Dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui lebih jauh tentang Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto. Sasaran pemasaran eksternal yaitu masyarakat jatirejo dan sekitarnya serta orang tua atau wali santri dan besert alumni dari pondok Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto sebagai pengguna jasa atau pelanggan jasa dan calon pelanggan jasa pendidikan. Pemasaran eksternal dilakukan dengan menggunakan alat bantu yaitu browser, bener dan juga media social agar cepat

dan luas untuk memperkenalkan lembaga pesantren, seperti melalui facebook, twiter, telegram, whatsapp, juga menggunakan grup whatsapp para alumni dan wali santri untuk memberi pengetahuan agenda yang dilakukan di lembaga pesantren.

Pengasuh sendiri ikut serta memasarkan secara langsung seperti menemui langsung tokoh tokoh masyarakat untuk mengajak putra putrinya atau kerabatnya juga tetangganya untuk ikut serta belajar di Pondok Pesantren Tekonologi Mojopahit Mojokerto.

Puncak, pengasuh juga menawarkan berbagai beasiswa seperti santri kurang mampu, santri berprestasi dan lain lain, pengasuh juga mempromosikan dakwah saat ada undangan di berbagai daerah. Secara umum perencanaan pemasaran sebagai tahap awal berjalannya manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Tekonologi Mojopahit Mojokerto sudah baik karena sudah menerapkan konsep pemasaran berwawasan sosial seperti diungkapkan fajri alaika dalam Sari Kuliah Manajemen Pemasaran.

## **2. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan**

Pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Tekonologi Mojopahit Mojokerto ini tergolong baik sehingga kepuasan pelanggan terjaga, yang akhirnya pelanggan jasa tersebut tetap loyal bahkan dapat mendatangkan pelanggan- pelanggan baru. oleh karena itu promosi dari mulut ke mulut dalam masyarakat luas otomatis berjalan. Pelaksanaan pemasaran di Pondok Pesantren Tekonologi Mojopahit dengan melihat serta memenuhi kebutuhan masyarakat serta berasas pada sosial seperti mengadakan halal bihalal santri dan wali santri, juga mengadakan reuni para alumni dan mengadakan acara rutinan tahunan seperti imtihan haul para masayih yang mana bisa di hadiri santri wali santri, alumni dan masyarakat umum.

Pelaksanaan pemasaran sesuai dengan konsep pemasaran berwawasan sosial menurut fajri alaika, (2013:08) yaitu organisasi menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran, serta menyampaikan kepuasan yang secara lebih efektif dan efisien dibanding dengan competitor dengan cara memelihara dan terus memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Apabila dilihat dari perspektif variabel-variabel bauran pemasaran kondisi PPDarussalam Puncak sesuai dengan teori bauran pemasaran menurut Kotler yang mencakup 7 elemen, secara sekilas dapat digambarkan sebagai berikut:

1). Product (Jasa Pendidikan)

Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto ialah lembaga pesantren yang mana juga ada Pendidikan formal. Yang mana lembaga pesanteren yang berbasis salafiyah, didalamnya ada madrasah diniah, dengan tiga tingkatan, yang pertama, tingkatan Ula yang di jangkau empat tahun, kedua tingkatanWustho yang di jangkau dua tahun, ketiga tingkatan Ulya yang di jangkau dua tahun. Sedangkan pertingkatan itu untuk bisa naik tingkatan harus memenuhi beberapa sarat yaitu, keaktifan dan hafalan juga pemahaman. Dari segi kegiatan wajib, Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto mengutamakan untuk mengikuti pengajian Program pembelajaran santri selama 6 tahun di level menengah (SMP dan SMA) dijalankan dalam berbagai format pembelajaran, antara lain: kelas terbatas, tutorial, praktek laboratorium, seminar, serta lokakarya yang dipandu oleh pengajar yang berkompeten di bidangnya, baik secara teoritis maupun praktikal.

2). Price (Biaya Pendidikan)

Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto memiliki daya tawar yang cukup menarik dalam aspek harga, karena menyediakan beasiswa bagi santri yang kurang mampu dan beasiswa bagi yang santri yang berprestasi. Bagi santri yang latar belakang kurang mampu, pengasuh membebaskan untuk biaya spp dan uang makan setiap harinya, yang mana makannya dua kali sehari.

3). Place (Lokasi Pesantren)

Pondok Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto memiliki lokasi yang cukup bagus karena menyatu langsung dengan alam yang mana tempatnya yang sejuk dan hening, lokasi yang bagus untuk para santri mencari ketenangan untuk menghafalkan apa yang di tempuh pada Pendidikan madrasah diniah. Lokasi yang lumayan jauh dari pusat perkotaan, di Mojokerto Desa kanigoro, bongan, bleberan Kecamatan jatirejo Kabupaten Mojokerto Jawa timur 61373.

4). Promotion (Promosi )

Promosi Pesantren Teknologi Mojopahit dilakukan dengan menyebar brosur, memasang spanduk dan baner, juga menggunakan social media seperti Facebook, Watshapp, Tuwiter, Telegram, Instagram, juga mendatangi langsung tokoh-tokoh masarakat sekitar maupun para alumni yang men jadi sorotan masyarakat supaya bisa menarik tetangga sekitar.

5). People (Sumber Daya Manusia)

Sumber Daya Manusia di sini meliputi Ketua Yayasan, Kepala Pesantre,

Waka Kesiswaan, Ustad dan Karyawan. Untuk menghasilkan kinerja yang maksimal, Pesantren Teknologi Mojopahit merekrut tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dengan kualifikasi tertentu. Ustad harus suda mutahorijin, Ustad yang mendaftar menjadi pengajar akan di tes dan hanya yang lulus tes saja yang bisa mengajar di Pesantren Teknologi Mojopahit. Sekolah juga menyelenggarakan pelatihan dan konsorsium dalam rangka peningkatan dan pengembangan kompetensi ustad.

Pembelajaran di Pesantren Teknologi Mojopahit juga sangat dipantau dengan cara Waka Kurikulum akan mengecek satu persatu proses pembelajaran yang terlaksana. tenaga kependidikan lebih diutamakan dari santri Pesantren Teknologi Mojopahit Mojokerto yang mana pesantren pusat dan dipilih oleh pengasuh langsung yang mana yang pantas dan mempunyai skill dan kemampuan yang baik. karena dianggap telah memahami keadaan sekolah sejak dini. Pada pelaksanaan People ini telah sesuai dengan teori sumber daya manusia yang diungkapkan oleh David Wijaya (2016:54), Pesantren Teknologi Mojopahit juga telah melaksanakan salah satu fungsi manajemen yaitu melakukan pengembangan tenaga pendidik yaitu usaha-usaha untuk peningkatan mutu pendidikan dan efisiensi kerja seluruh tenaga lembaga yang ada. usaha pengembangan ini dilakukan dengan berbagai cara antara lain pendidikan dan pelatihan (in-service training), tugas belajar, formasi atau penempatan jabatan yang lebih tinggi dari semula, pemindahan jabatan, seminar, workshop, konferensi, serta rapat dinas dalam berbagai bentuk.

#### 6). Process (Pelayanan Lembaga Pesantren)

Pelayanan lembaga pesantren di Pesantren Teknologi Mojopahit cukup bagus di bandingkan pesantren yang lain yang setara masih sama-sama pemula. Tenaga pendidik berupaya memaksimalkan hasil belajar melalui pembelajaran yang berkualitas. Para ustad melaksanakan pembelajaran yang maksimal karena sudah memenuhi kualitas yang baik. Evaluasi pembelajaran dilaksanakan secara rutin baik itu evaluasi formatif maupun non formatif. Untuk menunjang keterampilan para santri, diadakan sejumlah kegiatan ekstrakurikuler, seperti Tata Tanaman, Elektronika, Perbengkelan, Pertukanga, Budidaya Ikan, Pertanian, Pencak Silat, Sepak Bola, Bulu Tangkis, Rebbana, Dongeng, Seni Baca Al Quran (qiroat), Pidato, Bilal dan Khutbah. Dalam pelaksanaan Process, Pesantren Teknologi Mojopahit ini berorientasi pada bagaimana menjaga kualitas pelayanan menurut Sudarya, (2007:08), yaitu *people based service* yaitu dilakukan dengan melakukan investasi

dalam proses rekrutmen, seleksi, pemotivasian, pelatihan dan pengembangan karyawan.

7). Physical Evidence (Bangunan pesantren)

Dukungan sarana di Pesantren Teknologi Mojopahit sudah cukup memadai untuk pelaksanaan pembelajaran sehari-hari, dengan ruang kelas yang representatif, media pembelajaran yang cukup, ruang guru cukup memadai dan toilet yang terjaga kebersihan dan pasokan airnya. Akan tetapi Pesantren Teknologi Mojopahit memiliki masjid yang identik dan unik dalam bentuknya yaitu terbuat dari kayu semua, yang mana didesain sama persis dengan yang ada di cafe atau dekat hutan, seperti ukuran dan bentuknya yang ciri khas dan dalamnya, didepannya dengan desain seperti itu yang mana bertujuan untuk menggambarkan keberadaan menarik dayaminat untuk mengunjunginya, Namun untuk bangunan asrama masih seperti bangunan para santri dahulu seperti angkringan, yang mana bertujuan untuk membiasakan dengan kehidupan sederhana.

**B. Pengendalian Pemasaran Pendidikan**

Terdapat tiga jenis control pemasaran yang dapat digunakan oleh lembaga pesantren atau sekolah, seperti yang diungkapkan oleh Muna, (2021:113), kontrol dan evaluasi tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi lembaga pesantren Ketiga jenis tersebut ialah

(1) rencana kontrol tahunan, yang meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan tercapai. Alat utamanya adalah analisis penjualan, analisis mangsa pasar, analisis anggaran pemasaran dan penelusuran sikap pasar;

(2) kontrol profitabilitas, terdiri dari determinasi profitabilitas yang aktual dari pemasaran yang telah dilakukan misalnya kesesuaian layanan-layanan yang telah ada dengan kebutuhan yang ada di masyarakat, segmen pasar, saluran promosi, dan sebagainya. Dengan melaksanakan kontrol ini akan dapat diidentifikasi titik titik kelemahan dalam pelaksanaan pemasaran;

(3) audit pemasaran, yang bertujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diramalkan. Dalam konteks itulah, berdasarkan deskripsi data sebelumnya, bahwa Pesantren Teknologi Mojopahit memiliki rencana kontrol tahunan.

Hal ini dibuktikan dengan kegiatan monitoring pemasaran yang dilakukan oleh Pesantren Teknologi Mojopahit untuk mengetahui tingkat keberhasilan pemasaran.

Rencana kontrol tahunan juga Pesantren Teknologi Mojopahit untuk melaksanakan pengontrolan karena pengontrolan akan terjadwal dengan baik. Dalam melakukan pengontrolan Pesantren Teknologi Mojopahit juga terdapat SOP yang harus dipatuhi. Selain itu, dalam melaksanakan monitoring Pesantren Teknologi Mojopahit melibatkan karyawan lembaga pesantren untuk memaksimalkan proses pengontrolan pemasaran lembaga. Dengan melibatkan karyawan lembaga pesantren Pesantren Teknologi Mojopahit melakukan kontrol terhadap perencanaan dan pelaksanaan untuk mengetahui kesesuaian-kesesuaian pelayanan pemasaran yang dilakukan.

Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan calon peserta didik terhadap lembaga. Begitu pula dengan audit pemasaran yang dilakukan Pesantren Teknologi Mojopahit, yang bertujuan untuk menganalisis keberhasilan dari strategi maupun sistem pemasaran yang dilakukan oleh lembaga. Hasil dari pengendalian yang dilakukan oleh Pesantren Teknologi Mojopahit digunakan sebagai acuan untuk proses perencanaan berikutnya untuk digunakan sebagai perbaikan sistem secara berkesinambungan.

Hal ini membuktikan bahwa Pesantren Teknologi Mojopahit menerapkan strategi pemasaran, yang bertujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan yang ada. Uraian di atas dapat dirangkum dan disimpulkan bahwa proses pengendalian diawali dengan memiliki rencana kontrol tahunan, kemudian dipadukan dengan melakukan kontrol terhadap kesesuaian-kesesuaian pelayanan pemasaran serta melakukan audit pemasaran. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan dengan menerapkan unsur-unsur strategi pemasaran yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan pemasaran pendidikan.

## **KESIMPULAN**

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi pemasaran Pendidikan Pesantren Teknologi Mojopahit ialah sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran Pendidikan di Pesantren Teknologi Mojopahit

Pesantren Teknologi Mojopahit melakukan perencanaan pemasaran Pendidikannya telah memenuhi ketentuan dan ditetapkannya melalui rapat Bersama pengasuh, ketua Yayasan, kepala pesantren dan pengurus lainnya.

2. Pelaksanaan pemasaran Pendidikan di Pesantren Teknologi Mojopahit

Pesantren Teknologi Mojopahit melakukan pelaksanaan pemasaran Pendidikan juga telah sesuai dengan teori Bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Bukhori Alma

yaitu dalam konsep pemasaran menggunakan tujuh komponen yaitu: produk, harga, tempat, promosi, sumberdaya manusia, bukti fisik dan proses. Sehingga minat masyarakat semakin meningkat setiap tahunnya.

3. Pengendalian pemasaran Pendidikan di Pesantren Teknologi Mojopahit

Pesantren Teknologi Mojopahit melaksanakan pengendalian pemasaran Pendidikan, hal ini dilakukan pada proses perencanaan maupun pelaksanaan pemasaran pendidikan untuk meminimalisir kegagalan. Dalam pengendalian tersebut, Pesantren Teknologi Mojopahit memiliki rencana kontrol tahunan untuk mempermudah dalam memonitoring pelaksanaan pemasaran lembaga. Pesantren Teknologi Mojopahit juga melakukan pengontrolan terhadap kesesuaian pelayanan yang mereka berikan dalam melaksanakan pemasaran tersebut. Pesantren Teknologi Mojopahit juga melakukan evaluasi pemasaran untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto, 2013, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Muna. 2021. *Impelementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Total Quality Managemen*. Ponorogo.
- Pandji Anoraga. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- David, 2016, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jamal, 2005, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press.
- Kotler, Philip, 2015, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indek Kelompok Gramedia.
- Mubaridah. 2016. *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Pada Lembaga PAUD Di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)*. Diterbitkan Di Semarang, *Universitas Semarang*.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.
- Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar
- Ritongga Dkk. 2018. *Majamene Pemasaran Konsep Dan Strategi*. Medan. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijoyo Dkk. 2020. *Menejemen Pemasara di era globalisasi*. Banyumas: Cv pena persada.
- Sudarya Yahya, 2007, *Service Quality Satifaction Dalam Pelayanan Pendidikan*. Kajian Hal 213 *Al-Muttaqin Jurnal Studi, Sosial,dan Ekonomi Vol. 4 No.2 Juni 2023*

*M. Saifuddin Zuhri*

Teoritis Dalam Jurnal Pendidikan Dasar.

Uhsinatul. 2020Negeri. *Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Total Quality Management (TQM) Di SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo*. Skripsi. Diterbitkan Di Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.