

**STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN DARUL ARIFIN JAMBI DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT**

Putri Rima Sakina¹, Muslihun²

Universitas Pesantren KH.. Abdul Chalim Mojokerto

Email: rimasakina361@gmail.com

Abstrak

Strategi pemasaran sangat penting diterapkan di lembaga pendidikan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan berupaya memperhatikan elemen-elemen penting seperti Product, Process, Place, People, Pyhsical Evidence, Price, dan Promotion. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terdiri dari tujuh P : Product, Process, Place, Pyhsical Evidence, People, Price dan Promotion. Product Pondok Pyhsical Evidence Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki sarana prasarana yang memadai dan memperoleh prestasi-prestasi yang unggul. People Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi didapatkan dari hasil reqrutment dan dalam mewujudkan People yang berkualitas Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mengadakan pelatihan-pelatihan. Price Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yakni 10.860.000 untuk putra 10.960.000 untuk putri, adanya beasiswa untuk anak yatim, anak kurang mampu dan anak berprestasi. Promotion Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yaitu menyelenggarakan kajian ahad, pengabdian masyarakat, mengisi kegiatan-kegiatan keagamaan dilingkungan masyarakat, kerjasama antar instasi pendidikan dan pemerintahan, mengikutsertakan santri dalam ajang perlombaan, dan memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi. (2) Dampak yang didapatkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ialah meningkatnya jumlah santri, meningkatnya kepercayaan masyarakat dan loyalitas masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Pondok Pesantre, Kepercayaan Masyarakat.

Abstract

Marketing strategies are very important to implement in educational institutions to increase public trust by trying to pay attention to important elements such as Product, Process, Place, People, Physical Evidence, Price, and Promotion. This research uses qualitative research with a case study approach. The object of this research was carried out at the Darul Arifin Islamic Boarding School in Jambi. The research results show that (1) Darul Arifin Islamic Boarding School's marketing strategy in increasing public trust consists of seven Ps: Product, Process, Place, Physical Evidence, People, Price and Promotion. Product Pyhsical Evidence Islamic Boarding School Darul Arifin Jambi Islamic Boarding School has adequate infrastructure and has achieved superior achievements. The People of the Darul Arifin Jambi Islamic Boarding School are obtained from the results of recruitment and in creating quality People, the Darul Arifin Jambi Islamic Boarding School holds training. The price for the Darul Arifin Jambi Is-

lamic Boarding School is 10,860,000 for boys, 10,960,000 for girls, there are scholarships for orphans, underprivileged children and high achieving children. Promotion for the Darul Arifin Jambi Islamic Boarding School, namely holding Sunday studies, community service, carrying out religious activities in the community, collaborating between educational and government institutions, involving students in competitions, and using social media to share information. (2) The impact obtained by the Darul Arifin Jambi Islamic Boarding School is an increase in the number of students, increased public trust and community loyalty.

Keywords : Strategy, Marketing, Islamic Boarding Schools, Public Trust.

PENDAHULUAN

Fenomena-fenomena dalam dunia pendidikan hadir beriringan dengan bertambahnya jumlah sekolah tiap tahunnya. Mulai dari sekolah-sekolah unggulan dengan kurikulum bertaraf internasional, hingga sekolah negeri maupun swasta yang menawarkan fasilitas lengkap dengan biaya yang terjangkau semakin menambah maraknya persaingan antar lembaga pendidikan. Bentuk dan pendekatan pendidikan semakin berkembang dan kompleks. Ditambah dengan perubahan zaman yang sangat pesat memberi kebebasan untuk mengakses bahkan menyampaikan informasi dengan cepat. Oleh karena itu, pemasar jasa pendidikan harus membangun serta memelihara hubungan dengan media yang berpotensi menyoroti sisi positif dan negatif sekolah.¹

Pondok pesantren sangat membutuhkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Strategi pemasaran dibutuhkan pondok pesantren untuk membangun citra yang positif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Apabila pondok pesantren memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Pemasaran dapat ditempuh dengan berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan pondok pesantren agar semakin dibutuhkan serta diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat diperlukan strategi pemasaran yang bukan hanya menjual jasa pendidikan secara apa adanya, melainkan bagaimana menjamin keinginan dan kepuasan pelanggan.²

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yang didirikan oleh Dr. KH. Zainul Arifin, M.Ed., MA. Merupakan salah satu pondok pesantren yang menjadi rujukan orangtua atau masyarakat

¹ Arizqi Ihsan Pratama Fera Indriani, Farah Diba, Dudun Ubaedullah, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Isema* 6, no. 2 (2021): 133–135.

² Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Jurnal Madaniyah* 7, no. 2 (2017): 262.

dalam mencari lembaga pendidikan untuk putra-putri mereka. Pondok pesantren ini mulanya hanya dalam bentuk pengajian dari masjid ke masjid dengan jama'ah yang hanya terdiri dari dua orang. Seiring perjalanannya, jumlah jama'ah terus bertambah begitupun antusias masyarakat semakin tinggi, hingga pada tanggal 15 Februari 2019 pesantren tersebut resmi didirikan dengan jumlah santri empat orang. Semakin bertambahnya jumlah masyarakat yang ingin mengaji, menyebabkan asrama tidak mampu untuk menampung seluruh santri, sehingga perlu dilakukan pengembangan. Oleh karena itu, dilakukan pembangunan gedung baru di Kelurahan Pijoan, Kecamatan Jaluko, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Menjelang Ramadhan 1442 H, tepatnya tanggal 11 April 2021 / 28 Sya'ban 1442 H, kegiatan pembelajaran telah dilaksanakan di lokasi yang baru.³

Penulis menemukan bahwa Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi merupakan salah satu lembaga pendidikan islam yang belum lama berdiri tetapi telah berkembang pesat dan cepat, baik dari segi jumlah santri, sarana prasana, hingga jenjang pendidikan yang terakreditasi A. Perkembangan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga mendapat apresiasi dari Bupati serta Gubernur Jambi saat menghadiri wisuda akbar di pondok tersebut. Faktor menarik lain dari pondok pesantren ini adalah biaya pendidikan yang ditawarkan relatif mahal, tetapi minat dan ketertarikan konsumen atau masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya tetap tinggi.

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi telah menerapkan beberapa strategi pemasaran dalam mengenalkan kualitas pondok pesantren tersebut. Dimulai dengan memasang baliho didepan pondok, membuat kalender pondok pesantren, menyebarkan brosur, menyediakan website, serta akun sosial media seperti akun Instragam, Facebook dan Youtube, mengadakan program unggulan (program Al-Qur'an dan program Kitab), hingga menyelenggarakan kajian Ahad yang terbuka untuk umum.

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam menunjang kelancaran serta keberlangsungan perjalanan pondok pesantren. Kiai sebagai figur utama dalam pesantren tersebut memiliki peran vital, sepatutnya memiliki strategi pemasaran yang memadai dan mumpuni dalam mengembangkan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat pada pondok pesantren. Oleh sebab itu, adapun judul yang diambil oleh penulis adalah "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat" dan bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam

³ Profil Pondok Pesantren Darul-Arifin Jambi, "<https://Darularifinjambi.Ponpes.Id/>" (n.d.). diakses pada tanggal 19 desember 2023 pukul 13.00

meningkatkan kepercayaan masyarakat. Untuk menganalisis dampak strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

- **Strategi Pemasaran Pendidikan**

Menurut Philip Kotler Strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, yang mana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Menurut Kurtz, strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.⁴

Strategi pemasaran adalah proses upaya untuk meyakinkan dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan atau masyarakat. Beberapa strategi tersebut di antaranya pemasar dapat menyediakan bauran pemasaran strategis yang dapat memikat calon konsumen yaitu penyediaan produk yang berkualitas, penawaran harga yang kompetitif, keberadaan lokasi yang strategis, promosi yang menarik, adanya sumber daya manusia yang kompeten, adanya proses usaha yang produktif, dan memiliki bukti fisik dari usaha.⁵

Strategi pemasaran pendidikan di ambil dari strategi pemasaran dunia bisnis. Pengertian pemasaran berfokus pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen didasarkan pada logika yang tepat, yaitu memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dan melakukan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Keberhasilan pemasaran dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen. Apabila konsumen tidak puas berarti strategi pemasarannya gagal. Sebaliknya jika kepuasan konsumen tinggi, maka tingkat keberhasilan pemasarannya juga tinggi.⁶ Strategi pemasaran pendidikan merupakan sebuah rencana yang mendasar untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran pendidikan lebih memfokuskan pada hubungan sekolah dengan masyarakat.

- **Bauran Pemasaran Pendidikan**

Strategi bauran pemasaran merupakan bagian dari strategi pemasaran, berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan organisasi, untuk mencapai tujuan organisasi dalam bidang pemasaran. Bauran pemasaran

⁴Marissa Grace, Ahmad Syarieff, Heri Erlangga, Nurjaya, *Strategi Pemasaran*. 10.

⁵Bagus Manunggal Sugeng Lubar Prastowo, "Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 2 (2022): 47.

⁶Evi Zulfiah, Nita Novia Nugraha Putri, and Muinah Fadhilah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu," *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 8, no. 3 (2023): 416.

merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur program pemasaran agar implementasi strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran dalam konteks pendidikan adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.⁷ Bauran pemasaran adalah suatu alat kontrol institusi pendidikan untuk mendapatkan apresiasi target yang di inginkan.⁸

Philip Kotler menjelaskan bahwa bauran pemasaran (Marketing Mix) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek.⁹ Bauran Pemasaran pendidikan terdiri dari Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, Process, sangat tepat sebagai alat ukur bagi individu, organisasi atau institusi pemasar untuk melakukan aktivitas pemasaran agar tujuan yang telah ditetapkan atau yang akan dikembangkan oleh pemasar dapat berjalan secara efektif, dan efisien sesuai rencana.

- **Tujuan dan Fungsi Pemasaran Pendidikan**

Untuk menentukan tujuan maupun fungsi dari pemasaran Pendidikan, tentunya tidak akan dapat terlepas dari pengertian yang telah disampaikan di atas. Adapun beberapa tujuan dari pemasaran pendidikan adalah: **(a)** Memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan. **(b)** Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan. **(c)** Membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain. **(d)** Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan. **(e)** Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.¹⁰

Jadi, yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang disesuaikan dengan target, baik itu yang berkaitan dengan kualitas maupun kuantitas dari calon pelanggan (peserta didik) Sedangkan fungsi dari pemasaran pendidikan adalah sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya

⁷Afidatun Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden," *Jurnal el-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 166.

⁸Nik Haryanti Imam Junaris, *Manajemen Pemasaran Pendidikan* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022): 205.

⁹Naning Sri Rahayu and Evi Muafiah, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMAN 1 Pulung," *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management* 2, no. 01 (2022): 211.

¹⁰Mohammad Nurul Huda, "Manajemen Pemasaran Sekolah," *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* VIII, no. 1 (2020): 27–28.

persaingan dalam memperoleh pelanggan (costumer). Sehingga, pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global.

- **Kepercayaan Masyarakat Pada Pondok Pesantren**

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.¹¹

Masyarakat Secara umum adalah sekumpulan individu-individu atau orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan Society artinya interaksi sosial. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat.¹² Menurut pakar sosiologi Selo Soemardjan mengartikan masyarakat sebagai orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan. masyarakat merupakan sebuah sistem sosial di mana bagian-bagian yang ada didalamnya saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dan menjadikan bagian-bagian tersebut menjadi suatu kesatuan yang terpadu. Manusia akan bertemu dengan manusia lainnya dalam sebuah masyarakat dengan peran yang berbeda-beda.¹³

Kepercayaan masyarakat pada pondok pesantren tidak akan muncul sebelum pondok pesantren mengenalkan jati dirinya. Jika pondok pesantren tersebut memperkenalkan suatu prestasi, keunggulan, serta kurikulum yang meyakinkan, maka rasa percaya itu akan muncul pada diri seseorang dan akan menimbulkan sebuah pencitraan yang sangat berharga bagi pondok pesantren. Kepercayaan akan timbul dalam diri masyarakat apabila mereka membuktikan bahwa pondok pesantren tersebut memiliki prestasi-prestasi akademik yang gemilang, cerdas dalam berfikir, memiliki jiwa sosial yang tinggi, unggul dalam membentuk jiwa manusia yang beriman dan bertaqwa.¹⁴

¹¹Aspizain Caniago, "Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Lentera Bisnis* 11, no. 3 (2022): 221.

¹²Irwansyah Donny Prasetyo, "Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2020): 164, <https://dinastirev.org/JMPIS>.

¹³Bambang Tejokusumo, "Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial," *Geodukasi* III, no. 1 (2014): 38–39.

¹⁴Nurul Yaqien, "Membangun Kepercayaan Masyarakat Pada Madrasah Melalui Pameran Pendidikan," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar* II, no. 2 (2010): 192–193.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini dikumpulkan melalui penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami.¹⁵ Penelitian kualitatif umum dan pada dasarnya dipergunakan dalam dunia ilmu-ilmu sosial dan humaniora, sangat berkaitan dengan tingkah laku manusia dan pola pikir manusia yang biasanya sulit untuk diukur dengan angka-angka akan tetapi diukur dengan data-datanya yang berupa kata-kata, berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen, dan lain-lain. Dalam penelitian kualitatif peneliti adalah instrumen kunci. Bogdan dan Biklen menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati dalam konteks tertentu.¹⁶ Lokasi penelitian yang akan dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul-Arifin Jambi, berada di Jl. Nes, Ds. Leban Karas, Kelurahan Pijoan, Kecamatan Jaluko, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Beberapa metode yang digunakan dalam melakukan penelitian adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan oleh penulis ialah analisis data model Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing/verification. Reduksi data dapat diartikan sebagai pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah atau kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya

HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini akan dipaparkan sebagaimana temuan peneliti yang berkaitan dengan “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat”. Temuan data peneliti dapat diuraikan sebagai berikut :

¹⁵Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makasar: CV. Syakir Media Press, 2021).

¹⁶Amir Hamzah, *Metode Penelitian Studi Kasus* (Kepanjen, Malang: Literasi Nusantara, 2020). 44.

- **Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat**

Data yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan data obyektif yang dihasilkan dari berbagai wawancara, observasi dan dokumentasi. Semua data tersebut diperoleh langsung dari Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dan sudah terkonfirmasi.

Pada proses pengumpulan data, peneliti menemukan data terkait dengan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, adapun yang ditemukan oleh peneliti selama proses penelitian yang berlangsung di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, bahwasanya Strategi Pemasaran yang digunakan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dengan memperhatikan tujuh point bauran pemasaran (Product, Process, Place, Physical Evidence, Price, People, dan Promotion) untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Product yang dimiliki Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ialah jenjang pendidikan MTS yang telah terakreditasi A dan jenjang pendidikan MA yang telah terakreditasi B. Kemudian Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki lulusan yang telah berhasil lanjut studi di perguruan tinggi dalam negeri maupun luar negeri. Para alumni tersebut berhasil melanjutkan studinya di perguruan tinggi melalui jalur SNBT SNPMB, UM-PTKAIN, SNBP dan Quick Study.

Dalam proses belajar mengajar yang ditetapkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dengan dilaksanakannya perpaduan antara tiga program atau kurikulum, yakni program Al-Qur'an, kitab, dan bahasa. Adapun kebijakan dari Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi terkait program Al-Qur'an. Bahwasanya para santri yang lulus dari Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi targetkan hafal lima juz di tiga tahun terakhir. Apabila para santri tersebut berada di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi selama enam tahun dari MTS-MA maka para santri tersebut ditargetkan hafal Al-Qur'an sebanyak 10 Juz. Selanjutnya program bahasa, seluruh santri Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam kesehariannya berkomunikasi sesama teman diwajibkan menggunakan bahasa arab dan bahasa inggris, yang dijadwalkan masing-masing bahasa dibagi menjadi dua minggu dalam sebulan.

Process di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam mempersiapkan mutu lulusannya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat maka Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mendidik, mengajarkan serta membimbing para santrinya semaksimal mungkin melalui Al-Qur'an, kitab dan bahasa, untuk mencapai hal tersebut maka dibutuhkan kerja sama yang baik antara gurunya.

Kemudian dalam memperkuat mutu pendidikan dan mutu lulusan, dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, maka Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi menyediakan berbagai macam kegiatan Ekstrakurikuler untuk mengembangkan minat dan bakat para santri. Seperti muhadharah, pramuka, beladiri, tilawah, hadrah, TIK/ komputer, olahraga, jurnalistik, membatik, bercocok tanam, melukis dan menari.¹⁷ Process pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi tersebut dilaksanakan dalam kegiatan sehari-hari. Yakni dimulai dengan sholat tahajud berjama'ah, sholat shubuh berjama'ah, dzikir istighosah, pemberian kosa kata (arab dan inggris), makan pagi, belajar tahfidz dan tahsin, sholat dhuha, kegiatan belajar dikelas, sholat asar berjama'ah, olahraga dan mandi sore, pembacaan rotibul hadad, sholat magrib berjama'ah, makan malam, sholat isya' berjama'ah, kegiatan belajar dikelas, kegiatan bersama wali asrama kemudian istirahat atau tidur malam.

Place pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi merupakan lokasi dan tempat yang sangat strategis. Beberapa faktor yang menyebabkan lokasi pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dapat dikatakan strategis karena kemudahan mencapai lokasi, aman dan nyaman sebab jauh dari keramaian jalan raya, dekat dengan pusat perkotaan, serta memiliki lahan yang sangat luas, sehingga tersedianya lahan untuk perluasan bangunan pondok pesantren. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki lokasi yang strategis sehingga menimbulkan tingkat kepercayaan masyarakat untuk memondokkan serta menyekolahkan putra-putrinya di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Wali santri bahkan para santrinya pun merasakan kenyamanannya ketika berada di Pondok Pesantren Darul Arifin.

Physical Evidence bukti fisik di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, yaitu : Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi adalah Lembaga pendidikan islam yang berupaya menyediakan sarana prasarana lengkap. Adapun sarana prasarana di Pondok Pesantren Darul Arifin jambi yakni : asrama santri, aula serba guna, gazebo disetiap taman, dapur umum, water treatment untuk air bersih dan air minum yang dapat langsung dikonsumsi, dispenser dan kipas angin disetiap kamar, dua genset berkapasitas 100 KVA dan 200 KVA, asrama guru, rumah guru yang berkeluarga, kantor ADM, pendopo, joglo, lab komputer, lab IPA, ruang rapat, ruang podcast, ruang UKS, ruang kelas, laundry, masjid, dan sarana prasarana lain.

People (SDM/Tenaga Pendidik) Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sejauh ini memiliki tenaga kependidikan berjumlah 87, sebagian diantaranya tenaga pendidik Pondok Pesantren

¹⁷Brosur Ponpes Darul Arifin Jambi.

Darul Arifin Jambi didapatkan dari hasil rekrutment dan sebagiannya lagi didapatkan dari yang awal mulanya mendaftar menjadi mahasantri sampai diangkatnya menjadi tenaga pendidik di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, hal itu dikarenakan jumlah santri yang terus meningkat di setiap tahunnya. Tenaga pendidik Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga ada yang berasal dari alumni-alumni pondok pesantren di Jawa, terkait hal itu dikarenakan hasil kerja sama antara Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dengan pondok pesantren lainnya.

Adapun strategi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan, mewujudkan serta mendapatkan tenaga pendidik yang berkualitas, berkompeten dan profesional maka Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki berbagai macam rancangan, diantaranya yaitu dengan sistem rekrutment tenaga pendidik dengan kualifikasi sebagai berikut : diutamakan sarjana, pernah mondok, bersedia tinggal dipondok, mampu membaca Al-Qur'an dengan baik, mampu mengajar kitab dasar (safinatunnajah, aqidatul awwam, dll..) dan mampu bekerja mandiri maupun dalam tim.¹⁸ Kemudian Pondok Pesantren Darul Arifin juga rutin mengadakan pelatihan-pelatihan untuk tenaga pendidiknya, sehingga harapan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dapat meningkatkan kompetensi tenaga pendidiknya agar mampu bekerja sama dengan lebih baik lagi untuk membimbing, mendidik serta mengajarkan para santrinya.

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam mendapatkan serta meningkatkan kualitas tenaga pendidiknya tidak hanya melalui Rekrutment tenaga pendidik sesuai kualifikasi saja, akan tetapi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga kerap mengadakan pelatihan-pelatihan dengan narasumber yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Tenaga pendidik Pondok Pesantren Darul Arifin juga berhasil mendapatkan program beasiswa untuk pelatihan di Ummul Quro' Makkah selama satu bulan hal tersebut hasil dari dukungan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Tidak hanya itu Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kemampuan tenaga pendidiknya maka Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi aktif mengikutsertakan tenaga pendidiknya untuk mengikuti kegiatan pertukaran guru di thailand, singapura dan malaysia. Bahkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga membiayai Tenaga Pendidiknya yang berminat untuk menempuh pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Strategi-strategi inilah yang dapat meningkatkan kompetensi tenaga pendidik di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sehingga menimbulkan antusias yang tinggi dari

¹⁸Hasil Dokumentasi, <https://www.instagram.com/p/Cxmlm7-Bcz6/?igsh=Mwlyb2xrddayohb3za==>, Diakses Pada Hari Jum'at 8 Maret, Pukul 06.10 WIB.

masyarakat atau wali santri untuk menyekolahkan sekaligus memondokkan putra-putrinya di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

Price (Biaya Pendidikan) Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sebagai lembaga pendidikan islam yang terakreditasi A, memiliki segudang prestasi, fasilitas yang memadai, tenaga pendidik yang profesional serta kompetensi alumni yang tidak diragukan, sehingga Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki mutu pendidikan yang baik dan berkualitas, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki strategi terhadap biaya pendidikan yang akan ditawarkan kepada masyarakat ataupun wali santri. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki beberapa strategi sebelum menentukan biaya pendidikan yang ditawarkan, adapun strategi tersebut dengan memperhatikan inflasi yang terjadi, memperhatikan kondisi perekonomian yang terjadi, dan memperhatikan kebutuhan operasional, terkait biaya pendidikan Pondok Pesantren Darul Arifin juga memberikan beasiswa untuk santri yang berprestasi, kemudian beasiswa untuk anak-anak yatim dan anak-anak yang kurang mampu dengan persenan yang dibeda-bedakan.

Promotion terkait produk, proses, lokasi, sarana prasarana, prestasi, tenaga pendidik serta biaya pendidikan, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi telah menerapkan strategi-strategi yang cukup baik untuk meningkatkan mutu pesantrennya. Hal ini tentunya bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi di usia yang masih lima tahun ini, telah mendapatkan kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi, baik segi kuantitasnya maupun kualitasnya sama-sama memiliki perkembangan yang pesat dan cepat. Sehingga dalam hal ini tentunya Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki strategi khusus pula dalam bidang pemasarannya yang bertujuan untuk memperkenalkan peforma pesantrennya.

Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki banyak strategi untuk melakukan pemasaran yang bertujuan agar masyarakat luas dapat mengenal lebih dalam terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yang baru berdiri ini. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam strategi pemasarannya melakukan beberapa kegiatan yang sekaligus mengasah kemampuan para santri dan para tenaga pendidiknya, diantara strategi tersebut yang pertama Pondok Pesantren Darul Arifin mengadakan pengajian umum yang dilaksanakan setiap ahad pukul 07.30, narasumbernya langsung di isi oleh pimpinan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi,¹⁹ dengan

¹⁹Hasil Dokumentasi, Diperoleh Dari Instragram Ponpes Darul Arifin Jambi, Diakses Pada Hari Minggu 10 Maret 2024, Pukul 13.52 WIB.

adanya pengajian umum ini tentunya masyarakat akan lebih mengenal dan mengetahui bagaimana kondisi dan kehidupan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

Strategi yang kedua adalah mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi santri semester akhir, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi akan menempatkan para santri nya ditengah-tengah masyarakat, ada yang di masjid, di pondok-pondok lain, dan ada yang di lingkungan masyarakat langsung, pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua minggu atau sampai satu bulan. Sehingga dengan adanya pengabdian masyarakat ini, para masyarakat tentunya akan langsung merasakan bagaimana mutu lulusan dari Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Tidak hanya para santrinya saja, akan tetapi Pondok Pesantren Darul Arifin juga aktif mensupport para tenaga pendidiknya untuk mengisi tausiyah, menjadi kotib dan imam dilingkungan masyarakat.

Hal ini tentunya bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sekaligus mengasah kemampuan para santri dan tenaga pendidiknya. Bahkan pimpinan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga ikut andil mengisi kegiatan-kegiatan besar seperti isra' mi'raj, maulid nabi, khaul, tabligh akbar dan kegiatan keagamaan lainnya, beliau akan mengisi di mushola, masjid, kampus, dan pondok pesantren lain. Dengan hal ini performance seorang pemimpin Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi akan terlihat oleh masyarakat luas dan akan menimbulkan tingkat kepercayaan masyarakat. Strategi pemasaran lain yang diterapkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ialah dengan mengikutkan para santrinya dalam ajang perlombaan tingkat daerah, kabupaten bahkan provinsi. Apabila para santrinya mendapatkan juara pada perlombaan tersebut maka tentunya menambah nilai baik kepada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, sejauh ini pula para santri Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi selalu mendapatkan juara, sehingga dapat dikatakan strategi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sesuai dengan yang diharapkan.

Di zaman teknologi sekarang ini Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi tentunya tidak melewati untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dan Website sebagai strategi pemasarannya untuk berbagi informasi terkait Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Dan strategi yang terakhir adalah dengan menjalin kerjasama antar instansi pendidikan maupun pemerintahan. Strategi-strategi pemasaran inilah yang diharapkan dapat meningkatkan serta mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

- **Dampak Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat**

Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui berbagai tahap atau komponen, yang pertama product, process, place, physical evidence, people, price serta promotion. Hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan mutu pendidikan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sehingga dapat meningkatkan serta mempertahankan Kepercayaan masyarakat.

Dalam strategi-strategi yang diterapkan tentunya terdapat dampak yang dirasakan. Dampak dari diterapkannya strategi pemasaran tersebut diungkapkan oleh Ustadz Mulyadi M.S.I saat wawancara yang mengatakan :

“Dampak yang kita dapatkan dari strategi yang kita jalankan sekarang pertama tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin tinggi, karena minat untuk mendaftarkan anak disini juga semakin banyak, kemudian tingkat kepercayaan masyarakat diluar sebagai pengguna alumni kita itu juga kita rasakan cukup baik karena permintaan-permintaan kehadiran santri kita ditengah masyarakat juga cukup besar, dan hal lainnya tentunya interaksi ke masyarakat juga cukup baik itu bisa ditangkap dari respon yang kita dapatkan tiap kali kita mengirim informasi ke publik melalui media sosial komentar yang kita dapatkan selalu positif, dan mereka juga semakin yakin, karena sebelumnya banyak yang mempertanyakan ini nanti ijazahnya dapat gak, bisa gak nanti dipakai kuliah, sekolah nya terakreditasi atau tidak, jadi meragukan legalitas. Dan komunitas wali santri yang cukup solid, mereka berinisiatif sendiri secara rutin mensupport santri setiap senin atau kamis untuk mengirimkan makanan kepada santri dan guru gurunya”.²⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak yang didapatkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi setelah menerapkan strategi pemasaran tersebut adalah meningkatnya jumlah santri, meningkatnya kepercayaan masyarakat, respon positif publik di media sosial, dan solidnya wali santri. Solidnya wali santri ini dapat dilihat dari segi loyalitas wali santri terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Para wali santri memiliki grup khusus yang dinamakan “grup berbagi”, grup ini digunakan untuk koordinasi sesama wali santri guna mengumpulkan iuran seikhlasnya, kemudian iuran ini akan dimanfaatkan untuk mengirim makanan dan minuman kepada para santri dan tenaga pendidik

²⁰Hasil Wawancara, Ustadz Mulyadi, M.S.I Selaku Bidang SDM Ponpes Darul Arifin Jambi, Pada Hari Sabtu 2 Maret 2024, Pukul 11.15 WIB.

di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi setiap satu bulan sekali, tepatnya di hari senin atau kamis, hal ini ditujukan untuk berbuka puasa nya para santri dan tenaga pendidik Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

Hal ini berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Suparti selaku salah satu Wali Santri di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yang mengatakan :

“Saya bersama wali santri se DAJ punya grup khusus yang diberi nama grup berbagi. Disana kami rutin menjadwalkan menu yang sering dikirimkan ke DAJ untuk para santri ketika momen buka puasa senin atau kamis. Paling tidak satu bulan sekali. Di grup tersebut juga ada penggalangan dana untuk musibah-musibah yang dialami keluarga se DAJ. Misal ada yang meninggal, sakit yang lumayan serius, atau ketika ada keluhan-keluhan dari wali santri se DAJ, ada perwakilan dari grup tersebut yang langsung berkomunikasi dengan pihak pondok”.²¹

Sebagaimana hasil wawancara tersebut loyalitas wali santri ini tidak hanya untuk para santri dan tenaga pendidik nya saja, akan tetapi untuk seluruh keluarga Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dengan diadakannya penggalangan dana jika ada yang mengalami musibah, seperti meninggal dunia, sakit yang serius dan keluhan-keluhan lainnya. Dari dampak-dampak yang didapatkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terbukti efektif dan efisien.

PEMBAHASAN

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi adalah lembaga pendidikan islam yang berdiri pada tahun 2019. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sebagai lembaga pendidikan islam terbilang cukup menarik dan unik dibanding dengan lembaga pendidikan islam lainnya, hal ini dikarenakan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mendapatkan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi, sehingga dalam kelancaran dan keberlangsungan perjalanan pondok pesantren yang masi diusia kelima tahun pada tahun 2024 ini mengalami perkembangan yang cukup cepat dan pesat.

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat menggunakan konsep bisnis didalamnya, yaitu strategi pemasaran. Strategi pemasaran ialah berbagai upaya yang dilakukan oleh penyelenggara pendidikan untuk membangun citra yang

²¹Hasil Wawancara, Ibu Suparti Selaku Wali Santri kelas 2 MTS, pada hari Minggu 18 Februari 2024, pukul 19.57 WIB.

positif bagi lembaga pendidikan di mata masyarakat. Untuk menggali keunikan serta keunggulan agar semakin diminati dan dibutuhkan oleh pengguna jasa pendidikan, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi menerapkan strategi bauran pemasaran yang memiliki tujuh P, diantaranya yaitu : product, process, people, physical evidence, price, place dan promotion. Strategi bauran pemasaran adalah bagian dari strategi pemasaran digunakan sebagai pedoman dalam melakukan unsur-unsur pemasaran. Bauran pemasaran adalah alat kontrol institusi pendidikan untuk mendapatkan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.

- **Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat**

Strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat pada dasarnya dimulai dari Product, Process, Place, Physical Evidence, People, Price dan Promotion.

- **Product** adalah hasil dari sebuah proses, yang dapat menciptakan kepuasan atau manfaat bagi pengguna jasa pendidikan, sehingga dapat mempengaruhi persepsi pengguna jasa pendidikan.²² Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam menawarkan sebuah produk jasa pendidikannya kepada masyarakat diharapkan mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan para masyarakat, agar dapat diambil manfaatnya dan digunakan. Dari sisi mutu pendidikan, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi telah memiliki jenjang pendidikan yang terakreditasi A untuk tingkat MTs dan akreditasi B untuk tingkat MA. Bukti keberhasilan dari para alumni Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ialah mereka mampu bersaing ketika akan melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih tinggi, beberapa alumni telah berhasil melanjutkan studinya di perguruan tinggi dalam negeri maupun luar negeri, seperti UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Negeri Jambi, Universitas Sriwijaya Palembang, Universitas Islam Bandung, Universitas Zaitunnah Tunisia bahkan Al-Azhar Makkah.

Product tersebutlah yang telah menambah nilai positif pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, sehingga para masyarakat berminat untuk menyekolahkan serta memondokkan putra-putri mereka di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Product ini relevan dengan teori Philip

²²Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan," *Kariman: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 5, no. 01 (2017): 70.

Kotler yang terdapat pada tesis Sofyan Harahap tentang strategi pemasaran²³, bahwasanya untuk menarik minat para masyarakat dibutuhkan keberhasilan sebuah lembaga pendidikan dalam menciptakan produk jasa pendidikannya yang berkualitas.

- **Process** di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam mempersiapkan mutu lulusannya, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi menetapkan serta menerapkan perpaduan antara tiga program, pertama program Al-Qur'an, para santri ditargetkan hafal Al-Qur'an sebanyak lima juz dalam tiga tahun. Kedua, program kitab, 70% pembelajaran di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mempelajari berbagai macam kitab, adapun kitab-kitab yang dipelajari diantaranya adalah kitab Aqidatul Awwam, Safinatunnajah, Imta'un Najib, Matan Taqrib, Ta'lim Muta'alim, Akhlak Lil Banin, Mustholahul Hadits, Arba'in Nawawi, Hidayatus Shibyan, Manhaji, Durusul Lughoh, Dan At-Tibyan Fi Hamalatil Qur'an. Ketiga program bahasa, dalam kesehariannya para santri Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi diwajibkan berkomunikasi menggunakan bahasa arab dan bahasa inggris. Kemudian untuk mengembangkan minat dan bakat para santri, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi menyediakan dan membimbing para santri melalui berbagai macam ekstrakurikuler, seperti pramuka, jurnalistik, beladiri, tilawah, hadrah, menari, membatik, melukis, bercocok tanam, kaligrafi, olahraga, dan muhadharah. Seluruh proses tersebut dilaksanakan dalam kegiatan sehari-hari. Selanjutnya Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam proses meningkatkan kemampuan para santrinya Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi aktif mendelegasikan para santri dalam ajang perlombaan-perlombaan baik internal maupun external.

Seluruh rangkaian proses tersebut membawa dampak yang sangat signifikan pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, para santrinya sangat senang dengan rangkaian kegiatan yang dilaksanakan, bahkan dengan adanya perpaduan antara tiga program tersebut menambah antusias para santri atau calon santri sebagai masyarakat pengguna jasa pendidikan untuk memperluas wawasan serta mengenyam pendidikan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Hal ini relevan dengan Teori Philip Kotler pada penelitian Sofyan Harahap²⁴, yang dikatakan proses ialah seluruh rangkaian kegiatan pelayanan jasa pendidikan yang bertujuan untuk

²³Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung." : 74.

²⁴Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung": 84.

memberikan kebutuhan, keinginan serta memuaskan pengguna jasa pendidikan, sehingga menghasilkan lulusan yang diharapkan.

- **Place** yang menarik bagi masyarakat ialah tempat atau lokasi yang strategis dan menyenangkan.²⁵ Place pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi merupakan lokasi yang sangat strategis, lokasi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mudah dijangkau oleh kendaraan baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum, visibilitas Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dapat terlihat jelas keberadaan fisiknya, tidak bising akibat karamaian lalu lintas, dekat dengan pusat perkotaan, serta memiliki lahan yang sangat luas, sehingga ketersediaan lahan untuk memungkinkan perluasan bangunan.

Keadaan lokasi pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi inilah yang menjadi salah satu daya tarik para masyarakat untuk mempercayakan putra-putri mereka sekolah dan mondok di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, karena lokasi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dapat dikatakan aman dan nyaman. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler yang disebutkan pada tesis Sofyan Harahap²⁶, bahwasanya lokasi lembaga pendidikan yang strategis adalah letak lokasi lembaga pendidikan yang mudah dijangkau, lokasi yang luas, dan tidak terganggu oleh keramaian lalu lintas. Apabila lokasi lembaga pendidikan strategis, maka para masyarakat akan memutuskan untuk menggunakan jasa lembaga pendidikan tersebut.

- **Physical Evidence** merupakan bukti fisik berupa hal nyata yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.²⁷ Bukti fisik pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi terbagi menjadi dua : 1) Bukti Penting, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki sarana prasarana yang memadai, adapun sarana prasarana tersebut tersedianya asrama santri, aula serba guna, gazebo disetiap taman, dapur umum, water treatment untuk air bersih dan air minum, dispenser air panas disetiap kamar, kipas angin di setiap kamar, ATM, rumah guru yang berkeluarga, asrama guru yang single, lapangan, lab komputer dan lab IPA, kantin, kantor ADM, ruang UKS, dan lain-lain. Adanya sarana prasarana ini sangat penting untuk proses pendidikan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dan akan berdampak pada proses pendidikan yang efektif dan efisien. 2) Bukti Pendukung, sejauh ini Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi telah berhasil

²⁵Maria Nurhayaty, "Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis," *Jurnal Media Teknologi* 8, no. 2 (2022): 112.

²⁶Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung": 79.

²⁷Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret," *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 1 (2021): 4.

memperoleh banyak prestasi, baik tingkat daerah maupun tingkat provinsi. Prestasi tersebut diraih oleh para santri yang mengikuti perlombaan seperti pramuka, tilawah, tartil, tahfidz, cerdas cermat, futsal dan perlombaan-perlombaan lainnya. Bukti pendukung ini sebagai nilai tambah bagi lembaga pendidikan, karena adanya bukti bahwa para santri benar-benar di bimbing oleh para penyelenggara pendidikan sehingga berprestasi.

Physical Evidence pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi menjadi peran utama dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan sekaligus mempertahankan kepercayaan masyarakat, karena bukti fisik adalah segala hal yang dapat dilihat oleh masyarakat sebagai pelanggan pengguna jasa pendidikan ketika mereka berinteraksi terkait layanan jasa pendidikan yang ada di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Hal ini relevan dengan teori Philip Kotler yang disebutkan pada penelitian Sofyan Harahap²⁸, bahwa Physical Evidence terbagi menjadi dua, yaitu bukti penting dan pendukung. Terkait bukti penting terdiri dari sarana prasarana yang ada pada lembaga pendidikan sebagai fasilitas pembelajaran, dan bukti pendukung ialah catatan-catatan prestasi yang telah diperoleh peserta didik.

- **People** merupakan sumber daya manusia sebagai pelaku yang melaksanakan peranan dalam menyajikan dan menyampaikan jasa.²⁹ Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ialah Mudir pondok, bidang akademik, bidang SDM, bidang sarpras, bidang pengasuhan, sekretaris, bendahara, kepala MTS, kepala MA, kepala TU, operator madrasah, dan tenaga pendidik lainnya. Dalam mendapatkan tenaga pendidik yang berkualitas Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mengadakan Reqrutment tenaga pendidik yang berkualifikasi minimal sarjana, pernah mondok, mampu mengajarkan kitab-kitab dasar, mampu mengajarkan Al-Qur'an, dan siap bermukim di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Kemudian untuk mewujudkan tenaga pendidik yang memiliki kompetensi tinggi, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi rutin mengadakan pelatihan-pelatihan dengan mendatangkan narasumber dari dalam negeri maupun luar negeri. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi juga aktif ikut serta dalam kegiatan pertukaran guru di Thailand, Singapura, dan Malaysia. Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi mendukung dan membiayai bagi para tenaga pendidiknya

²⁸Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung": 83.

²⁹Mahmud MY, Riftiyanti Savitri, and Lesiana Oktorita, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19," *JMiE (Journal of Management in Education)* 6, no. 1 (2021): 40.

yang berminat untuk menempuh pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Sebab dukungan dan support Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yang kuat, sehingga ada tenaga pendidik yang berhasil mengikuti beasiswa pelatihan selama satu bulan di Ummul Quro' Makkah. Strategi yang di gunakan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi ini bertujuan agar para tenaga pendidiknya memiliki pengetahuan yang luas, dan berkualitas sebagai ujung tombak Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam penyampaian jasa pendidikan ke masyarakat luas.

People pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi relevan dengan teori Philip Kotler yang dijelaskan pada tesis Sofyan Harahap³⁰, bahwa people atau sumber daya manusia pada lembaga pendidikan adalah peran utama dalam menyampaikan jasa pendidikan, puas tidaknya masyarakat pada jasa pendidikan tergantung bagaimana kualitas sumber daya manusianya, untuk mendapatkan sumber daya manusia atau tenaga pendidik yang berkompetensi tinggi maka dibutuhkan berbagai macam upaya dan strategi.

- **Price** adalah biaya pendidikan berupa sejumlah uang yang mengandung suatu kegunaan, dibutuhkan untuk memperoleh sebuah produk dan pelayanan jasa pendidikan³¹. Biaya pendidikan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi meliputi biaya awal, biaya bulanan dan biaya tahunan.

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memiliki strategi sebelum menentukan biaya pendidikan agar biaya yang ditawarkan relevan dengan apa yang akan para santri dapatkan. Strategi yang dilakukan ialah dengan memperhatikan inflansi, perekonomian, dan kebutuhan operasional. Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa wali santri bahwa biaya pendidikan yang ditawarkan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi selaras dengan mutu pendidikan dan fasilitas di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi, sehingga para wali santri pun bersedia untuk membayar biaya pendidikan yang telah ditentukan. Bahkan untuk masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah pun Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi memberikan beasiswa untuk memfasilitasi para santri yang berprestasi, kurang mampu dan anak yatim.

Segi penetapan harga, Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi merupakan lembaga pendidikan islam yang terjangkau untuk semua kalangan dan solusi yang tepat bagi para

³⁰Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung": 82.

³¹Nurhadi, "Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Human Falah* 6, no. 2 (2019): 148.

masyarakat yang ingin menyekolahkan sekaligus memondokkan putra-putri mereka sesuai kebutuhan dan keinginannya. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler yang di jelaskan dalam penelitian Sofyan Harahap³², bahwa biaya pendidikan adalah biaya yang dikenakan lembaga pendidikan kepada pengguna jasa pendidikan sebagai masyarakat untuk penyelenggaraan dan pembinaan pendidikan serta layanan administrasi akademik. Pemilihan lembaga pendidikan ditentukan oleh pendidikan yang bermutu dan biaya yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.

➤ **Promotion** adalah kegiatan yang dilakukan instansi untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk. Promotion adalah kegiatan memberitahukan adanya sebuah produk kepada masyarakat, yang awalnya tidak mengenal jadi mengenal.³³ Promotion pada Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meyakinkan, mempengaruhi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan jasa pendidikannya dengan melakukan berbagai upaya, diantaranya yaitu :

- Mengadakan kajian ahad (pengajian umum) yang di isi langsung oleh pimpinan pondok. dengan adanya pengajian umum ini tentunya masyarakat akan melihat langsung kondisi dan kehidupan di Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi. Sehingga memberikan kesempatan bagi masyarakat umum untuk mengenal lebih dalam terkait lembaga pendidikan tersebut.
- Pengabdian masyarakat bagi santri semester akhir selama dua minggu sampai satu bulan. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini tentunya masyarakat akan merasakan langsung mutu santri dari Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi
- Pimpinan pondok yang ikut andil dengan mengisi kegiatan-kegiatan besar seperti isra' mi'raj, maulid nabi, khaul, tabligh akbar dan kegiatan keagamaan lainnya di mushola, masjid, kampus dan instansi pendidikan lainnya.
- Mensupport tenaga pendidik untuk mengisi tausiyah, menjadi imam dan kotib dilingkungan masyarakat,
- Mengikutsertakan para santri dalam ajang perlombaan tingkat daerah-tingkat provinsi. Hal ini diharapkan menambah nilai baik bagi pondok pesantren jika para santrinya

³²Sofyan Harahap, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung": 76.

³³Darmanitya Harseno Wijanarko Yolanda, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur," *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2018): 93,.

mendapatkan juara, dan sejauh ini para santri banyak mendapatkan prestasi melalui ajang perlombaan-perlombaan tersebut, sehingga secara tidak langsung menambah citra positif bagi Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

- Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dan Website untuk menyebarkan informasi. Hal ini memberikan kemudahan bagi masyarakat luas memantau perkembangan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.
- Menjalin kerjasama antar instansi pendidikan maupun pemerintah.

Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi melakukan berbagai macam upaya untuk masyarakat lebih mengenal keberadaan dan jasa pendidikannya. Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi sekaligus mengasah kemampuan para santri dan tenaga pendidiknya. Hal ini relevan dengan teori Philip Kotler yang dijelaskan pada tesis Sofyan Harahap³⁴, Bahwa promosi adalah upaya untuk memberitahukan, menunjukkan produk atau jasa dengan tujuan menarik masyarakat untuk membeli atau mengkonsumsinya. Pelanggan akan sulit mengenal suatu produk atau jasa jika promosi yang dilakukan lembaga kurang memadai. Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan seperti menyebar brosur, pamflet, mengundang masyarakat umum dalam kegiatan, melakukan kunjungan sekolah dan lain-lain.

- **Dampak Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat**

Tujuh P (Product, Process, Place, People, Pyhsical Evidence, Price, dan Promotion) yang telah di terapkan sebagai strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat tentunya membawa dampak terhadap perkembangan Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi.

Adapun dampak yang didapatkan dan yang dirasakan oleh Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yakni :

- Meningkatnya jumlah santri.

³⁴Sofyan Harahap, “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung”: 80.

Table 5.1 Data Santri Pertahun

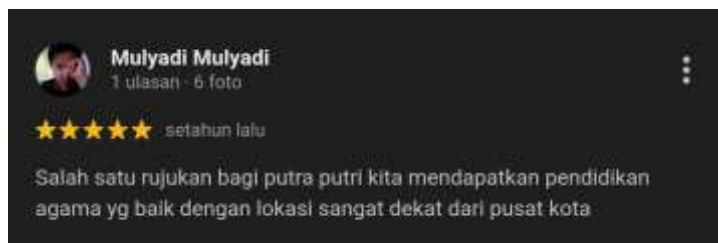
TAHUN	MTs PUTRA/PUTRI	MA PUTRA/PUTRI	TOTAL
2019/2020	14	6	20
2020/2021	81	48	129
2021/2022	227	127	354
2022/2023	322	195	517
2023/2024	374	276	650
JUMLAH	1.018	652	1.670

- Meningkatnya kepercayaan masyarakat, yang awalnya meragukan legalitas pondok pesantren, saat ini masyarakat semakin yakin.
- Respon positif masyarakat di media sosial.

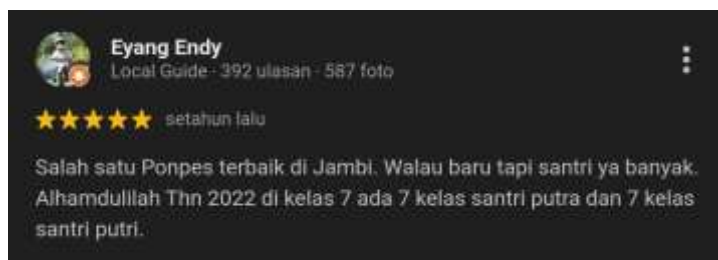
Gambar 5.1 Komentator



Gambar 5.2 Komentator



Gambar 5.3 Komentator



Gambar 5.4 Komentator



- Loyalitas wali santri, hal ini dapat dilihat melalui grup berbagi. Grup berbagi adalah grup khusus yang dimiliki oleh para wali santri untuk saling berkomunikasi mengkoordinasikan iuran sukarela untuk mengirim makanan dan minuman ke Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi minimal satu bulan sekali saat puasa senin atau kamis, kemudian untuk koordinasi penggalangan dana bagi keluarga Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi yang mengalami musibah, meninggal dunia, sakit serius dan lain-lain.

Gambar 5.5 Grup Walsan



Dampak-dampak inilah menunjukkan bahwa strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat berjalan efektif dan efisien. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Nurul Yaqien dalam jurnal pendidikan dan pembelajaran dasar³⁵ bahwa apabila pondok pesantren tidak mengenalkan jati dirinya maka tidak akan timbul kepercayaan masyarakat. Untuk menimbulkan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat pondok pesantren harus melakukan berbagai upaya untuk

³⁵Yaqien, "Membangun Kepercayaan Masyarakat Pada Madrasah Melalui Pameran Pendidikan."

menunjukkan suatu prestasi yang gemilang, keunggulan dalam membentuk jiwa manusia, dan program yang meyakinkan. Sehingga hal tersebut diharapkan dapat menambah value dan dampak yang sangat berharga bagi pondok pesantren

Kesimpulan

1. Strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh P : (a) Product Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : Jenjang pendidikan yang terakreditasi A untuk tingkat MTs dan akreditasi B untuk tingkat MA. Lulusan yang mampu bersaing dan melanjutkan studinya ke perguruan tinggi ternama dalam negeri maupun luar negeri. (b) Process Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : Program Al-Qur'an, Kitab dan Bahasa. Berbagai macam Extrakurikuler dan aktif mendelegasikan santri dalam ajang perlombaan internal maupun external. (c) Place Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : Strategis. Tidak bising. Dekat pusat perkotaan. Mudah dijangkau kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Lahan seluas 30Ha. (d) Physical Evidence Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : 1) Bukti penting : sarana prasarana yang memadai dan lengkap. 2) Bukti pendukung : memperoleh 4 juara tingkat provinsi, 6 juara tingkat nasional, 9 juara tingkat lokal. (e) People Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : melalui rekrutment guru berkualifikasi minimal sarjana, pernah mondok, mampu mengajarkan Al-Qur'an dan kitab dasar, siap bermukim di pondok. Mengadakan pelatihan-pelatihan dari dalam negeri maupun luar negeri. Pertukaran guru di Thailand, Singapura dan Malaysia. Pelatihan di Ummul Quro' Makkah selama satu bulan. (f) Price Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : Rincian biaya pendaftaran Biaya bulanan, Biaya tahunan dan terdapat Beasiswa : Beasiswa anak yatim, anak kurang mampu dan anak berprestasi. (g) Promotion Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi : Kajian ahad. Pengabdian masyarakat. Mengisi kegiatan keagamaan diluar pondok. Mengikutsertakan santri dalam ajang perlombaan internal maupun external. Memanfaatkan media sosial. Menjalin kerja sama antar instansi pendidikan maupun pemerintah.
2. Dampak strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat : (a) Meningkatnya jumlah santri. (b) Meningkatnya kepercayaan masyarakat. (c) Loyalitas masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- . Metode Penelitian Studi Kasus. Kepanjen, Malang: Literasi Nusantara, 2020.
- Abdussamad, Zuchri. Metode Penelitian Kualitatif. Makasar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani. “Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial.” *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5, no. 2 (2020): 149.
- Arif, Hery Maulana. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru.” Universitas Hsanuddin Makassar, 2023.
- Caniago, Aspizain. “Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Lentera Bisnis* 11, no. 3 (2022): 221-.
- Donny Prasetyo, Irwansyah. “Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya.” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2020): 164. <https://dinastirev.org/JMPIS>.
- Faizin, Imam. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah.” *Jurnal Madaniyah* 7, no. 2 (2017): 262. https://drive.google.com/file/d/10F5x6ckT4M5c2xWPKVdsvLTxxTJ9g1KI/view?usp=share_link.
- Fajar Sri Utami, Mudofir, Supriyanto. “Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan.” *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4, no. 4 (2022): 4747. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>.
- Fera Indriani, Farah Diba, Dudun Ubaedullah, Arizqi Ihsan Pratama. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam.” *Jurnal Isema* 6, no. 2 (2021): 133–133.
- Hamzah, Amir. Metode Penelitian Kualitatif. Kepanjen, Malang: Literasi Nusantara, 2019.
- Harahap, Nursapia. Penelitian Kualitatif. Medan: Wal Ashri Publishing, 2020.
- Harahap, Sofyan. “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus Di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Huda, Mohammad Nurul. “Manajemen Pemasaran Sekolah.” *Ta’dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* VIII, no. 1 (2020): 27–28.
- Imam Junaris, Nik Haryanti. Manajemen Pemasaran Pendidikan. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.
- Jambi, Profil Pondok Pesantren Darul-Arifin. “<https://Darularifinjambi.Ponpes.Id/>” (n.d.).
- Kacung Wahyudi. “Manajemen Pemasaran Pendidikan.” *Kariman: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 5, no. 01 (2017): 70.
- Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden.” *Jurnal el-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 166.
- M. Junaidi Ghony, Fauzan Al Mansyur. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Marissa Grace, Ahmad Syarief, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sunarsi. Strategi Pemasaran. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Muallif, Mohammad. “Kepemimpinan Kyai Dalam Peningkatan Kualitas Pendidikan Pesantren(Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Islamul Ainul Bahiroh Kepanjen Malang).” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.
- MY, Mahmud, Riftiyanti Savitri, and Lesiana Oktorita. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19.” *JMiE (Journal of Management in Education)* 6, no. 1 (2021): 40.

- Nurhadi. "Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah." *Jurnal Human Falah* 6, no. 2 (2019): 148.
- Nurhayaty, Maria. "Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis." *Jurnal Media Teknologi* 8, no. 2 (2022): 112.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret." *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 1 (2021): 4.
- Rahayu, Naning Sri, and Evi Muafiah. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMAN 1 Pulung." *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management* 2, no. 01 (2022): 211.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf).
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 84.
- Rustam. "Strategi Kepemimpinan Kiai Dalam Membentuk Karakter Aswaja Di Pondok Pesantren An Nur Ngrukem, Bantul, Yogyakarta." *State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2020.
- Sugeng Lubar Prastowo, Bagus Manunggal. "Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 2 (2022): 47.
- Tejokusumo, Bambang. "Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial." *Geodukasi III*, no. 1 (2014): 38–39.
- Warman. "Strategi Kepemimpinan Pondok Pesantren Darul Ma'arif Nahdlatul Ulama Rejang Lebong Dalam Menarik Minat Calon Santri." *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup*, 2023.
- Yaqien, Nurul. "Membangun Kepercayaan Masyarakat Pada Madrasah Melalui Pameran Pendidikan." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar II*, no. 2 (2010): 192–193.
- Yolanda, Darmanitya Harseno Wijanarko. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur." *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2018): 93.
- Zulfiah, Evi, Nita Novia Nugraha Putri, and Muinah Fadhilah. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu." *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 8, no. 3 (2023): 416.