

## Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang

Zahrotun Ni'mah Afif \*<sup>1</sup>, Dian Febriansah\*<sup>2</sup>

<sup>1</sup> STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

<sup>2</sup> STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

e-mail: [zahrotunnimahafif@gmail.com](mailto:zahrotunnimahafif@gmail.com), [dianfeb@gmail.com](mailto:dianfeb@gmail.com)

**ABSTRACT.** This research aims to describe the Implementation of a Marketing Strategy Through Extracurricular Activities which is motivated by marketing carried out to overcome competition between educational institutions. Because marketing is very influential on the number of students, with good and structured marketing management, the number of students will increase. This research is intended to answer the following problems: 1) What are the extracurricular activities at MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang? 2) How is the implementation of the educational marketing strategy through extracurricular activities at MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang? These problems were discussed through research conducted at MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang where this school was used as a source of data information to obtain portraits, descriptions, answers, and results from the Implementation of Education Marketing Strategies Through Extracurricular Activities. This study uses qualitative research while data collection techniques using methods, interviews, observation, and documentation. All data will be analyzed descriptively, namely by pouring the results into sentences that are arranged in such a way that they can become sentences that are neatly arranged. The results of the research show that: 1) extracurricular activities at MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang are sufficient, so these extracurricular activities can be used as capital to compete with other schools. 2) The implementation of the education marketing strategy through extracurricular activities at MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang has been going well from planning to evaluating extracurricular activities.

Keywords: *Marketing, Education, Extracurricular Activities.*

**ABSTRACT.** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler yang dilatar belakangi oleh pemasaran yang dilakukan untuk mengatasi kompetisi antar lembaga pendidikan. Karena suatu pemasaran itu sangat berpengaruh terhadap jumlah peserta didik, dengan manajemen pemasaran yang baik dan tersusun maka jumlah peserta didik akan bertambah. Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan: 1) Bagaimana kegiatan ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang? 2) Bagaimana Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang? Permasalahan tersebut dibahas melalui penelitian yang dilaksanakan di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang yang mana sekolah ini dijadikan sebagai sumber informasi data untuk mendapatkan potret, gambaran, jawaban dan hasil dari Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler. Adapun dalam penelitian

ini menggunakan penelitian kualitatif sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan cara, wawancara, observasi dan dokumentasi. Semua data nanti akan dianalisis deskriptif yaitu dengan menuangkan hasil ke dalam kalimat-kalimat yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menjadi kalimat yang tersusun dengan rapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kegiatan ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang sudah cukup memadai, sehingga kegiatan ekstrakurikuler ini dapat dijadikan modal untuk bersaing dengan sekolah lainya. 2) Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang sudah berjalan dengan baik mulai dari perencanaan sampai evaluasi kegiatan ekstrakurikulernya.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Pendidikan, Kegiatan Ekstrakurikuler*

## **Pendahuluan**

Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga menarik sejumlah calon siswa (Ritonga & Robita, 2022). Untuk itu, sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas siswa yang ada. Yang dimaksud dalam UU Nomor 9 Tahun 2009 dibentuknya badan hukum pendidikan adalah memajukan pendidikan nasional dengan menerapkan Manajemen berbasis sekolah/madrasah (MBS).

Lembaga Pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa siswa dan masyarakat umum yang dikenal sebagai stakeholder. Lembaga Pendidikan pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan layanan dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut (Kustian dkk., 2018).

Islam mengajarkan bahwa dalam menjalankan bisnis untuk memberikan pelayanan, baik berupa barang maupun jasa, bukan untuk memberikan pelayanan yang inferior atau di bawah standar, tetapi memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain (Mardatillah, 2020). Hal ini dapat dilihat pada ayat 267 Al-Qur'an surat Al-Baqarah, yang menyatakan

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ  
وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُعْمِضُوْا فِيْهِ ۚ وَاعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ عَنِّيْ حَمِيْدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al Baqarah:267)

Persaingan antar sekolah saat ini semakin kompetitif. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya, agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan era globalisasi harus mempraktikkan pemasaran terus menerus agar mendapatkan jumlah siswa yang dikehendaki.

Pembinaan siswa yang bersifat non-akademik adalah pembinaan siswa yang tidak secara langsung berhubungan dengan pelajaran. Dalam istilah lain, pembinaan siswa yang bersifat non-akademik ini juga disebut kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan ekstrakurikuler dimaksudkan untuk memperluas pengetahuan siswa, menambah keterampilan, mengenal hubungan antar berbagai mata pelajaran, menyalurkan bakat, minat, menunjang pencapaian tujuan intrakurikuler serta melengkapi usaha pembinaan manusia Indonesia seutuhnya (Faridah & Darussallam, 2021).

Potensi ini, atau yang lebih dikenal dalam Islam sebagai “fitrah”, harus diaktualisasikan dan dikembangkan dalam kehidupan nyata. Untuk mengaktualisasikan dan mengembangkan potensi tersebut, diperlukan upaya pendidikan yang sistematis, terstruktur, dan terencana berdasarkan pendekatan dan wawasan lintas disiplin (Bakti, 2022).

Melalui potensi yang dimilikinya, manusia akan terdorong untuk berfikir dan berbudaya. Dan agar manusia dapat berfikir kreatif dan berbudaya sangat membutuhkan pertolongan pendidikan dalam arti yang seluasluasnya. (Nata, 2011:43). Pentingnya usaha pendidikan dalam rangka pengembangan potensi manusia sejalan dengan apa yang termaktub dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ. ...

Artinya “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

Pendidikan Islam dalam usaha pengembangan seluruh potensi yang dimiliki anak didiknya, berupaya untuk memunculkan generasi muslim yang tidak hanya mempunyai daya kreativitas dan inovasi tinggi dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin industrial-teknologis, namun juga mempunyai bekal iman dan taqwa yang selaras dengan tuntutan agama. Karena dengan agamalah yang bisa menuntun manusia untuk memilih mana yang patut, bisa, benar, dan baik untuk dijalankan dan dikembangkan (Muhaimin, 2015:85).

Era milenial ini, daya saing sekolah perlu ditingkatkan, tidak hanya aspek lembaga pendidikan, tetapi juga aspek strategi pemasaran. Strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, bauran

pemasaran, dan biaya pemasaran, dimana dalam meningkatkan mutu serta kualitas pendidikan diperlukan strategi pemasaran pendidikan yang tepat.

Strategi pemasaran pendidikan yang sering digunakan oleh lembaga pendidikan pada umumnya yaitu mempromosikan lembaga pendidikan dengan cara menyebarkan brosur, membuat pamflet, mendatangi lembaga-lembaga pendidikan, melalui alumni-alumni atau melalui media sosial yang sekarang banyak diminati kalangan pelajar dan sebagainya (Fradito dkk., 2020). Dan strategi pemasaran pendidikan yang melalui kegiatan ekstrakurikuler sudah mulai berkembang saat ini.

Strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini diharapkan lembaga pendidikan mampu mempermudah memasarkan dan menarik minat dari pengguna jasa pendidikan. Karena orang tua ataupun para calon peserta didik akan tertarik dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan bermacam-macam dan menarik yang akan menunjang para calon peserta didik untuk lebih kejuruan dan tidak dibatasi untuk memilih kegiatan ekstrakurikuler apa yang ingin diambil yang sesuai bakat dan minatnya agar dapat untuk melanjutkan ke jenjang sekolah berikutnya.

Kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang memiliki pilihan dan hampir semua kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang mempunyai berbagai prestasi atau juara yang sudah diperoleh siswa-siswa yang berbakat. Tidak hanya siswa yang berprestasi dibidang akademik yang bisa masuk Madrasah tersebut tetapi siswa yang berbakat atau berprestasi dibidang non akademik pun juga bisa masuk melalui jalur undangan dengan mengandalkan prestasi yang dimilikinya yang berupa piagam sertifikat atas kejuaraan atau prestasi yang dimilikinya. Kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MA Raden Rahmat Mojowarno Jombang meliputi pencak silat, banjari, dan pramuka.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang kompleks, baik dari sudut pandang subjek yang terlibat maupun konteks sosialnya. Metode ini lebih fokus pada interpretasi, pemahaman, dan penjelasan mendalam mengenai masalah yang diteliti. Penelitian kualitatif sering menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang subjek penelitian (Moeloeng, 2017). Pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian ini karena fokusnya adalah pada sebuah kasus atau situasi yang spesifik, yaitu Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang. Pendekatan ini

memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap kasus tersebut dan memperoleh pemahaman yang kaya tentang faktor-faktor yang memengaruhi dan peran Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik (Emzir, 2014). Observasi digunakan untuk mengamati langsung aktivitas dan interaksi stakeholder internal di sekolah. Wawancara dilakukan dengan guru, kepala sekolah, dan staf administrasi untuk memperoleh pandangan mereka mengenai peran mereka dalam peningkatan mutu pendidikan. Analisis dokumen juga dilakukan untuk menggali informasi terkait kebijakan, program, dan dokumen administrasi yang relevan (Maimun, 2020). Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Kegiatan Ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Selorejo**

Untuk memasarkan sebuah lembaga pendidikan tentunya pihak lembaga pendidikan melakukan pemasaran agar tidak ketinggalan dengan sekolah-sekolah yang lain dan mampu mengikuti kemajuan yang ada sekarang ini yang banyak melakukan pemasaran dengan berbagai model. Berdasarkan uraian diatas, MA Raden Rahmat Selorejo telah melakukan pemasaran dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Menurut pengurus kegiatan ekstrakurikuler perlu dilakukannya pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler karena melihat kondisi sekolah yang terletak di lingkungan pedesaan, masyarakat setempat masih jarang menggunakan internet atau HP jadi lebih baik dilakukan pemasaran dengan memamerkan kegiatan ekstrakurikuler yang sudah mendapatkan juara, dengan cara berkeliling kampung sekitar agar masyarakat dapat mengetahuinya dan tertarik untuk mendaftarkan anaknya untuk bersekolah di MA Raden Rahmat Selorejo.

Pendapat di atas sesuai dengan pendapat dari Abdul Rachman Saleh (2006:70) mendefinisikan bahwa program ekstrakurikuler merupakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan di luar jam pelajaran yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengembangan, bimbingan, dan pembinaan siswa agar memiliki kemampuan dasar penunjang.

Kegiatan ekstrakurikuler dilakukan di luar jam pelajaran biasa (termasuk pada waktu libur) yang dilakukan di sekolah ataupun diluar sekolah dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan siswa mengenai hubungan antara mata pelajaran, menyalurkan bakat dan minat serta melengkapi upaya pembinaan manusia seutuhnya (Abidin, 2019).

Ekstrakurikuler MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang terdiri dari:

a. Bimbingan Belajar Intensif kelas XII Sebelum UN

Ujian Nasional (UN) merupakan sarana evaluasi terhadap peserta didik yang akan menyelesaikan pendidikan di sekolah. UN bertujuan menilai pencapaian kompetensi lulusan secara nasional pada mata pelajaran tertentu dalam kelompok mata pelajaran ilmu pengetahuan dan teknologi. Pelaksanaan ujian nasional pada tahun 2021/2022 menggunakan model Ujian Nasional Berbasis Komputer (UNBK). Beragamnya soal UN memicu peserta didik untuk menguasai materi yang akan diujikan.

MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang merupakan salah satu sekolah di Jombang yang memberikan bimbingan belajar di sekolah kepada peserta didik kelas XII. Kegiatan bimbingan belajar tersebut dinamakan program intensif belajar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menguasai materi ujian. Persaingan masuk perguruan tinggi yang semakin ketat, menjadikan peserta didik harus memiliki kemampuan untuk dapat bersaing dengan peserta didik lain. Berdasarkan wawancara awal, peserta didik MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi. Hal tersebut merupakan alasan lain MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang memberikan bimbingan belajar. Bimbingan belajar di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang selain menyiapkan peserta didik menghadapi UN juga mewadahi peserta didik untuk mempersiapkan diri ke perguruan tinggi.

Program intensif belajar merupakan salah satu program dalam bentuk bimbingan belajar. Menurut Yusuf (2006:37) bimbingan belajar merupakan bimbingan yang diarahkan untuk membantu peserta didik mengembangkan pemahaman dan keterampilan dalam belajar. Pengembangan pemahaman dalam hal ini adalah pemahaman lebih dalam mengenai materi-materi ujian. Jadi dalam pengertian diatas program intensif belajar merupakan kegiatan pemberian bantuan dari pendidik kepada peserta didik yang dilakukan di sekolah secara Jurnal Pendidikan Ekonomi: terus menerus dan berkesinambungan agar peserta didik dapat dapat belajar secara intensif. Sehingga peserta didik mampu memiliki pemahaman materi yang mendalam serta memiliki kesiapan untuk menghadapi ujian yang akan dilaksanakan.

Menurut Sukardi (2000:41) bidang bimbingan belajar dapat dirinci menjadi pemantapan penguasaan materi, pemantapan berlatih dan orientasi pada perguruan tinggi. Pelaksanaan program intensif belajar belajar dapat berjalan lancar sesuai tujuan dan fungsi, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam penyelenggaraannya.

Menurut Slameto (2000 : 152) beberapa hal yang harus disiapkan untuk menunjang pelaksanaan bimbingan belajar antara lain tenaga pengajar bimbingan dari guru sekolah atau luar sekolah, waktu pelaksanaan bimbingan belajar, tempat bimbingan belajar, dan sumber biaya yang digunakan. Penyelenggaraan program intensif belajar memerlukan persiapan dan praktik pelaksanaan kegiatan yang memadai.

Menurut Supriyatna (2011 : 98-100) langkah dalam pelaksanaan program intensif belajar adalah perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan perencanaan meliputi merencanakan segala sesuatu mulai materi bimbingan belajar, tujuan yang ingin dicapai, sasaran kegiatan, bahan atau sumber bahan untuk bimbingan belajar, serta waktu dan tempat. Pelaksanaan kegiatan meliputi persiapan fisik, bahan, tempat, alat, dan pelaksanaan kegiatan itu sendiri yang terdiri kegiatan bimbingan belajar dan proses pembelajaran bimbingan (Kasanah dkk., 2018). Evaluasi kegiatan merupakan kegiatan menilai dari terlaksananya kegiatan bimbingan belajar.

Tujuan diadakannya program intensif belajar yaitu untuk menyiapkan peserta didik kelas XII dalam menghadapi ujian nasional. Menurut Prayitno (dalam Yasa, 2014:52) “tujuan bimbingan belajar disekolah adalah untuk mengenal, menumbuhkan dan mengembangkan sikap dan kebiasaan yang baik, menguasai pengetahuan dan keterampilan belajar sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni serta mempersiapkan siswa menghadapi ujian dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi”.

Jadi dalam bimbingan belajar, guru membantu peserta didik untuk menyiapkan ujian dengan cara melatih mengerjakan soal dan membantu peserta didik untuk memilih jurusan pada perguruan tinggi. (Umam, 2018). Peserta didik yang memiliki kesiapan yang maksimal akan menghasilkan nilai ujian yang maksimal pula.

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan keberhasilan program intensif belajar tersebut, MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang telah melaksanakan kegiatan program intensif belajar dengan baik dan sesuai dengan rencana. Keberhasilan program intensif belajar di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang dapat dilihat dari hasil nilai ujian nasional serta banyaknya siswa yang diterima di perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Nilai yang diterima peserta didik pada pretest, tryout I, tryout II dan UNBK selalu mengalami peningkatan. (Observasi Peneliti, 9 Maret 2022)

b. Ekstrakurikuler Banjari

Salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang ada di beberapa sekolah yaitu ekstrakurikuler Banjari. Ekstrakurikuler Banjari merupakan suatu kegiatan bermain alat banjari dengan

cara dipukul yang menggunakan tangan, apabila dipukul bersamaan akan menimbulkan suara musik yang teratur dan indah serta diiringi dengan nyanyian lagu-lagu islami.

Karti (2017:4) hadroh atau banjari merupakan suatu lagu yang syairnya berisi sholawat Nabi bernuansa islami yang diiringi musik rebana. Hasyim (2012:7) hadroh atau banjari merupakan kesenian yang mirip dengan timur tengah kesenian ini dijadikan hiburan yang membutuhkan anggota tim untuk memainkan alat musiknyanya serta berisi lagu islami yang berupa pujian kepada Tuhan dan Rasul.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan banjari suatu kegiatan yang bernuansa islami yang lebih mendekatkan diri kepada Rabb serta RasulNYA, strategi permainannya sistem kelompok/group yang mengutamakan kerjasama satu tim. Berdasarkan hasil observasi di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang, kegiatan ekstrakurikuler banjari merupakan kegiatan yang rutin. Keadaan karakter peserta didik di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang ada yang sudah bagus dan ada yang masih harus dididik lagi karena tidak semua peserta didik mudah untuk menerima sesuatu yang diajarkan. (Observasi Peneliti, 9 Maret 2022)

Ekstrakurikuler banjari yang diasuh oleh bapak M. Yunan Nasution MMI, S.Pd ekstrakurikuler ini diterapkan untuk kelas yaitu kelas X-XII pelaksanaannya pada hari Jum'at jam 13.30-14.15.00, alasan diterapkan ekstrakurikuler ini adanya alat yang menunjang dalam pembelajarannya serta terdapat beberapa keunggulan dari program ekstrakurikuler ini yaitu dengan kegiatan yang bernuansa islami dengan begitu peserta didik dapat lebih merasakan kedekatan dengan Rabbnya serta adanya kerjasama dalam bermain banjari ini sehingga dapat membentuk nilai karakter religius dan gotong royong pada diri peserta didik. (Observasi Peneliti, 9 Maret 2022)

Ekstrakurikuler banjari ini siswa yang kurang memahami arti dari shalawatan lebih memperdalam lagi hal tersebut dan siswa yang memiliki kesenjangan waktu dapat ikut serta untuk mempelajari ekstrakurikuler banjari ini, sehingga tidak memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk ikut-ikutan anak dari luar semaraknya yang saat ini terjadi banyaknya peserta didik MA yang sudah menggunakan gadget bahkan tidak sedikit dari mereka yang telah memiliki akun media sosial sehingga mudah sekali bagi mereka untuk mengetahui bahkan mengikuti zaman modern saat ini. (Observasi Peneliti, 9 Maret 2022)



c. Pramuka

UU RI No. 20 tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka dalam Pasal 1 butir 3 menjelaskan bahwa Pramuka adalah warga negara Indonesia yang aktif dalam pendidikan kepramukaan serta mengamalkan Satya Pramuka dan Darma Pramuka.

Pramuka adalah sebutan bagi anggota Gerakan Pramuka yang berusia antara 7-25 tahun dan berkedudukan sebagai peserta didik. Disamping itu pula, bahwa pramuka merupakan singkatan dari Praja Muda Karana yang memiliki arti rakyat muda yang suka berkarya. Kata ini diambil dari Bahasa Sansakerta (Budiyanto, 2021)

Kepramukaan adalah sebagaimana yang dikatakan oleh Boden Powell selaku Bapak Pandu Sedunia, didalam bukunya dikatakan: "Scouting is no science to be solemnly studied, not is a collection of doctrine texts. No !!. it is joly game in the out of doors, where boy-man and boy can go adventuring together as leader ang younger brothers picking up health ang happiness, handicraft and helpfulness" (Kepramukaan bukanlah sesuatu yang harus dipelajari secara tekun, bukan pula merupakan suatu kumpulan dari ajaran ajaran dan naskah buku. Bukan!!.. kepramukaan adalah suatu permainan yang menyenangkan di alam terbuka, tempat dimana orang dewasa dan anak-anak pergi bersama-sama mengadakan pengembaraan seperti kakak beradik, membina kesehatan dan kebahagiaan, keterampilan dan kesediaan memberi pertolongan) (Afriangga & Irwansyah, 2021).

Pengertian tentang Pendidikan Kepramukaan tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan kepramukaan merupakan suatu proses pendidikan yang dilaksanakan diluar lingkungan sekolah dan keluarga dalam bentuk kegiatan yang menyenangkan, sehat, teratur, terarah, praktis yang dilakukan dialam terbuka dengan tetap berpegang teguh pada prinsip dasar kepramukaan dan metode kepramukaan, dimana sasaran akhirnya adalah pembentukan watak peserta didik (Fajriyah & Dr. Nuryadin Eko Raharjo, 2016).

Sebagaimana pernyataan narasumber Alwey sebagai siswa di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang sebagai berikut:

"Iya benar saya dan teman-teman saya juga banyak yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler Pramuka tetapi ada juga beberapa teman saya yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang lain seperti banjari dan pencak silat. Memang dia pintar sekali mengajinya maka dari itu mungkin dia ingin lebih mengembangkan bakatnya agar lebih bagus dan sempurna lagi dengan didampingi oleh guru-guru yang sudah mahir. (Alwey, Siswa Kelas 12, Wawancara 9 Maret 2022

d. Pencak Silat

Ekskurikuler beladiri pencak silat adalah wadah bagi siswa yang baru ingin mengenal dan yang telah memiliki kemampuan dalam beladiri pencak silat. Sehingga mereka bisa mengembangkan dan mengekspresikan diri mereka melalui beladiri pencak silat ini. Ekskul beladiri pencak silat tentunya terbuka untuk semua siswa yang berkeinginan untuk pandai beladiri tradisional (Narulita dkk., 2019). Tujuan adanya ekskul pencak silat adalah:

- 1) Wadah para siswa untuk mengembangkan minat dan bakat dalam beladiri pencak silat
- 2) Mengarahkan siswa agar melakukan kegiatan yang lebih positif
- 3) Menyalurkan kemampuan dan meningkatkan prestasi
- 4) Serta melatih mentalitas dan kedisiplinan diri pada siswa

Pembinaan kegiatan ekstrakurikuler pencak silat MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang terus digalakkan. (Observasi 9 Maret 2022). Kegiatan yang dilaksanakan di halaman madrasah ini, para siswa mengikutinya dengan penuh semangat. Adapun materi yang diberikan adalah teknik tendangan dan pukulan, kelanjutan dari materi latihan pada pekan lalu. Lely Ferdiagustina, salah satu peserta latihan mengungkapkan, sangat bangga bisa bergabung di kegiatan ekskul pencak silat.

“Bergabung di silat luar biasa menurutku, saya bangga sekali. Silat sangat penting untuk kaum perempuan apalagi perempuan rawan mendapatkan gangguan, dengan silat Insya Allah bisa membela diri dari hal-hal yang mengancam,” (observasi 9 Maret 2022)

## **2. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Selorejo**

Dalam hubungannya dengan strategi pemasaran pendidikan, MA Raden Rahmat Selorejo mengambil bauran pemasaran jasa pendidikan sebagai acuan untuk memasarkan sekolah. Dalam bauran pemasaran jasa pendidikan memiliki beberapa perangkat yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan hal yang sangat penting yang menjadi pertimbangan pilihan bagi calon peserta didik maupun masyarakat. Lembaga pendidikan harus mempunyai produk yang sangat baik sehingga dapat dinikmati oleh pelanggan dibidang pendidikan (Dayat, 2019). Pelanggan utamanya para siswa dan juga wali siswa. Apabila lembaga tidak mampu memasarkan produknya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur peminta tidak ada dan akhirnya pendaftar calon peserta

didik baru mengalami penurunan tidak bisa banyak lagi yang mendaftar. Maka dari itu peranan produk pemasaran didalam pendidikan sangat penting guna untuk menarik konsumen, dan meningkatkan kualitas produk-produk yang ada didalam lembaga pendidikan.

Dari situlah lembaga pendidikan dituntut untuk mempunyai produk yang baik berkualitas. Tertariknya konsumen dengan lembaga pendidikan tersebut tentunya ada beberapa produk yang menonjol akan keunggulannya seperti lulusan yang dihasilkan sekolah tersebut memiliki nilai yang bagus-bagus, memiliki fasilitas yang bagus, dan juga memiliki berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang banyak mendapatkan juara.

Strategi produk dapat dilakukan dengan cara diversifikasi produk, merek dagang, cara pembungkusan atau kemasan produk, tingkat mutu atau kualitas dari produk, pelayanan yang diberikan, sehingga yang nantinya dapat meningkatkan kualitas suatu usaha. Strategi produk tersebut bertujuan agar bisa menambah daya saing pasar dalam mengatasi persaingan pasar serta mencapai sasaran pasar yang dituju dengan tepat (Soffjan Assauri, 2007:200).

Dalam hal ini MA Raden Rahmat Sdelorejo memiliki kegiatan yang berbeda dari sekolah lainnya yakni kegiatan baca tulis Al-Quran dan kegiatan shalat dhuha yang dilakukan setiap hari sebelum masuk KBM, di Musholla sehingga para siswa dapat dengan lancar membaca AlQuran dan rajin beribadah karena sekolah ini berbasis madrasah. banyak produk ekstrakurikuler yang ditawarkan lainnya untuk dapat menarik calon peserta didik baru yakni kegiatan ekstrakurikuler Banjari, pramuka dan pencak silat.

b. Harga

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum (Philip kotler & Gary Amstrong, 2001:439)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam memberikan nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan kepuasan konsumen untuk membeli. Pada umumnya strategi harga yang diterapkan perusahaan biasanya disesuaikan dengan melihat pangsa pasar, situasi dan kondisi yang selalu berubah, tingkat kompetensi, dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam memenuhi pangsa pasar (Rambat Lupiyoadi, 2014:5).

Untuk masalah harga di MA Raden Rahmat sangat terjangkau karena harga yang ditetapkan diserahkan sepenuhnya kepada pihak orang tua siswa dan tidak berubah meskipun peserta didik mengikuti beberapa kegiatan ekstrakurikuler tidak ada biaya tambahan lagi. Awal masuk pendaftaran sampai lulus tidak dikenakan biaya sepeserpun karena dapat bantuan langsung dari dana BOS yang langsung membantu SPP para siswa jadi para orang tua sangat senang bisa menyekolahkan anak-anaknya di MA Raden Rahmat. Rata-rata siswa yang sekolah di MA Raden Rahmat ini dari desa semua jarang ada siswa yang dari kota.

c. Tempat

Tempat dalam konteks jasa pendidikan adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri (Aminuddin, 2022). Lokasi yang dimaksud adalah tempat penyaluran dan distribusi produk dari suatu perusahaan. Saluran distribusi yang dimaksud adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen (Rambat Lupiyoadi, 2014:234).

Lokasi dan saluran distribusi untuk menyediakan jasa kepada pasar sasaran adalah kunci area keputusan yang mencakup bagaimana menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana terjadinya proses penyaluran donasi. Lokasi dan saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan strategi penyaluran distribusi yang memudahkan pelanggan dengan menjaga loyalitas pelanggan.

MA raden Rahmat memiliki lokasi yang sangat strategis, letak sekolah yang tidak jauh dengan jalan raya dan tidak jauh dari pemukiman warga, untuk latihan atau pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler dapat dilaksanakan di dalam ataupun di luar sekolah. Dan lingkungan di depan sekolah yang masih banyak pepohonan membuat sekolah menjadi tidak terlalu panas serta sejuk kalau siang ada angin-angin yang lewat jadi siswa menjadi nyaman dan tenang dalam belajarnya.

d. Orang

Orang dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan seperti kepala sekolah, guru-guru, staf-staf lembaga pendidikan, dan karyawan. Salah satu menghadapi tantangan persaingan adalah dengan sumber daya manusia (SDM) (Mansur & Mirrota, 2023). Lembaga yang sehat tentunya dengan SDM yang bagus, mumpuni, dan menempatkan karyawan pada keahlian masing-masing sesuai dengan bidangnya (Rambat Lupiyodi, 2014:194). Kehandalan teknologi akan sia-sia tanpa peran SDM yang mumpuni. SDM yang bagus tentunya diawali dari penerimaan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan dan proses penyingkapan karyawan yang profesional.

MA Raden Rahmat memiliki tenaga pendidik yang berkualitas. Dengan dibuktikan pihak-pihak yang mendidik atau melatih kegiatan ekstrakurikuler dipilih yang benar-benar berpengalaman, profesional dalam mengajar dan handal. Seleksi guru yang mengajar di MA Raden Rahmat Selorejo yang pertama harus bisa mengaji Al-Quran dengan benar dan lancar karena sekolah ini adalah masdrasah dan ada pondok pesantren yang bekerjasama dengan sekolah, mempunyai ijazah sarjana S1 agar dapat mendidik peserta didik sesuai dengan kurikulum yang berlaku, dan juga para peserta didik memiliki kualitas yang baik.

e. Promosi

Promosi dapat dilakukan dengan mencakup aktivitas periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung, dan publikasi pemasaran (Lupiyoadi, 2009:75). Promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal-hal tersebut dapat dicapai dengan menggunakan alat promosi.

Promosi dalam lembaga pendidikan tentunya menjadi hal yang sangat penting dan harus dilakukan oleh lembaga tersebut karena untuk menjaring calon peserta didik baru dibutuhkan promosi agar lembaga dikenal luas oleh banyak orang. Promosi sering dilakukan menggunakan brosur, pamflet, media sosial, dan juga alumni-alumni sangat berpengaruh penting karena orang-orang akan lebih mempercayai alumni yang sudah pernah bersekolah di tempat sekolah tersebut (Putri, 2018).

MA Raden Rahmat Selorejo memiliki strategi pemasaran promosi yang berbeda dengan sekolah yang lainnya yakni melalui kegiatan ekstrakurikuler yang dipamerkan kepada masyarakat dan juga kepada calon peserta didik baru agar tertarik untuk mendaftar disekolah tersebut dengan strategi pemasaran keliling kampung sekitar, mengikuti lomba-

lomba sehingga banyak dikenal masyarakat luas dan sering di undang untuk acara-acara kampung. Seperti kegiatan ekstrakurikuler Banjari.

f. Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen (Daryanto, 2011:94).

Dalam konteks pendidikan, proses tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa. Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan (Imam Faizin, 2017:271)

Proses yang diberikan di MA Raden Rahmat Selorejo saat pelatihan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler melalui pembinaannya sudah sesuai jadwal yang telah diatur dan berjalan secara lancar mulai dari latihan setiap minggunya, persiapan untuk lomba-lomba sampai pelaksanaannya berjalan sesuai jadwal. Untuk penyampaian pelajaran guru kepada muridnya sudah sesuai aturan yang berlaku, penguasaan materi yang diberikan guru kepada murid juga sudah baik. Guru tidak membatasi murid untuk menyampaikan pendapat agar murid bisa aktif tanya jawab tidak diam saja.

g. Bukti Fisik

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah dengan unsur-unsur wujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Rambat Lupiyoadi, 2014:120).

Sarana fisik atau bukti fisik pada sebuah lembaga pendidikan adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada. Faktor sarana pembelajaran yang memadai merupakan fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran.

MA Raden Rahmat memiliki sarana prasarana yang sudah bisa dibilang lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan ekstrakurikuler, lapangan yang luas untuk latihan-latihan kegiatan ekstrakurikuler, alat-alat kegiatan ekstrakurikuler yang lengkap untuk dipakai. Kelas-kelas yang nyaman untuk dilaksanakan proses pembelajaran sehingga membuat para siswa merasa nyaman, dan memiliki gajobo di halaman sekolah yang bisa membuat para siswa-siswa nongkrong dan belajar pada waktu jam istirahat.

Adapun bentuk pemasarannya adalah sebagai berikut:

a. Mengadakan lomba Banjari tingkat SMP se-Kecamatan Mojowarno

- b. Mengadakan event pencak silat tingkat SMP se-Kecamatan Mojowarno
- c. Membuat brosur/pamflet tentang profil lembaga
- d. Memasang banner di beberapa tempat yang strategis.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan mengenai Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MA Raden Rahmat Selorejo Mojowarno Jombang dapat disimpulkan bahwa: Strategi pemasaran pendidikan di MA Raden Rahmat sudah dilaksanakan dengan baik dengan mengambil strategi pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikulernya. Kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MA Raden Rahmat meliputi pramuka, pencak silat dan banjar. Ada beberapa langkah yang dilakukan oleh kepala Madrasah untuk memasarkan lembaganya, diantaranya: a. Melakukan pembinaan serta pengawasan terhadap kegiatan ekstrakurikuler agar berjalan efektif dan efisien. b. Selain itu Madrasah juga melaksanakan pelatihan-pelatihan kegiatan ekstrakurikuler yang sudah diatur sesuai jadwal yang berlaku dengan tujuan para peserta didik mampu mengikuti perlombaan dan dapat mengikuti kegiatan yang ada di masyarakat, sehingga masyarakat maupun calon peserta didik baru dapat mengenal sekolah dan tertarik untuk mendaftar di Madrasah.

### **Daftar Pustaka**

- Alma, Buchari, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Akdon, (2011), Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Anam, Samsul. Dkk, (2013), Manajemen Pemasaran. Sidoarjo: IAIN Sunan Ampel Press.
- Abidin, A. M. (2019). Penerapan Pendidikan Karakter Pada Kegiatan Ekstrakurikuler Melalui Metode Pembiasaan. *DIDAKTIKA: Jurnal Kependidikan*, 12(2), 183–196. <https://doi.org/10.30863/didaktika.v12i2.185>
- Afriangga, I. D., & Irwansyah, D. (2021). Survei Tingkat Minat Terhadap Ekstrakurikuler Pramuka Pada Siswa Smp Negeri 2 Kejuruan Muda. *Jurnal Olahraga Rekreasi Samudra*, 4(2), Article 2.
- Aminuddin, M. Y. (2022). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Stakeholder Di Smp Al Hadad Kedungjambe Singgahan Tuban. *Al Kamal*, 2(2), 434–450.
- Bakti, S. (2022). Cara Menggali Potensi Anak Menurut Islam. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 11(2), 242–249.
- Budiyanto, C. (2021). Manajemen Pendidikan Kepramukaan Dalam Pembentukan Karakter. *Al-Idrak: Jurnal Pendidikan Islam Dan Budaya*, 1(1), Article 1.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218.

- Fajriyah, R., & Dr. Nuryadin Eko Raharjo, M. P. (2016). Pengembangan Pendidikan Karakter Siswa Program Keahlian Teknik Gambar Bangunan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di SMK Negeri 3 Yogyakarta. *Jurnal Elektronik Pendidikan Teknik Sipil (JEPTS)*, 4(4), Article 4.
- Faridah, S., & Darussallam, D. (2021). Manajemen Ekstrakurikuler Dalam Meningkatkan Prestasi Peserta Didik Bidang Non Akademik (Studi Kasus Di Mts Negeri 1 Sampang). *Journal TALIMUNA*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.32478/talimuna.v10i1.687>
- Fradito, A., Sutiah, S., & Mulyadi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.24042/alidarrah.v10i1.6203>
- Kasanah, I. K., Suyadi, B., & Sukidin, S. (2018). Implementasi Program Intensif Belajar Untuk Menghadapi Ujian Nasional Kelas Xii Ips Di Man 1 Jember Tahun Ajaran 2016/2017. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(1), 128–134.
- Kustian, E., Abdurakhman, O., & Firmansyah, W. (2018). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa. *Tadbir Muwahhid*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.30997/jtm.v2i2.1176>
- Mansur, A. A., & Mirrota, D. D. (2023). Peran Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Profesionalisme Guru Di Smp Negeri 1 Mojowarno Jombang. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 2(3), 256–266. <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v2i3.772>
- Mardatillah, M. (2020). Pola Kepemimpinan Islam dalam Perbankan Syariah (Studi Kasus di Bank X Syariah Cabang Z). *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 98. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8183>
- Narulita, A., Fajar, C. M., Riesma, R. S. N., Rachman, J. B., Aditany, S., & Dipura, D. S. (2019). Sosialisasi Citra Baru Pencak Silat sebagai Soft Power Indonesia Kepada Siswa SMP Negeri 2 Kota Bandung. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 72–92.
- Putri, N. E. K. (2018). Analisis strategi pemasaran jasa pendidikan di SMA Bukit Asam Tanjung Enim untuk menjaring siswa baru. *UIN Raden Fatah Palembang*.
- Ritonga, N. A., & Robita. (2022). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Yayasan Rupa Utara Madani. *JURNAL MUMTAZ*, 2(1), Article 1.
- Sugiyono, (2013), Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif.
- Umam, K. (2018). Dinamika Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Madrasah (Studi Multi-Situs di Kabupaten Jombang). *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.15642/jpai.2018.6.1.1-24>
- Emzir, (2018), Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 09 Tahun 2009.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003.



