



Peran Alumni Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Darul Mukhlishin Panggung Sampang

Munib, Khusnul Khotimah
Institut Agama Islam Nazhatut Thullab Sampang

Email :

munib.cahayailmu@gmail.com

pinmie06@gmail.com.

Abstrak

Pada era globalisasi sekarang ini, dalam dunia pendidikan terjadinya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga lainnya. Maka peran alumni disini mempunyai pengaruh kuat dalam pemasaran jasa Pendidikan di pondok Pesantren Darul Mukhlishin. Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua fokus penelitian yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu : *Pertama*, kegiatan apa saja yang melibatkan para alumni dalam kegiatan Pondok Pesantren Darul Mukhlishin?, *Kedua*, bagaimana alumni dilibatkan oleh lembaga pendidikan dalam pemasaran jasa pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlishin?. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan jenis penelitian lapangan. Adapun sumber data yang diperoleh yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah Kepala Pondok, Pengurus Alumni dan Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : *Pertama*, Pondok Pesantren Darul Mukhlishin melibatkan alumni dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan konsep pemasaran yaitu promosi dengan melalui media-media sosial (Whastaap, Facebook, dan Youtube), serta memperkenalkan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan. Konsep tersebut sesuai dengan Konsep bauran Pemasaran 7P,15 Promosi juga bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni-alumni yang senantiasa ikut mempromosikan kepada masyarakat. *Kedua*, dampak peran alumni dalam pemasaran jasa pendidikan terhadap pondok yaitu meningkatnya fasilitas-fasilitas Pondok, terbantunya pengelolaan program baru dan meningkatnya minat calon peserta didik baru. Alumni mempunyai pengaruh kuat terhadap kepercayaan masyarakat tentang Pondok hal ini sesuai dengan Pendapat Fitria Halim dan Ahmad Husein Ritongga Memperkuat brand Perusahaan

Kata Kunci : *Peran Alumni Dan Pemasaran Jasa Pendidikan.*

Abstract

In the current era of globalization, in the world of education there is competition between one institution and another. So the role of alumni here has a strong influence in marketing education services at the Darul Mukhlishin Islamic Boarding School. Based on this, there are two research focuses that are the main studies in this study, namely: First, what activities involve alumni in Darul Mukhlishin Islamic Boarding School activities?, Second, how are alumni involved by educational institutions in marketing educational services at Pondok Pesantren? Darul Mukhlishin Islamic Boarding School?. This research method uses a descriptive qualitative approach and type of field research. The sources of data obtained are through interviews, observation and documentation. The informants are the Head of Pondok, Alumni Management and the Community. The results of the study show that: First,

Darul Mukhlisin Islamic Boarding School involves alumni in marketing educational services, namely with a marketing concept, namely promotion through social media (WhatsApp, Facebook, and Youtube), as well as introducing by holding activities. This concept is in accordance with the 7P Marketing mix Concept.¹⁵ Promotion can also be done through the involvement of alumni who always promote to the community. Second, the impact of the alumni's role in marketing educational services to cottages is the increase in Pondok facilities, the assistance in managing new programs and the increasing interest of prospective new students. Alumni have a strong influence on public trust about the Pondok this is in accordance with the opinion of Fitria Halim and Ahmad Husein Ritonga Strengthening the Company's brand

Keywords : The Role of Alumni and Marketing of Educational Services

Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang seperti ini, dalam dunia pendidikan terjadinya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga pendidikan lainnya, sehingga yang terjadi banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh penggunanya dengan beberapa alasan. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu kemampuan pengolahan yang profesional agar bisa mempraktekkan dalam pengolahan pemasaran jasa pendidikan yang bertujuan untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan tujuan dari lembaga pendidikan tersebut.

Oleh sebab itu lembaga pendidikan hendaknya dapat meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan lulusannya sehingga masyarakat pun selaku pengguna jasa pendidikan tersebut akan berfikir selektif dalam menentukan lembaga mana yang harus dipilih untuk putra-putrinya. Masyarakat sudah cerdas dalam memilih lembaga pendidikan mereka akan memilih lembaga pendidikan yang menurut mereka terjangkau dan tentunya terbaik dan berkualitas. Oleh sebab itu hendaknya lembaga pendidikan harus bisa membuat inovasi yang baru demi memenuhi kebutuhan dari pengguna. Bila ada lembaga pendidikan yang tidak mengikuti keinginan dari pengguna maka secara otomatis lembaga pendidikan tersebut akan ditinggalkan oleh penggunanya.¹

Alumni adalah orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi.² Alumni merupakan warga istimewa dan memiliki ikatan batin yang kuat dengan sekolah, diharapkan peran serta dalam meningkatkan mutu pendidikan disekolah tempatnya merasakan layanan pendidikan. Ada berbagai cara yang dapat diberikan oleh para alumni, misalnya sumbangan pemikiran untuk mencari konsep dan cara kerja guna meningkatkan mutu layanan pendidikan. Bantuan partisipasi tidak hanya bersifat insidental, namun diharapkan berkelanjutan. Alumni sebagai salah satu petaruh atau

¹ Sarifuddin, Rehendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor". Jurnal, diakses <https://www.researchgate.net/publication/337598604>, tanggal 5 Maret 2022 pukul 21.38, hlm,

136.

² KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*), di Akses Secara Online Tanggal 25 Februari 2022

stakeholders sekolah tentu saja memiliki peran dan memberikan kontribusi yang tidak kecil terhadap sekolah.³

Pondok Pesantren Darul Mukhlishin berdiri pada Tahun 1996 yang di dirikan oleh KH. Abdul Mu'thi Syukri sekaligus beliau pengasuh pertama dipondok pesantren tersebut. Pondok Pesantren berada di Desa Panggung bertepatan di jalan Gunung Maddah Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. Dari wawancara yang dilakukan dengan Kepala Pondok yaitu di Pondok Pesantren Darul Mukhlishin memiliki lulusan Alumni yang banyak karena disetiap tahunnya selalu ada perkembangan dan untuk Tahun 2021 kurang lebih ada 304 Alumni. Dari setiap kegiatan-kegiatan yang diadakan Pondok Pesantren Darul Mukhlishin selalu melibatkan para alumni, seperti halnya kegiatan perkumpulan Alumni (IASDAM) setiap 1 Bulan satu kali yang dilaksanakan di rumah para alumni dan dihadiri oleh para alumni serta masyarakat dan masih ada beberapa lagi kegiatan pondok yang melibatkan para Alumni. Dilibatkannya para alumni disetiap kegiatan menurut Kepala Pondok sebagai salah satu cara mempromosikan Pondok Pesantren, sehingga dengan keterlibatan alumni keberadaan Pondok Pesantren bisa semakin dikenal dimasyarakat. Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Lembaga dengan judul "Peran Alumni Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Darul Mukhlishin Panggung Sampang".

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Jadi penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang diteliti.⁴ Adapun deskripsi dan penjelasan dalam penelitian ini yaitu yang berkaitan dengan peran alumni dan pemasaran jasa pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlishin.

Jenis pendekatan kualitatif yaitu penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang meneliti fakta-fakta dan permasalahan yang ada dilapangan, atau penelitian yang pemecahan masalahnya menggunakan data empiris.

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah asal atau tempat data yang dapat diperoleh. Data dalam penelitian dapat diperoleh dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari sumber yaitu data primer (secara langsung) dan data sekunder (tidak langsung). Untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan, maka peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data dengan melalui tiga tahapan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

³ H. Undang Ruslam Wahyudin, *Manajemen Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional)*, (Yogyakarta : CV Budi Utama), Juli 2020, hlm.101

⁴ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, (Surabaya : Cipta Media Nusantara), 2021, hlm.7

Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Peran alumni dalam pemasaran jasa pendidikan di Pondok Pesantren DarulMukhlisin

Ikatan Alumni Santri Darul Mukhlisin yang disebut IASDAM adalah suatu organisasi atau wadah para alumni Pondok Pesantren Darul Mukhlisin yang dibentuk agar lebih efektif dalam melakukan komunikasi antar alumni dan pondok. Adapun terbentuknya Organisasi IASDAM tersebut dibentuk pada tahun 2017 untuk mempererat ikatan alumni dengan Pondok serta memperkenalkan pondok ke khalayak umum dengan membantu mempromosikan pondok untuk mengembangkan kemajuan Pondok Pesantren Darul Mukhlisin.

Hal ini sesuai dengan pendapat Endang Rahmawati dan Weni Ariana, Alumni merupakan bagian dari Pondok Pesantren yang juga berperan penting dalam perkembangan dunia Pesantren, karena keberadaannya yang sudah tidak dilingkup pesantren membuat alumni harus bisa membuat suatu wadah atau organisasi yang bisa membangun suatu komunikasi yang baik agar bisa mencapai suatu visi misi. Terlepas dari keberadaan alumni tersebut, pihak pesantren melibatkan alumni dalam mempromosikan Pondok sehingga bisa memberikan ruang agar alumni bisa tetap menjalankan perannya dengan baik untuk kemajuan Pondok.⁵

Pondok Pesantren Darul Mukhlisin mempunyai beberapa kegiatan yang mana diantara kegiatan tersebut ada beberapa kegiatan yang di ikuti para alumni saja dan kegiatan yang diikuti alumni serta masyarakat. Adapun kegiatan Pondok yang melibatkan alumni yaitu kegiatan Rottibul haddad dirumah alumni, pengajian IASDAM dirumah alumni satu bulan satu kali, Pengajian Kitab di dalam Pondok khusus bagian alumni yang muda, HaflatuL Imtihan, dan Haul. Kegiatan Pondok yang melibatkan alumni dan Masyarakat yaitu kegiatan Muslimatan atau pengajian khusus bagian perempuan bertempat dirumah masyarakat yang diadakan satu bulan dua kali disetiap hari jum'at. Kegiatan-kegiatan yang melibatkan alumni dan masyarakat tersebut merupakan salah satu strategi Pondok untuk memperkenalkan Pondok Pesantren ke masyarakat. Hal ini sesuai dengan Strategi pemasaran terbuka yang meningkat (*enhanced open strategy*), yaitu sekolah hanya berusaha menjalankan program pendidikan lebih baik dari sekolah kompetitor tanpa membedakan dirinya dengan sekolah kompetitor. Maka pasar sasaran jasa pendidikannya

⁵ Endang Rahmawati dan Weni Ariana, "Strategi Pelibatan Alumni Dalam Promosi Pesantren Nurul Qur'an Lombok Tengah", Jurnal diakses dari <http://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/articel/download/4011/1808>, pada tanggal 06 Maret 2022 pukul 12.19

adalah seluruh calon pelanggan jasa pendidikan dalam satu wilayah dengan melibatkan syarat pendukung tambahan.⁶

Sebelum Pondok Pesantren melibatkan alumni dalam proses pemasaran jasa Pendidikan yaitu berkordinasi dengan para alumni terlebih dahulu melalui undangan tertulis serta pemberitahuan melalui media sosial (Whastaap). Untuk mengikut sertakan alumni di setiap kegiatan Pondok Pesantren melibatkan alumni dalam rapat kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Dilibatkannya alumni di rapat kegiatan Pondok yaitu agar kegiatan bisa berjalan sesuai tujuan karena dengan adanya pendapat dari alumni Pondok akan semakin terbantu dalam melakukan suatu kegiatan juga akan menambah inovasi baru di setiap kegiatan. Kordinasi yang dilakukan Pondok Pesantren adalah perencanaan yang senada dengan fungsi manajemen yang pertama yaitu, *Planning* merupakan langkah pertama yang harus dilakukan seorang manajer. Fungsi planning mencakup mendefinisikan tujuan organisasi, mengembangkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan mengembangkan dan mengordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Perencanaan dalam pemasaran pendidikan bertujuan untuk mengurangi atau mengimbangi ketidak pastian dan perubahan yang akan datang, memusatkan perhatian kepada sasaran, menjamin atau mendapatkan proses pencapaian tujuan terlaksana secara efisien dan efektif, serta memudahkan pengendalian.⁷

Dalam pemasaran jasa pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin alumni dilibatkan untuk mempromosikan dengan membantu menyebarkan kalender kemasyarakatan serta menyebarkan brosur-brosur melalui media sosial, serta mengenalkan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan dan mengajak antar saudara mereka untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin. hal ini sesuai menurut Buchari Aima (2005) bauran Pemasaran jasa yang dimaksud adalah konsep 7P,¹⁵dibagian, Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Kegiatan promosi sendiri dapat dilakukan melalui media komunikasi massa misalnya; Koran, majalah, televisi, papan reklame,dan gambar tempel. Adapun program yang sering diliput adalah ketika ada even-even tertentu, seperti ketika mendapatkan prestasi atau penghargaan dari pemerintah dan lain-lain. Demikian juga promosi juga bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni-alumni yang senantiasa ikut

⁶ Habibur Rahman, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP IT Al-Kholis*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, diakses di https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58482/1/11160182000027_Habibur%20Rahman%20-%20Habibur%20Rahman.pdf, Tanggal 17 Juli 2022, Pukul 22.35, hlm.30-31

⁷ Opan Arifuddin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada),2020, Hlm.23-27

mempromosikan kepada masyarakat. Hal ini sangat memberikan dampak yang sangat signifikan karena masyarakat lebih percaya dengan kesaksian orang-orang yang pernah terlibat didalamnya.

Ada beberapa media-media yang digunakan alumni dalam mempromosikan atau memberitahukan kepada khalayak umum tentang Pondok Pesantren Darul Mukhlishin diantaranya yaitu Facebook, Youtube, dan Whastaap, berikut nama-nama dari setiap akun media social di Pondok Pesantren Darul Mukhlisn :

a. Facebook

Pondok Pesantren Darul Mukhlishin mempunyai akun media tersendiri di Facebook yaitu dengan nama Ponpes Darul Mukhlishin dan juga ada akun khusus dari alumni tersendiri dengan nama IASDAM yang mana keduanya dikelola oleh ketua alumni. Pondok Pesantren menggunakan akun ini yaitu untuk membagikan informasi atau dokumentasi yang tidak hanya foto melainkan video-video yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan Pondok.

b. Youtube

Akun Youtube di Pondok pesantren Darul Mukhlishin dengan nama Iksdam Official ini adalah salah satu media yang paling aktif digunakan untuk melakukan siaran langsung disaat acara atau kegiatan-kegiatan pondok seperti Haul, Hafiah dan Lomba-lomba yang mana akun ini dipegang oleh ketua alumni. Ada jugavideo-video tentang Pondok Pesantren bagikan.

c. Whastaap

Di Whastaap ini alumni mempunyai grup, yang mana digrup tersebut alumni saling memberi informasi terkait tentang pondok dan juga alumni juga ikut membantu menyebarkan pamflet atau brosur dan video atau foto-foto tentang Pondok Pesantren Darul Mukhlishin melalui story di whastaap para alumni tersendiri.

Tentunya dengan adanya media sosial yang digunakan alumni dan pondok akan memudahkan dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan dengan cepat akan tersebar luas. Apalagi di era saat ini penggunaan media sosial sangat tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Andi Gunawan Chakti yaitu Media Digital menjadi gerbang informasi konsumen masa kini. Fakta saat ini konsumen akan mencari informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet baik website maupun social media karena dianggap lebih praktis dibandingkan datang langsung kepenyedia produk/jasa. Konsumen saat ini akan mengecek produk/jasa diplatform digital sebelum memutuskan membeli atau menggunakan jasa yang diinginkan. Disini pentingnya digital marketing dimana perusahaan yang belum mengaplikasikan Digital Marketing akan kalah dengan perusahaan yang telah menyediakan informasi maupun katalog perusahaannya di internet.

Dengan informasi online tersebut akan memudahkan konsumen tanpa harus datang ketempat penyedia produk/jasa. Jika konsumen tertarik dapat langsung melakukan transaksi melalui online maupun datang langsung pada penyedia produk/jasa.⁸

Dalam pembagian tugas Pondok mengikut sertakan alumni salah satunya ialah dalam pengelolaan bagian media yaitu diberikan kepada alumni, jadi disini Pondok tidak bekerja sendiri melainkan juga melibatkan alumni dalam kepengurusan Pondok dibagian kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Dengan begitu semua pekerjaan akan terkordinir dengan baik dan tuntas, hal ini sesuai dengan *Organizing* merupakan tanggung jawab manajer untuk mendesain struktur organisasi dan mengatur pembagian pekerjaan. Termasuk mempertimbangkan tugas apa yang harus dilakukan, siapa melakukan, bagaimana tugas dikelompokkan, siapa melapor kepada siapa dan dimana keputusan dibuat. Jadi disini diperlukan suatu struktur yang jelas, sehingga tidak terjadi saling lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan dalam pekerjaan. Pengorganisasian ini sebagai proses membagi kerja kedalam tugas-tugas yang lebih kecil, membebaskan tugas-tugas itu kepada orang sesuai dengan kemampuannya dan mengelokasikan sumber daya, serta mengkoordinasikannya dalam rangka efektivitas pencapaian tujuan organisasi.⁹ Dari media-media tersebut masyarakat akan lebih mengenal tentang Pondok Pesantren Darul Mukhlisin.

2. Dampak peran alumni dalam pemasaran jasa pendidikan di PondokPesantren Darul Mukhlisin

Dengan adanya alumni yang dilibatkan dalam setiap kegiatan Pondok merupakan salah satu cara pondok agar bisa menumbuhkan minat dan kepercayaan masyarakat tentang Pondok, karena alumni merupakan seseorang yang pernah menuntut ilmu pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin dengan begitu alumni mempunyai pengaruh kuat terhadap kepercayaan masyarakat tentang Pondok hal ini sesuai dengan Pendapat Fitria Halim dan Ahmad Husein Ritonga Memperkuat brand Perusahaan, Konsumen jasa menggunakan jasa suatu perusahaan sering kali berdasarkan referensi brand yang kuat dikalangan konsumen. Mereka

⁸ Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing*, Celebes Media Perkasa, 2019, hlm. 12-15

⁹ Opan Arifuddin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada),2020, Hlm.23-27

meyakini bahwa perusahaan dengan branding yang kuat memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik dan dapat diandalkan.¹⁰

Pondok Pesantren Darul Mukhlisin juga melibatkan alumni dalam kepanitian dengan begitu Pondok akan semakin terbantu dalam memperkenalkan Pondok kepada Masyarakat. Pemberdayaan ini dilakukan agar alumni tetap mempunyai rasa kepemilikan terhadap Pondok, hal ini sesuai dengan ruang lingkup peran alumni sebagai inspirator dan *role model* yaitu meningkatkan motivasi dan menanamkan budaya yang benar selama sekolah dan ketika sudah lulus.¹¹

Tidak hanya itu alumni juga memberikan contoh baik kepada masyarakat untuk kemajuan Pondok karena dari alumni masyarakat lebih percaya dan termotivasi untuk memasukkan anak mereka kedalam Pondok. Hal ini sesuai dengan Inspirator dan *Role Model* yaitu Alumni berbagai pengalaman dalam manajemen waktu dan keuangan, manajemen pengembangan diri dan karakter dengan begitu peserta didik dapat terbantu dalam memperkuat kepercayaan diri. Meningkatkan motivasi dan menanamkan budaya yang benar selama sekolah dan ketika sudah lulus. Serta Mendukung Reputasi Lembaga yaitu Alumni yang telah berhasil diberbagai sektor pekerjaan baik lokal maupun nasional maupun internasional, telah mengesahkan kualitas dan efektivitas program pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sebuah perguruan tinggi. Semakin berpengaruh posisi alumni dalam pekerjaan mereka, semakin tinggi pengakuan terhadap masyarakat terhadap universitas.

Peran alumni tidak hanya sekedar mempromosikan Pondok, alumni Pondok Pesantren Darul Mukhlisin juga membantu Pondok dengan keahlian mereka yaitu diantaranya menjadi pengajar di ekstrakurikuler Pondok yaitu di kegiatan Drumband, Pancasilat, kursus tajwid, hadrah dan menjadi juru bicara di kegiatan pengajian muslimatan. Dengan adanya kontribusi tenaga dari alumni yang diberikan kepada Pondok maka program-program yang ada dipondok akan semakin berkembang dengan begitu masyarakat semakin yakin untuk memondokkan anak mereka ke Pondok Pesantren Darul Mukhlisin. Hal ini sesuai dengan Memberikan Keahlian

¹⁰ Fitria Halim, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (yayasan kita menulis), 2021, hlm.7-8

¹¹ H. Undang Ruslam Wahyudin, *Manajemen Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional)*, (Yogyakarta : CV Budi Utama), Juli 2020, Hlm.101-103

Para alumni dapat berkontribusi dengan memberikan keahlian mereka dalam pekerjaan mereka dalam mengembangkan program studi baru di universitas.¹²

Peran alumni sangat bermanfaat bagi pondok bukan sekedar membantu pondok dalam perekrutan siswa tetapi dari segi finansial alumni Pondok Pesantren Darul Mukhlisin sangatlah kompak dalam membantu mencari dana serta membantu memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada di Pondok. Hal ini sesuai dengan ruang lingkup peran alumni meningkatkan upaya dalam mengumpulkan dana yaitu Alumni secara individual atau himpunan alumni terutama yang sudah senior dan memiliki ekonomi yang stabil bisa mengurangi beban keuangan siswa atau mahasiswa kurang mampu di universitas. Alumni atau himpunan alumni dapat mendorong pengumpulan dana yang besar untuk pemberian beasiswa, mendukung kegiatan siswa, program kebudayaan, membantu dalam pengembangan infrastruktur universitas.

Dengan meningkatnya fasilitas-fasilitas yang ada tentunya akan menumbuhkan minat masyarakat untuk memondokkan anak mereka karena masyarakat akan senang jika anak didik mereka diberikan fasilitas yang cukup nyaman. Dari alumni Pondok semakin maju dan dikenal baik oleh masyarakat diantaranya semakin meningkatnya fasilitas-fasilitas Pondok Pesantren Darul Mukhlisin dan Peserta didik. Hal ini juga sesuai dengan menurut Buchari Aima (2005) bauran Pemasaran jasa yang dimaksud adalah konsep 7P,15 dibagian, Sarana fisik merupakan suatu hal yang nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa. Pada sebuah lembaga pendidikan yang merupakan sarana fisik adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada. Factor sarana pembelajaran yang memadai merupakan fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran.¹³

Disetiap kegiatan tentunya ada evaluasi untuk bisa memastikan efektif tidaknya suatu kegiatan, tentunya di pondok pesantren Darul Mukhlisin juga melakukan evaluasi yaitu 1 tahun 2 kali dengan melibatkan alumni. Dengan adanya evaluasi maka akan ada suatu kritik yang membangun untuk kegiatan selanjutnya agar bisa lebih efektif lagi. Hal ini sesuai dengan Rencana kontrol tahunan, yang meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan tercapai.

¹² ¹⁵H. Undang Ruslam Wahyudin, *Manajemen Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional)*, (Yogyakarta : CV Budi Utama), Juli 2020, Hlm.101-103

¹³ Opan Arifuddin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada), 2020, Hlm.29-32

Penutup

Kegiatan-kegiatan yang melibatkan alumni tersebut merupakan salah satu syarat tambahan dalam pemasaran jasa pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin, hal ini sesuai dengan strategi pemasaran terbuka yang meningkat (*enhanced open strategy*). Pondok Pesantren Darul Mukhlisin melibatkan alumni dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan mengajak para alumni untuk ikut membantu mempromosikan Pondok ke masyarakat. Dengan melalui media-media sosial (Whastaap, Facebook, dan Youtube) dan mengadakan kegiatan-kegiatan. Pemasaran jasa yang dilakukan Pondok dengan melibatkan alumni mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap konsumen karena pada dasarnya konsumen akan lebih percaya tentang Pondok kepada alumni Karena alumni merupakan seseorang yang pernah menuntut ilmu dalam Pondok Pesantren. Pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan Pondok dengan melibatkan alumni dalam mempromosikan Pondok tersebut sesuai dengan Konsep bauran Pemasaran 7P,15 Promosi juga bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni-alumni yang senantiasa ikut mempromosikan kepada masyarakat.

Dari alumni Pondok semakin maju dan dikenal baik oleh masyarakat diantaranya semakin meningkatnya fasilitas-fasilitas Pondok Pesantren. Pondok juga terbantu dalam pengembangan program dan semakin banyaknya minat calon peserta didik. alumni merupakan seseorang yang pernah menuntut ilmu pendidikan di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin dengan begitu alumni mempunyai pengaruh kuat terhadap kepercayaan masyarakat tentang Pondok hal ini sesuai dengan Pendapat Fitria Halim dan Ahmad Husein Ritonga Memperkuat brand Perusahaan, Konsumen jasa menggunakan jasa suatu perusahaan sering kali berdasarkan referensi brand yang kuat dikalangan konsumen. Mereka meyakini bahwa perusahaan dengan branding yang kuat memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik dan dapat diandalkan.

Daftar Pustaka

- Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing*, Celebes Media Perkasa, 2019
- Endang Rahmawati dan Weni Ariana, "Strategi Pelibatan Alumni Dalam Promosi Pesantren Nurul Qur'an Lombok Tengab", Jurnal diakses dari <http://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/articel/download/4011/1808>, pada tanggal 06 Maret 2022 pukul 12.19
- Fitria Halim, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (yayasankita menulis), 2021
- Habibur Rahman, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP IT Al-Kholis*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, diakses di https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58482/1/111601820000_27_Habibur%20Rahman%20-%20Habibur%20Rahman.pdf, Tanggal 17 Juli 2022,

Pukul 22.35

- H. Undang Ruslam Wahyudin, *Manajemen Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional)*, (Yogyakarta : CV Budi Utama), Juli 2020
- KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*), di Akses Secara Online Tanggal 25 Februari 2022
- Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, (Surabaya : Cipta Media Nusantara), 2021
- Opan Arifuddin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada), 2020
- Sarifuddin, Rehendra Maya. “*Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor*”. Jurnal, diakses <https://www.researchgate.net/publication/337598604>, tanggal 5 Maret 2022 pukul 21.38