

# STRATEGI PEMASARAN MADRASAH DINIYAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH MURID (Studi Kasus Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman)

Mella Mardayanti & Amirul Muttaqin

IAIN Ponorogo

mardayantimella@gmail.com

**Abstrak:** *Peningkatan jumlah murid dapat dijadikan acuan tanda keberhasilan madrasah dalam menjalankan perannya sebagai lembaga pendidikan. Dimana semakin baik produk dan layanan dari sebuah lembaga pendidikan maka akan semakin baik citra dan pandangan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. permasalahan menurunnya jumlah murid pendaftar terhadap madrasah menandakan berkurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan, sehingga harus segera dicarikan solusinya. Hal ini terjadi di Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman dimana terdapat pengurangan jumlah pendaftar di beberapa tahun terakhir. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis logis dimana pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan dalam menentukan kredibilitas data menggunakan teknik triangulasi, dilanjutkan dengan analisis data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyampaian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian terkait strategi pemasaran madrasah diniyah ini dilakukan untuk mengatasi masalah madrasah terkait dengan jumlah murid pendaftar yang kian berkurang pada 3 tahun terakhir. Sedangkan implementasinya strategi pemasaran yakni dengan menerapkan konsep bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence) dengan hasil dapat meningkatkan jumlah murid pendaftar sebanyak 13 murid, meskipun masih belum mencapai kuota yang disediakan yakni sebanyak 20 kursi.*

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Madrasah Diniyah, Peningkatan Jumlah Murid*

## PENDAHULUAN

Madrasah merupakan sebutan dari salah satu jenis lembaga pendidikan yang ada di Indonesia. Biasanya madrasah lebih menekankan kepada ilmu-ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan agama dibandingkan dengan sekolah-sekolah pada umumnya. Keberadaan madrasah sendiri kini mulai diakui dalam perundang-undangan negara republik Indonesia. Salah satu jenisnya adalah Madrasah Diniyah, dimana madrasah ini lebih fokus untuk mempelajari ilmu-ilmu pengetahuan agama.

Jumlah Madrasah Diniyah di Kabupaten Ponorogo juga tidak terbilang sedikit. Kehadiran madrasah-madrasah yang kian menjamur mengakibatkan timbulnya persaingan dan kompetisi oleh beberapa madrasah dalam meningkatkan layanan pendidikan serta memenuhi kebutuhan mutu pendidikan murid dan masyarakat. Akan tetapi, banyaknya kuantitas jumlah madrasah tersebut tidak diimbangi dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya ilmu agama sehingga bersedia untuk menyekolahkan putra-putrinya di Madrasah Diniyah. Masyarakat kebanyakan menganggap bahwa sekolah umum saja sudah lebih dari cukup untuk mengajarkan tentang agama. Sehingga hal tersebut mempengaruhi jumlah rekrutmen murid di Madrasah Diniyah se-Ponorogo yang kini stagnan tidak bertambah secara signifikan.

Rekrutmen murid di madrasah pada hakikatnya merupakan sebuah proses dalam mencari, menentukan, serta menarik pelamar yang bersedia untuk dijadikan murid dilembaga pendidikan tertentu. Rekrutmen murid dinilai sangat penting untuk kelangsungan lembaga pendidikan. Sebab, dengan keberadaan muridlah lembaga pendidikan dapat menjalankan perannya dalam memproses murid dari input menjadi output. Adanya murid dalam proses pendidikan merupakan rukun yang harus ada dalam penyelenggaraan pendidikan itu sendiri. Dengan kata lain, murid menentukan keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan.

Problematika yang dihadapi oleh Madrasah Diniyah di Kabupaten Ponorogo secara umum adalah terkait dengan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya ke Madrasah. Salah satu penyebabnya ialah dengan adanya persepsi negatif masyarakat tentang penyelenggaraan pendidikan di Madrasah kurang bermutu, pandangan bahwa Madrasah lebih mengedepankan mata pelajaran agama daripada mata pelajaran umum, serta kurangnya kelengkapan sarana dan prasarana yang ada di Madrasah jika dibandingkan dengan sekolah umum lainnya. Sehingga dari sini dapat disimpulkan bahwa persepsi negatif masyarakat dapat berpengaruh terhadap proses rekrutmen murid di Madrasah

Diniyah Kabupaten Ponorogo.

Salah satu Madrasah Diniyah yang ada di Kabupaten Ponorogo adalah Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman, yang mana merupakan Madrasah Diniyah satu-satunya dikawasan kelurahan Mangunsuman Kabupaten Ponorogo. Meskipun terdapat beberapa madrasah yang jaraknya tidak jauh dari lokasi, akan tetapi madrasah tersebut sudah memasuki kawasan di luar Kelurahan Mangunsuman. Meskipun demikian, bukan berarti tidak ada lembaga non-formal yang berbasis keagamaan. Terdapat beberapa pesantren dan juga TPA serta TPQ yang jaraknya tidak berjauhan. Oleh karenanya, persaingan rekrutmen murid juga terbilang sangat ketat.

Meski demikian, Madrasah ini diberikan keuntungan berupa tempat yang strategis. Bertempat di jalan kawung no. 136, dimana ditempat tersebut terdapat sekolah formal berupa MI Mangunsuman 2. Madrasah ini berbagi gedung dengan MI Mangunsuman 2 tersebut. MI Mangunsuman 2 memiliki jam aktif dari pagi hingga siang, dilanjutkan Madrasah Diniyah dengan jam aktif dari siang hingga sore hari.

Madrasah tersebut memiliki empat tingkatan kelas, dengan masing-masing kelas memiliki daya tampung sebanyak 20 murid/kelas. Akan tetapi, dalam pencapaiannya hingga tahun ajaran 2018/2019 menunjukkan hal yang kontradiktif. Pencapaian penerimaan murid baru pada beberapa tahun terakhir belum mencapai daya tampung yang ditetapkan. Pada tahun ajaran 2016/2017 terdapat sejumlah 18 murid, tahun ajaran 2017/2018 terdapat sejumlah 12 murid, dan tahun ajaran 2018/2019 terdapat sejumlah 10 murid.<sup>1</sup> Dari data statistik ini dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengurangan jumlah rekrutmen murid dari tahun ke tahun secara signifikan sehingga tidak mampu memenuhi kuota daya tampung kelas yang telah disediakan oleh madrasah.

Terkait dengan masalah yang dihadapi madrasah tersebut, perlu adanya tindakan yang tepat dengan strategi jitu agar madrasah dapat mencapai target yang ingin dicapai. Sebab, jika dibiarkan maka akan mempengaruhi keberlangsungan madrasah itu sendiri. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pencapaian yang maksimal dalam proses rekrutmen murid, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait strategi pemasaran madrasah menggunakan pendekatan Bauran Pemasaran 7P, untuk membantu Madrasah khususnya kepala madrasah dan *stakeholder* madrasah untuk mengoptimalkan sistem rekrutmen murid agar

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Ibnu Mashudi Kepala Madrasah Darul Ulum Mangunsuman.

madrasah mampu mencapai dari apa yang telah ditargetkan.

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan dengan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis, dengan latar belakang di Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman sebagai lokasi tempat penelitian dilaksanakan. Untuk mendapatkan data berupa keterangan-keterangan dan informasi yang digunakan dalam kepentingan penelitian, maka diperlukan subyek penelitian yang merupakan sumber data yang terdiri dari sumber primer dan juga sumber sekunder. Sumber primer yaitu sumber data yang diambil peneliti melalui wawancara dan observasi. Sumber tersebut meliputi; komite madrasah, kepala madrasah, tenaga pendidik madrasah, serta masyarakat atau wali murid. Adapun sumber sekunder yaitu sumber data diluar kata-kata dan tindakan yakni berupa sumber data tertulis atau sejenisnya.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Jenis observasi yang digunakan adalah observasi partisipan, dimana pengamatan dilakukan dengan cara ikut ambil bagian atau melibatkan diri dalam obyek atau situasi yang diteliti.

2. Metode Wawancara

Jenis wawancara yang digunakan adalah teknik interview bebas terpimpin, dimana peneliti meyiapkan catatan pokok terlebih dahulu agar pembahasan tidak menyimpang dari garis yang telah ditetapkan sesuai pedoman dalam mengadakan wawancara.

3. Metode Dokumentasi

Jenis dokumentasi yang digunakan adalah dokumentasi tidak resmi, diantaranya merupakan data kepala sekolah dan tenaga pendidik, struktur organisasi, serta data masuk dan keluar murid yang mana dapat memberikan informasi kuat terhadap suatu kejadian.

Sedangkan untuk memperoleh data temuan yang kredibel, maka perlu diperiksa keabsahan temuannya dengan menggunakan sebuah teknik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pembandingan data atau sebagai pengecekan.

Data Reduction (Reduksi data) Reduksi data merupakan proses memilih, memusatkan perhatian dan menyederhanakan melalui seleksi dari data mentah

yang muncul dari data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan, sehingga menjadi informasi yang bermakna.<sup>20</sup> Seluruh data yang penulis peroleh dilapangan dirangkum, kemudian dipilih data yang sesuai dengan fokus penelitian. 2. Data Display (Penyajian data) Penyajian data adalah suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk membuat kesimpulan atau tindakan yang diusulkan.<sup>21</sup> Penyajian data informasi dilakukan secara konkrit dari setiap aktivitas, kegiatan, peristiwa maupun tindakan yang terkait dengan fokus penelitian. 3. Conclusion drawing/verification. Langkah terakhir dari penelitian kualitatif adalah menyimpulkan dari data yang dideskripsikan dan melakukan verifikasi berdasarkan analisis kualitatif yang dikembangkan Milles dan Huberman. Kesimpulan ini akan diikuti dengan bukti-bukti yang diperoleh ketika penelitian dilapangan. Verifikasi data dimaksud untuk penentuan data akhir dari keseluruhan proses tahapan analisis, sehingga keseluruhan dapat terungkap dan dituangkan dalam kalimat yang mudah difahami.

Adapun analisis data, penulis menggunakan teknik analisis data dengan modelinteraktif dari Milles dan Hubberman, yaitu *data reduction, data display dan coclusion drawing/verification*. Model tersebut dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih dan memilah data mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang dapat untuk dijelaskan kepada orang lain.

Oleh karena itu, setelah memperoleh data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, maka peneliti akan menggambarkan dengan jelas fenomena yang ada di Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman, serta strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah murid. Dengan cara memadukan hasil observasi dari peneliti, hasil wawancara dengan berbagai macam komponen dan dokumen terkait yang didapat, jika data yang diperoleh sesuai dengan tiga hal di atas, maka data itu valid. Tetapi jika terdapat data yang tidak ada kesesuaian dengan salah satunya, maka perlu diadakan penelitian ulang untuk memperoleh keabsahan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Madrasah Diniyah Darul Ulum didirikan pada tanggal 10 Juli 1989.<sup>2</sup> Berdiri hingga saat ini dan terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Akan tetapi pada 3 tahun terakhir ini terlihat menurunnya tingkat kepercayaan

---

<sup>2</sup> Data IJOP Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman.

masyarakat terhadap madrasah, sehingga mengakibatkan rekrutmen murid baru tidak mencapai target atau tidak memenuhi kuota yang telah disediakan. Hal tersebut dilatar belakangi diantaranya yaitu; kurangnya kompetensi guru dalam mengajar, kurangnya informasi penerimaan murid baru kepada masyarakat, kurangnya kualitas output madrasah yang dihasilkan selama ini.<sup>3</sup>

Dari hasil wawancara diatas, maka perlu adanya tindak lanjut untuk membenahan manajemen madrasah yang telah berjalan selama ini, khususnya dibidang rekrutmen murid. Salah satu wujud dari tindak lanjut tersebut yakni dengan dilakukannya evaluasi dengan harapan agar masalah-masalah yang ada dapat terselesaikan dan madrasah dapat berjaya kembali seperti sediakala.<sup>4</sup>

Dari evaluasi tersebut diatas membuahkan hasil diantaranya yaitu dengan membentuk panitia khusus penerimaan murid baru. Dengan demikian, tanggung jawab pemasaran madrasah dalam merekrut murid pada tahun 2019/2020 diserahkan kepada panitia tersebut, sebab dengan adanya panitia maka akan terorganisir guru yang fokus terhadap permasalahan tersebut dan yang tidak. Panitia tersebut diharapkan dapat menyusun strategi-strategi pemasaran khusus untuk menarik minat masyarakat agar bersedia mendaftarkan putra-putrinya di Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman.

Strategi yang pertimbangan oleh panitia khusus penerima murid baru, selain dengan memperhatikan masukan-masukan dari wali murid dan masyarakat juga memperhatikan konsep manajemen berupa bauran pemasaran 7P, yakni product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. konsep ini kemudian disesuaikan dengan kondisi madrasah selaku lembaga pendidikan yang melaksanakannya dan kemudian digunakan untuk mengambil keputusan lalu dilanjutkan dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat pengguna jasa pendidikan.

## **1. Product**

Produk merupakan suatu hal yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan, serta dapat memuaskan pengguna jasa. Dengan kualitas produk yang baik akan menciptakan citra yang baik pula di mata masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan. Sebab, produk merupakan suatu hal yang biasanya dipertimbangkan dan diperhatikan oleh pengguna jasa. Seberapa berkualitas

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan Andriyan Bimeko Diarso wali murid.

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Rudi Hartono guru Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman.

produk yang dihasilkan merupakan jaminan sukses yang ditawarkan kepada murid oleh kepala madrasah.

## **2. Price**

Penetapan pembayaran atau harga merupakan hal yang penting dalam manajemen pemasaran. Hal ini patut dipertimbangkan karena pendapatan total dan biaya dipengaruhi oleh penetapan harga. Harga merupakan faktor utama dalam memutuskan pasar sasaran, pelayanan, serta persaingan. Sedangkan harga atau pembayaran madrasah saat ini terkadang menjadi kendala oleh beberapa kalangan masyarakat yang tingkat perekonomiannya rendah (miskin). Dengan pertimbangan tersebut, madrasah menyediakan beasiswa sekolah gratis bagi yang berprestasi dan juga memberikan bantuan peringanan dana pendidikan dengan pembayaran tidak menggunakan uang, melainkan menggunakan makanan pokok berupa beras. Hal tersebut dilatar belakangi karena matapencaharian masyarakat dilingkungan madrasah yang mana sebagian besar adalah petani. Jadi hal tersebut diharapkan dapat mengurangi beban yang ditanggung oleh wali murid agar tidak keberatan menyekolahkan putra-putrinya di Madrasah.

## **3. Place**

Salah satu yang harus dipertimbangkan secara matang adalah jangkauan tempat. Tempat-tempat yang strategis biasanya memiliki peluang akses publik yang lebih baik. Sedangkan, di madrasah ini tempat merupakan salah satu nilai tambah yang ditawarkan madrasah. Dengan lokasi madrasah yang strategis dapat menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat pengguna jasa pendidikan. Hal tersebut berkaitan dengan akses jalan untuk transportasi menuju madrasah dekat dan mudah dijangkau. Sehingga hal tersebut dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi madrasah. Sebab, masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan pasti lebih memilih lokasi yang strategis, aman, dan nyaman.

## **4. Promotion**

Promosi merupakan sarana yang berperan penting dalam rekrutmen murid baru. Dengan promosi, pihak madrasah dapat mengenalkan keunggulan madrasah kepada masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan. Upaya yang dilakukan dalam aspek ini antara lain yaitu dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat luas, melakukan promosi pengenalan di lembaga-lembaga pendidikan formal, serta membangun jaringan komunitas atau kemitraan dengan organisasi lain. Dengan

demikian, diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal madrasah sehingga memiliki ketertarikan untuk menyekolahkan putra-putrinya di madrasah.

### **5. *People***

Selain produk, harga, tempat, dan promosi, hal lain yang mempengaruhi pemasaran madrasah ialah kualitas dari pendidik atau guru. Sebab guru selaku aset utama merupakan ujung tombak dari sebuah lembaga pendidikan. Seberapa besar kualitas dan kompetensi guru akan mempengaruhi seberapa besar kualitas pendidikan dan produk yang dihasilkan. Kinerja tenaga pendidik yang baik tentu akan menghasilkan kepuasan pengguna jasa pendidikan, Oleh karena itu, madrasah berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi guru, diantaranya yakni melalui workshop, seminar, penelitian, dan lain sebagainya. Seberapa kualitas kompetensi seorang guru akan menjadi acuan masyarakat pengguna jasa pendidikan untuk memilih madrasah yang tepat bagi putra-putrinya.

### **6. *Process***

Proses dan kualitas layanan juga sangat menentukan kesuksesan pemasaran lembaga pendidikan. Proses kegiatan belajar mengajar yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pengguna jasa pendidikan. Dalam hal ini, madrasah memberikan layanan pendidikan berupa Pembelajaran yang aktif, efektif, dan inovatif, serta program-program madrasah yang dapat mengembangkan potensi, bakat dan minat murid.

### **7. *Physical Evidence***

Untuk menarik minat pengguna jasa, diperlukan pula adanya bukti fisik yang menunjukkan bahwa lembaga pendidikan tersebut memiliki kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai sehingga dapat mendukung proses pembelajaran. Adapun sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Madrasah Diniyah Darul Ulum adalah bangunan gedung yang kokoh, kelas yang rapi dan nyaman, dan tempat ibadah yang terjaangkau. Dengan demikian dapat menjadi nilai tawar yang patut dipertimbangkan serta diperhatikan oleh masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan, agar tertarik untuk menyekolahkan anaknya di Madrasah tersebut.

Dari uraian diatas dapatlah diketahui bahwasanya strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah murid dalam proses rekrutmen murid Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman yakni menggunakan teori bauran pemasaran yang mempertimbangkan aspek 7P (*Product, Price, Place, Promotion,*



*People, Process, dan Physical evidence*).

Strategi tersebut disimpulkan dalam rapat evaluasi setelah melakukan survei secara sederhana, dan menemukan realita bahwasanya masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan senantiasa mempertimbangkan produk, harga, jangkauan tempat, SDM, layanan, serta fasilitas pendukung dalam lembaga pendidikan.

Setelah menerapkan strategi pemasaran pendidikan tersebut, rekrutmen murid baru oleh Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman pada satu tahun terakhir masih belum dapat mencapai target kuota yang telah disediakan. Akan tetapi, terdapat peningkatan jumlah pendaftar murid baru jika dibandingkan dengan tahun ajaran sebelumnya. Pada tahun 2018/2019 terdapat 10 pendaftar, dan pada tahun 2019/2020 terdapat 13 pendaftar. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan oleh madrasah telah berhasil dalam perencanaan hingga implementasi program pemasaran pendidikan meski belum sepenuhnya sempurna sesuai yang ditargetkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa evaluasi yang dilaksanakan dalam rapat madrasah terkait rekrutmen murid baru dianggap telah berhasil serta mencapai target dan tujuan sebagaimana yang diinginkan. Sehingga madrasah tetap dapat melangsungkan perannya sebagai lembaga pendidikan tanpa kekurangan murid. Kemudian implementasi konsep pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical evidence*) dinilai efektif ketika digunakan dalam pemasaran pendidikan. Dengan implementasi konsep tersebut dapat meningkatkan jumlah murid pendaftar lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun belum mencapai jumlah kuota yang disediakan. Pada tahun ajaran 2016/2017 terdapat sejumlah 18 murid, tahun ajaran 2017/2018 terdapat sejumlah 12 murid, tahun ajaran 2018/2019 terdapat sejumlah 10 murid, sedangkan di tahun ajaran baru 2019/2020 meningkat menjadi 13 murid.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Muhammad. *Penelitian Kependidikan dan Strategi*. Bandung: Angkasa, 1987.  
 Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.  
 F, Nembah Hartimbul Ginting. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Rama Widya,

- 2012.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Mattew B, Miles, dan Micahael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, terj., Tjejep R. R. Jakarta: UI Press, 1992.
- Rangkuti, Freddy. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sufyarma. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Umar, Bukhori. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Amzah, 2011.