

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA PONDOK PESANTREN MODERN TAHFIDZUL QUR'AN MUHAMMADIYAH BOARDING SCHOOL (MBS) AT TANWIR MAMUJU

Ray Akbar Ramadhan¹, Herman Jelatu²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMKOP Makassar.

²Institut Teknologi dan Bisnis Karya Pembangunan Papua.

¹Jl. Meranti No.1, Pandang, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90231, Indonesia.

²Jl. YPKP No.51, Sentani Kota, Kec. Sentani, Kabupaten Jayapura, Papua 99352, Indonesia.

Email: rayakbar229@gmail.com¹, hermanjelatu@ibkpp.ac.id²

ARTICLE INFO

Article history:

Received

23 Maret 2024

Revised

11 April 2024

Accepted

19 April 2024

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Pendidikan Berbasis Media Sosial.

Keywords: Marketing Strategy; Social Media Based Education.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) Bagaimana Manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial pada pondok pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah boarding school (MBS) At-Tanwir mamuju, (2) Apakah Manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial yang diterapkan dapat meningkatkan peserta didik pada pondok pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah boarding school (MBS) At-Tanwir mamuju. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktif yaitu pengumpulan data, penyajian data, reduksi dan kesimpulan untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sejak tahun 2020 sampai 2024 muhammadiyah boarding school (MBS) telah menerapkan strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial sebagai media promosi pemasaran, dari penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial terjadi peningkatan jumlah peserta didik dengan menghadirkan citra yang baik kepada publik untuk meyakinkan orang tua peserta didik agar menggunakan produk layanan jasa pendidikan yang ditawarkan melalui media sosial website, facebook, Instagram, dan tiktok.

Abstract

This study aims to determine (1) How is the management of social media-based educational marketing strategies at the modern Islamic boarding school for memorizing the Qur'an, Muhammadiyah boarding school (MBS) At-Tanwir Mamuju, (2) Can the management of social media-based educational marketing strategies that are implemented increase students at the modern Islamic boarding school for memorizing the Qur'an, Muhammadiyah boarding school (MBS) At-Tanwir Mamuju. This study uses a qualitative approach. The analysis technique in this study uses interactive analysis techniques, namely data collection, data presentation, reduction and conclusions to determine the management of social media-based educational marketing strategies. The results of the study show that since 2020 to 2024 Muhammadiyah boarding school (MBS) has implemented a social media-based educational marketing strategy as a marketing promotion media, from the implementation of social media-based marketing strategies there has been an increase in the number of students by presenting a good image to the public to convince parents of students to use educational service products offered through social media websites, Facebook, Instagram, and TikTok.

PENDAHULUAN

Di zaman teknologi gairah kompetisi dalam mewujudkan orientasi setiap lembaga pendidikan mengalami perubahan yang cepat ditandai masuknya era revolusi industri 4.0 transformasi revolusi industry melalui otomatisasi, digitalisasi, dan integrasi data yang segala aktivitas melibatkan kekuatan teknologi sebagai sarana mencapai tujuan dalam setiap aspek kehidupan yang dalam perkembangannya telah masuk pada teknologi industri 5.0 bahkan telah menuju ke teknologi industry 6.0, begitupun dengan Pemasaran jasa pendidikan telah bergerak lebih maju untuk membuat terobosan baru dengan memberdayakan teknologi dalam menerapkan bauran pemasaran sebagai basis utama untuk memperkenalkan setiap aktivitas lembaga pendidikan baik program pengajaran, metode pengajaran dan setiap prestasi yang telah dicapai, melalui media sosial yang kini menjadi pusat interaksi, calon peserta didik dapat mengetahui pelayanan jasa pendidikan yang ditawarkan.

Salah satu pondok pesantren yang ada di kabupaten mamuju yang akan menjadi objek penelitian penulis juga telah bergerak aktif terlibat untuk memanfaatkan kekuatan teknologi dalam memperkenalkan berbagai informasi tentangnya sebagai basis media pemasaran menciptakan daya tarik terhadap calon peserta didik, Yang pada perkembangannya berdasarkan hasil observasi singkat penulis telah menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, tiktok untuk memperkenalkan berbagai program pelayanan jasa pendidikan yang dijalankan, untuk diketahui secara bersama pondok pesantren tersebut telah menerapkan perkembangan teknologi 6.0 dalam memperkenalkan setiap pelayanan jasa pendidikannya.

Seperti yang dikatakan Swastha (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran dalam (Haryanto, 2013).

Menyadari bahwa zaman globalisasi merupakan zaman yang mengantarkan umat manusia masuk dalam ruang kompetitif disetiap lini kehidupan, salah satunya adalah kompetitif dirana pendidikan yang telah memasuki persaingan berbasis media sosial yang harus menjadi bahan pertimbangan bagi setiap pimpinan lembaga pendidikan swasta maupun negeri.

Jika Manajemen strategi adalah suatu langkah-langkah yang terencana dalam mengorganisir, mengontrol dan melaksanakan program kerja untuk mencapai target agar tujuan suatu lembaga pendidikan tersebut dapat tercapai dengan tepat. Maka hal ini perlu perencanaan yang tepat dalam menyusun manajemen strategi dalam bidang pendidikan yang berbasis media sosial.

Seiring perkembangan zaman langkah-langkah yang dilakukan dapat disesuaikan dengan konteks perkembangan zaman. Mengingat era sekarang mengantarkan kita untuk lebih aktif dalam media sosial, sebagaimana penjelasan diatas sehingga penerapan manajemen strategi tidak lagi menggunakan langkah-langkah yang lama tapi lebih kepada memanfaatkan teknologi digital dalam mencapai tujuan.

Hal tersebut relevan dengan yang dikemukakan oleh Pearce II dan Robinson (2008) bahwa manajemen strategi merupakan sekumpulan tindakan yang menciptakan perumusan dan pelaksanaan atas rencana yang dirancang untuk mewujudkan sasaran organisasi. (*Manajemen Strategis - Eddy Yunus - Google Buku*, n.d.)

Kini paradigma baru telah hadir dalam melihat dunia pendidikan sebagai sebuah *Corporate* yang melihat pendidikan sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan produk yang dapat dengan cepat diakses oleh stiap konsumen. Sehingga dari hasil produksi tersebutlah yang akan dijadikan media pemasaran untuk menarik para konsumen dalam menetapkan pilihannya.

Berangkat dari paradigma tersebut lembaga pendidikan sebagai suatu organisasi yang menawarkan jasa, tentu memerlukan strategi pemasaran berbasis media sosial sebagai langkah kongkrit dalam mengikuti perkembangan zaman di era revolusi teknologi ini. Meskipun terkhusus di Indonesia masih banyak lembaga pendidikan yang tidak menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial tersebut.

Padahal jika kita melihat karakteristik konsumen modern yang ada saat ini, tidak dinafikkan lagi bahwa pendekatan strategi pemasaran berbasis media sosial menjadi sesuatu yang sangat layak dipertimbangkan, Strategi pemasaran berbasis media sosial dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang didesain untuk membantu bisnis mencapai tujuan menggunakan media internet melalui akun media social yang dipilih, apakah itu berupa akun website, Instragram, Facebook, Tiktok, You tube dll.

Jika hanya disaksikan secara langsung bagaimana hal tersebut bekerja mungkin kita akan

menilainya tampak mudah, bahkan sebagian orang berpikiran bahwa pemasaran berbasis media sosial sama dengan mempublikasi konten melalui media sosial, lalu mempercepat dengan iklan. Namun kenyataannya tidak sesederhana itu, perlu berbagai perencanaan untuk menghasilkan pemasaran yang efektif. Karena pada dasarnya Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta memproduksi hingga menyalurkan gagasan barang dan jasa untuk mendapatkan pertukaran yang memenuhi setiap target individu dalam organisasi Kotler & Keller (2007:27) dalam (Haryanto, 2013).

Berdasarkan obeservasi singkat penulis lembaga pendidikan saat ini tak ubahnya seperti sebuah perusahaan yang terus bertransformasi menuju kualitas yang lebih baik, agar setiap calon peserta didik berpihak kepadanya, Baik itu lembaga pendidikan yang berstatus swasta maupun negeri yang menawarkan pelayanan jasa pendidikan untuk peserta didik. kompetisi pemasaran jasa pendidikan berbasis media sosial saat ini telah ditempuh oleh lembaga pendidikan dengan menampilkan berbagai kualitas pelayanan yang kemudian dipromosikan melalui media sosial agar setiap calon peserta didik dapat mengenalnya lebih dalam untuk mengetahui jaminan dan kualitas yang akan diberikan .

Di era globalisasi saat ini telah terbentuk suatu tatanan baru yang melibatkan seluruh umat manusia agar mengikuti suatu kaidah kehidupan tertentu yang secara khusus memiliki tiga arena yaitu ekonomi, budaya, politik dan pendidikan. Empat arena tersebut dijadikan sebagai ruang untuk saling mendominasi antar bangsa satu dan bangsa yang lainnya, sehingga atas dasar tersebut bangsa yang mampu secara sistematis dan konsisten dalam memperkenalkan cara hidupnya adalah bangsa yang mendominasi di ruang yang kita sebut sebagai ruang Digital saat ini yang kelahirannya ditandai melecutnya era revolusi industry 4.0.

Di era globalisasi ini ada suatu bangsa yang menginginkan agar masyarakat dunia mengikuti sebuah sistem dan kaidah yang sama. Ahli sosiologi Indonesia, selo soemardjan menyatakan globalisasi merupakan suatu fenomena terbentuknya sistem organisasi dan komunikasi antar masyarakat dunia agar mengikuti sebuah sistem dan kaidah yang sama. Adapun pendapat yang lain yang berasal dari Anthony Giddens menyatakan bahwa globalisasi merupakan intensifikasi hubungan sosial secara global yang menghubungkan satu lokasi dengan lokasi lainnya sehingga kejadian disatu tempat dapat berdampak bagi tempat yang lainnya. (*Menghadapi Era Globalisasi, Begini Menyikapinya - Indomaritim.Id*, n.d.)

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Neneng nurmalasari dan Imas masitoh Program Study Manajemen Pascasarjana Universitas Galuh Ciamis 2020, mengambil judul penellitian Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan jamanis.

Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial yang digunakan diantaranya facebook, instagram, dan youtube dengan mengidentifikasi terlebih dulu di lingkungan masyarakat yang kemudian menjadi strategi pemasaran pendidikan dengan menonjolkan prestasi lembaga tersebut. Pengelolaan pendidikan yang bersifat swasta, didukung dengan stakeholder dan fasilitas yang mendukung telah memberikan ciri khas dan kekuatan pada manajemen strategi pemasaran pendidikan di madrasah aliyah yayasan pondok pesantren babakan jamanis. (*Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial | Nurmalasari | Journal Of Management Review*, N.D.).

Berdasarkan yang telah diuraikan diatas, sudah sangat jelas bahwa paradigma pelaku pemasaran saat melihat pengguna internet sebagai sasaran utama untuk aktivitas pemasaran berbasis media sosial telah menjadi ruang baru dalam pemasaran pendidikan. Berangkat dari hal tersebut maka penulis tertarik meneliti Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Pada Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (Mbs) At Tanwir Mamuju.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mengungkapkan realitas yang sudah direkam. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperan dalam tempat yang diteliti, dan perilaku yang dapat diamati. Jika berupa angka-angka dalam penelitian hanya sebagai peran pendukung. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang jelas serta lengkap yang berhubungan dengan Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial

Pada Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (Mbs) At Tanwir Mamuju sebagai salah satu madrasah yang patut diperhitungkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Pada Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (MBS) at Tanwir Mamuju

Berdasarkan Kamus *Oxford* (2011) media sosial didefinisikan sebagai website dan aplikasi yang digunakan untuk jaringan sosial. Sementara itu, jaringan sosial didefinisikan sebagai penggunaan dari website dan aplikasi-aplikasi untuk berkomunikasi dengan pengguna lain, atau mencari orang yang memiliki kepentingan yang sama dalam (Helpiastuti, n.d.) penjelasan tersebut dibuktikan oleh pengelolaan jasa pendidikan pada pondok pesantren modern muhammadiyah boarding school (mbs) at tanwir mamuju yang menggunakan strategi pemasaran berbasis media sosial dalam menjaring orang-orang yang berkebutuhan untuk mencari jasa pendidikan demi anak tercinta dalam membangun generasi qur'ani.

Sebagaimana yang diuraikan diatas maka dalam aktivitas memperkenalkan jasa pendidikan bagi suatu lembaga pendidikan kini telah memasuki dunia digital sebagai pusat informasi yang kita kenal sebagai media social yang didalamnya terdapat berbagai macam jenis aplikasi yang dapat di jadikan sebagai akun media social untuk menerapkan pemasaran berbasis media social, dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan setiap informasi yang akan di tampilkan di setiap akun media social yang di pilih oleh tim marketing media social suatu lembaga pendidikan seperti tersebut yang diterapkan pada pondok pesantren muhammadiyah *boarding school* (MBS) at tanwir mamuju, berdasarkan hasil observasi langsung yang ditemukan pada penelitian ini, menggambarkan suatu aktivitas pengorganisasian informasi terpusat melalui akun media social dengan menampilkan segala prestasi peserta didik yang berangkat dari suatu proses perjuangan pengabdian pengelolaan lembaga pendidikan amal usaha muhammadiyah, meskipun berstatus swasta MBS mampu melaju lebih kencang dengan dukungan berbagai pihak mewujudkan fasilitas pelayanan pendidikan pesantren integral, terintegrasi dengan sekolah dan madrasah berhasil menemukan skema strategi pemasaran berbasis media social yang cukup maksimal hal tersebut dibuktikan dengan kemampuannya menembus enam wilayah kabupaten yang ada di provinsi Sulawesi barat untuk merekrut peserta didik yang sebelumnya peserta didik yang berhasil direkrut hanya berasal dari satu wilayah kabupaten.

Berikut Hasil wawancara dari informan utama dan informan triangulas:

a. Hasil wawancara bersama informan utama direktur/mudir pondok pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah *boarding school* (MBS) at tanwir mamuju.

Pada proses wawancara yang dilaksanakan pada hari rabu 20 desember 2023 kepada informan utama, mengungkap bahwa sejak tahun 2020 pondok pesantren integral maksudnya adalah pesantren yang terintegrasi sekolah dan madrasah yang dipimpinya memulai mempromosikan diri melalu media sosial, hingga sekarang MBS telah menggunakan media sosial website, instagram, facebook dan Tiktok dalam mempromosikan segala aktivitas pelayanannya.

Menurut informan utama, memang sekarang ini lembaga pendidikan harus bersinergi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dunia informasi, kalau sebelum itukan promosi lembaga pendidikan dikenal dengan brosur, formulir dan hanya lewat radio, di era sekarang ada media sosial dan hampir semua orang sudah punya. Oleh karenanya muhammadiyah *boarding school* (MBS) Mamuju melihat bahwa ini kesempatan untuk mempromosikan setiap jenis pelayanan jasa pendidikan lewat media sosial disamping hal itu efektif dan juga efisien dari segi anggaran, makanya kita mencoba mengenalkan program lewat media secara visual, semisal para santri sedang melaksanakan ujian tahfidzul qur'an dan beberapa kegiatan harian dari kegiatan tersebut kita menyiarkan secara langsung melalui facebook (*live streaming*) agar publik bisa lihat secara langsung bagaimana proses pelaksanaan pendidikan yang kami terapkan.

Muhammadiyah *boarding school* (MBS) memiliki layanan jasa pendidikan yang memiliki dua kelas yaitu kelas umum dan kelas Tahfidz. Konsep dasarnya adalah perpaduan antara kelas umum dan kelas tahfidz yang bertujuan untuk mendidik generasi untuk menjadi ulama yang intelektual. MBS dalam mempersiapkan generasi Tahfidzul Qur'an menggunakan metode Al-Qosimi, metode Al-Qosimi adalah

metode yang ditemukan oleh Ustadz Abu Hurri Al Qosimi Al Hafidz ini banyak dipakai di sejumlah pesantren, yayasan pendidikan Islam serta sejumlah rumah tahfid di berbagai daerah, Metode ini memprioritaskan unsur hafalan yang kuat. bukan cepat-cepatan hafalan dan banyak-banyakan ayat, metode ini sudah dirancang dengan berbagai serangkaian praktek dan uji coba keberbagai santri.

Muhammadiyah *boarding school* (MBS) dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial dimulai sejak tahun 2020. Dalam perkembangannya mengalami peningkatan peserta didik. awalnya peserta didik hanya berasal dari wilayah kabupaten mamuju saja. dan Alhamdulillah ditahun ajaran 2024 ini, enam kabupaten yang ada di provinsi Sulawesi barat sudah ada masing-masing perwakilan sebagai peserta didik kami. Itu artinya muhammadiyah *boarding school* (MBS) dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial memberikan dampak positif karena mengalami peningkatan peserta didik di tiap tahunnya dari berbagai wilayah yang ada di provinsi Sulawesi barat. Target jangka panjang muhammadiyah *boarding school* (MBS) adalah meningkatkan dan mengembangkan kualitas. dalam proses pelayanan kami akan terus berupaya dan konsisten untuk mempertahankan kualitas pelayanan pengelolaan lembaga pendidikan sebagai bentuk pengabdian amal usaha muhammadiyah ini kepada setiap santri. Hal tersebut akan ditingkatkan dengan mempersiapkan dan menyerap sumber daya manusia yang profesional untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap santri yang terdaftar sebagai peserta didik kami [Wahyun Mawardi, Wawancara, 20 desember 2023].



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara Informan Utama

b. Hasil wawancara bersama informan triangulasi kepala sekolah yang merangkap menjadi tim marketing pondok pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah *boarding school* (MBS) at tanwir mamuju.

Pada proses wawancara yang dilaksanakan pada hari jumat 5 januari 2023 kepada informan triangulasi ini mengungkap, setelah melakukan promosi melalui media sosial mengalami peningkatan jumlah peserta didik, hal ini terjadi karena informasi yang dipublikasikan sampai kemasayarakat yang memiliki kepentingan terhadap apa yang kami tawarkan melalui media sosial.

Dalam publikasi promosi media sosial kami masih terkendala pada manajemen tim, namun pada prinsipnya demi mencapai target promosi, untuk sementara yang mengendalikan seluruh aktifitas promosi akun media sosial masih saya yang lakukan sembari terus mengevaluasi struktur tim marketing media sosial untuk menghadirkan skema baru dalam publikasi promosi bersama tim marketing media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS).

Kami di muhammadiyah *boarding school* (MBS) punya tim marketing media sosial yang melibatkan beberapa orang. InsyaAllah kedepan kami akan mendesain promosi media sosial yang lebih profesional demi memperkenalkan seluruh rangkaian program pelayanan kami kepada pengguna media sosial yang telah terakses dengan aplikasi yang kami gunakan.

Aplikasi media sosial yang telah kami gunakan adalah website, facebook, Instagram, dan Tiktok [Ilham, wawancara, 5 Januari 2024].



Gambar 2. Dokumentasi Wawancara Informan Triangulasi

Berikut hasil dokumentasi akun media sosial muhammadiyah *boarding school* at-tanwir mamuju yang bersumber dari hasil tangkapan layar *handphone* penulis 2024 :



Gambar 3. Media Sosial Facebook MBS



Gambar 4. Media Sosial Instagram MBS



Gambar 5. Media Sosial Tiktok MBS



Gambar 6. Media Sosial web MBS

c. Hasil wawancara bersama informan triangulasi wali murid pondok pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah *boarding school* (MBS) at tanwir mamuju

Dalam wawancara bersama informan triangulasi salah satu wali murid MBS pada 9 april 2024, Alasan memilih MBS untuk menjadi tempat mendidik anak saya karena MBS memiliki pelayanan yang menggunakan sistem pesantren modern, anak kita bisa mendapatkan pendidikan agama secara khusus dan pendidikan umum, lokasinya juga berada ditengah kota mamuju sehingga hal itu membuat saya

sebagai warga kota mamuju dapat menjangkau perkembangan yang terjadi setiap saat. Bahkan melalui akun media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS) juga sering menyiarkan secara langsung dan memposting hasil dokumentasi berbentuk konten dari rangkaian aktivitas pondok pesantren tersebut yang dilakukan, dari aktivitas sholat berjamaah, ceramah, ujian sekolah, prestasi yang di capai, dan informasi yang terbaru. Hal inilah yang membuat saya mendapatkan kepuasan tersendiri sebagai orang tua wali, terhadap pondok pesantren ini yang menerapkan skema pelayanan yang mengikuti perkembangan zaman [Mukhsin Yahya, Wawancara 9 April 2024].

PEMBAHASAN

1. Penerapan Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial

Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (MBS) AT-Tanwir Mamuju. Sebagai pesantren Integral, terintegrasi dengan sekolah dan madrasah yang kita sebut sebagai MBS atau singkatan dari muhammadiyah boarding school ini, telah menjadi pusat sorotan para orang tua yang berada di ibu kota provinsi Sulawesi barat ini untuk dijadikan sebagai wadah membentuk karakter anaknya yang memiliki keimanan yang benar, beraqida shohihah, berakhlak karimah, intelektual, dan mempunyai semangat juang beramar ma'ruf nahi munkar sehingga tercipta masyarakat yang diridhoi Allah SWT, sesuai dengan visi dari lembaga pendidikan ini.

Muhammadiyah *boarding school* (MBS) sebagai wadah untuk membentuk generasi qur'ani juga memiliki metode Al-Qosimi, metode ini menjadi kekuatan tersendiri untuk menciptakan daya tarik terhadap target pemasaran. Metode Al-Qosimi adalah Metode yang ditemukan oleh Ustadz Abu Hurri Al Qosimi Al Hafidz ini banyak dipakai di sejumlah pesantren, yayasan pendidikan Islam serta sejumlah rumah tahfid di berbagai daerah yang telah terbukti mampu membuat peserta didik kuat dalam menghafal, metode yang ditawarkan bukan hanya menekan pada cepat atau tidaknya peserta didik dalam menghafal tapi lebih menekankan kuatnya hafalan peserta didik.

Muhammadiyah *boarding school* (MBS) sebagai pondok pesantren modern telah bergerak maju mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai pusat segala informasi yang dapat diakses setiap orang disegala penjuru dunia untuk memperkenalkan segala jenis layanan pendidikan yang ditawarkan kepada publik. Hal tersebut bisa kita buktikan dengan cara mengunjungi setiap akun media sosial yang telah didaftarkan, kini muhammadiyah boarding school (MBS) telah berhasil mempromosikan jasa layanan pendidikan menggunakan akun media sosial website, facebook, Instagram, dan tiktok untuk memperluas jangkauan calon peserta didik dari berbagai daerah sebagai langkah dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial.

Akun media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS) dapat kita akses secara bersama untuk mengetahui segala informasi tentangnya dengan cara mengunjungi dan mengikuti setiap akun media sosial yang telah didaftarkan.

Hal tersebut dilakukan hanya untuk memperluas jangkauan dalam memperkenalkan setiap program unggulan dan prestasi pelayanan pendidikan agar menciptakan daya tarik demi mengakses calon peserta didik sebagai upaya penerapan promosi layanan jasa yang ditawarkan berbasis media sosial sesuai dengan program layanan jasa pendidikan yang disediakan untuk menciptakan ulama yang intelek, yang pada dasarnya adalah proses penerapan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang diperkenalkan pertama kali oleh Edmund jerome mccarthy (1960) dan dikembangkan oleh Philip kotler.

2. Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik

Dalam proses pelaksanaan marketing mix yang telah diterapkan pada Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah Boarding School (MBS) AT-Tanwir Mamuju yang berdasar pada hasil observasi langsung, proses wawancara dan dokumentasi menemukan suatu realitas penerapan marketing mix yang cukup maksimal dari segala rangkaian aktivitas yang telah di dokumentasikan dan dipublikasikan melalui akun media sosial muhammadiyah boarding school (MBS).

Sejak tahun 2020 muhammadiyah boarding school (MBS) telah berkonsentrasi menerapkan strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial hingga tahun 2024 ini, dari proses tersebut ditemukan terjadi peningkatan jumlah peserta didik yang terus bertambah dari berbagai daerah yang pada awalnya untuk diketahui sebelum menerapkan promosi pemasaran berbasis media sosial peserta didik muhammadiyah boarding school (MBS) hanya berasal dari satu kabupaten saja, itu artinya berdasar hasil dari penerapan tersebut muhammadiyah boarding school (MBS) mampu menghadirkan

citra yang baik kepada publik untuk meyakinkan orang tua peserta didik agar menggunakan produk layanan jasa pendidikan yang ditawarkan sebagai ruang pendidikan anaknya.

Hadir dengan sekama informasi terpusat berbasis media sosial muhammadiyah boarding school (MBS) mampu merangsang publik dengan keyakinan penuh untuk menghadirkan layanan jasa pendidikan yang profesional berbasis keislaman kini mampu meyakinkan orang tua peserta didik yang berasal dari enam kabupaten yang berada di provinsi Sulawesi barat, hal tersebut dapat kita buktikan dengan langsung mengunjungi setiap akun media sosial pondok pesantren ini.

Skema Penerapan strategi media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS) dengan pendekatan marketing mix 7p.

a. Produk

Produk jasa pendidikan muhammadiyah boarding school (MBS) sebagai pondok pesantren yang terintegral terintegrasi dengan sekolah dan madrasah, produk jasa yang ditawarkan kepada calon peserta didik, muhammadiyah *boarding school* (MBS) memiliki layanan jasa pendidikan yang memiliki dua kelas yaitu kelas umum dan kelas Tahfidz. Konsep dasarnya adalah perpaduan antara kelas umum dan kelas tahfidz yang bertujuan untuk mendidik generasi sebagai bentuk pengabdian menciptakan generasi ulama yang intelektual dengan berbagai program unggulan yang dimilikinya.

Produk jasa layanan pendidikan yang ditawarkan memiliki citra tersendiri yang hadir ditengah kabupaten mamuju sebagai lembaga pendidikan yang menaungi tingkatan sekolah sd,smp,sma dan smk dengan produk layanan pendidikan yang disediakan muhammadiyah *boarding school* (MBS) mengalami tantangan sendiri untuk membuktikan kualitas produk yang di tawarkan sehingga dapat membuat target promosi yakin atas kualitas produk yang ditawarkan.

Berikut dokumentasi website muhammadiyah boarding school MBS yang menampilkan Informasi program unggulan sebagai produk jasa yang ditawarkan yang bersumber dari hasil tangkapan layar *handphone* penulis 2024:



Gambar 7. Media Sosial Website MBS

b. Harga

Penetapan harga produk jasa pendidikan dengan fasilitas lengkap yang disediakan muhammadiyah *boarding school* (MBS),sebagaimana yang telah di informasikan melalui akun media sosialnya telah mengalami kesesuaian harga sebagai beban biaya yang dikeluarkan oleh orang tua peserta didik, dengan berdasar dari fasilitas fisik dan pelayanan jasa yang bukan hanya sekedar mempromosikan berbagai program yang akan diberikan kepada peserta didik namun sampai pada pembuktian dengan mendokumentasikan segala bentuk pelayanannya melalui akun maedia sosial pondok pesantren integral ini.

Hal tersebut dapat kita buktikan dari pengakuan orang tua peserta didik yang telah dijelaskan sebelumnya. bahwa dari rangkaian skema promosi media sosial pondok pesantren ini yang menampilkan segala aktivitas pelayanan hingga prestasi yang telah dicapai membuat para orang tua mengalami kepuasan dengan kebanggaan tersendiri menyaksikan anaknya menjalankan rutinitas dalam asuhan pengelolaan pendidikan yang menetapkan visi yang mulia.

c. Lokasi

Lokasi Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah Boarding School (Mbs) At Tanwir yang berada di ibu kota provinsi tepatnya di Jl.soekarno hatta no.35 kelurahan karema

kecamatan mamuju kabupaten mamuju prov Sulawesi barat. Latak lokasi MBS ini sangat strategis karena berada di tengah Ibu kota provinsi Sulawesi barat sehingga para orang tua peserta didik mendapatkan akses yang cukup mudah untuk mengunjungi anaknya.

Selain lokasi pesantren ini berada ditengah kota mamuju secara geografi juga sangat aman dari segala resiko yang akan menjadi ancaman kemanan peserta didik karena disekeliling pondok pesantren ini telah ramai penduduk dan juga dalam pantauan terdekat pihak pengamanan.

Karena lokasi pesantren berada di perkotaan maka akses jaringan internet dapat terjamin untuk digunakan menyajikan informasi terbaru kepada orang tua peserta didik yang berada di luar kabupaten mamuju.

Berikut gambar *Global Positioning System (GPS)* lokasi MBS yang bersumber dari dari hasil tangkapan layar *handphone* penulis 2024:



Gambar 8. *Global Positioning System (GPS)* lokasi MBS

d. Promosi

Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah Boarding School (Mbs) At Tanwir Mamuju telah berhasil memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat suatu produk jasa pendidikan yang ditawarkan melalui media sosial hal tersebut dibuktikan dari setiap informasi layanan jasa pendidikan yang terus di publikasikan dengan skema promosi berbasis media sosial mampu memberikan rangsangan kepada pengguna media sosial yang telah menjadi target promosi pesantren yang terintegral ini, dengan komitmen memberikan pelayanan jasa pendidikan secara profesional demi misi pendidikan tersebut segala pencapaian peserta didik dan aktivitas pesantren di dokumentasikan kemudian diupload melalui akun media sosial MBS sebagai bahan promosi yang diharapkan menciptakan kesan positif terhadap orang tua peserta didik.



Gambar 9. Postingan Akun Media Sosial Instagram MBS

Promosi muhammadiyah *boarding school* (MBS) berbasis media sosial terus mengalami

peningkatan, hal tersebut bisa kita lihat di akun media sosial facebook, instagram dan tiktok yang dimilikinya terus konsisten mempublikasikan setiap konten informasi seperti info penerimaan santri baru, prestasi yang telah dicapai santri, program beasiswa dan segala aktivitas yang dilakukan di pondok pesantren.

e. Proses

Meliputi seluruh kegiatan yang direncanakan hingga memastikan produk layanan jasa pendidikan sampai kepada peserta didik dengan baik. Penentuan segala proses pemasaran yang tepat bisa membantu setiap lembaga pendidikan untuk meningkatkan jumlah peserta didik tanpa menguras biaya yang sangat banyak.

Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah Boarding School (Mbs) At Tanwir Mamuju dalam menerapkan pemasaran berbasis media sosial telah berhasil meyakinkan orang tua peserta didik yang ditandai adanya peningkatan jumlah peserta didik setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dipahami bahwa pemasaran berbasis media sosial adalah proses pemasaran yang tidak menguras banyak biaya, jika kita bandingkan dengan proses pemasaran yang tidak berbasis media sosial seperti dengan brosur, koran, papan reklame dll.

Untuk menjangkau lebih banyak target calon peserta didik. Dalam prosesnya berdasarkan pengamatan penulis atas realitas yang tergambar dari penerapan pemasaran berbasis media sosial adalah proses meyakinkan calon peserta didik melalui akun media sosial untuk menghadirkan daya tarik agar setiap calon peserta didik memiliki keyakinan yang penuh untuk memilih produk pelayanan jasa pendidikan yang ditawarkan, seperti yang dilakukan pondok pesantren modern ini yaitu dengan menampilkan segala fasilitas dan proses layanan jasa di setiap akun media sosial dan konsisten untuk memposting perkembangan terkini yang dialami pondok pesantren modern ini.

f. People/Sumber Sumber Daya Manusia

Untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia (guru) di lingkungan sekolah yang profesional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional. disamping itu, perlu untuk terus meningkatkan kompetensi guru dengan memberikan kesempatan dan beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikannya. Peningkatan melalui seminar dan pelatihan juga terus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru. Hal lain yang dipertimbangkan, guru juga harus ramah dan bijaksana dalam menghadapi setiap peserta didik.

Agar calon peserta didik memiliki daya tarik terhadap layanan jasa pendidikan yang ditawarkan aspek sumber daya manusia juga menjadi perhatian khusus, untuk memastikan sumberdaya manusia (guru) berkualitas lembaga pendidikan diharuskan menyerap pendidik yang berkualitas dan ditandai dengan kemampuan mendidik yang profesional.

Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (Mbs) At Tanwir Mamuju tahun 2024 telah menerima tenaga pendidik yang berasal dari alumni pondok pesantren modern darussalam gontor, kita ketahui bersama bahwa pondok pesantren modern Darussalam gontor telah terbukti mampu menghadirkan alumni-alumni yang berkualitas untuk disebar keseluruh daerah dalam menjalankan pengabdian yang bisa kita buktikan dengan segala prestasi santri hasil dari proses pendidikan di pondok pesantren tersebut. Postingan akun media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS) saat menerima tenaga pendidik baru terlihat pada gambar 10 yang bersumber dari hasil tangkapan layar *handphone* penulis 2024.



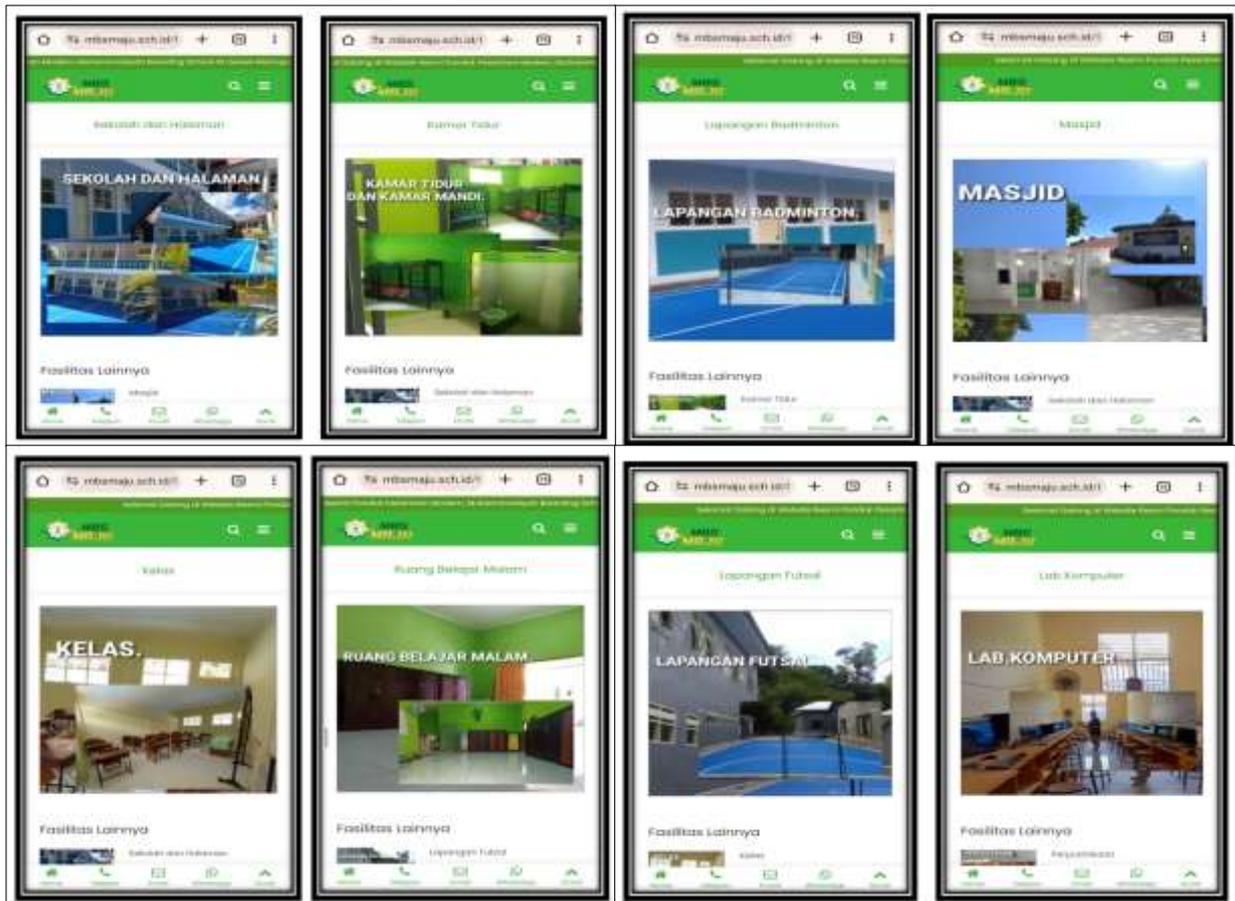
Gambar 10. Postingan Akun Media Sosial Facebook MBS

g. Bukti Fisik

Physical evidence adalah bukti yang bisa dilihat kasat mata baik dari layanan produk yang kita tawarkan. Beberapa contoh yang termasuk dalam unsur ini adalah keberadaan kantor, website, logo, hingga kemasan dan isi produk yang ditawarkan.

Bukti fisik yang dimiliki oleh muhammadiyah *boarding school* (MBS), yaitu: fasilitas pondok, yang terdiri dari masjid, asrama, aula, ruang kelas, perpustakaan, laboratorium, dapur umum, ruang makan, ruang tamu, pos satpam, koperasi, kantin, lapangan olahraga.

Pondok Pesantren Modern Tahfidzul Qur'an Muhammadiyah *Boarding School* (Mbs) At Tanwir Mamuju telah menyediakan bukti fisik tersebut sesuai dengan yang telah di promosikan melalui akun media sosialnya. Postingan media sosial website muhammadiyah *boarding school* (MBS) yang menampilkan bukti fisik yang bersumber dari hasil tangkapan layar hand phone penulis 2024 dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Bukti Fisik Profil MBS

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah disusun dengan teknik analisis interaktif Pesantren modern tahfidzul qur'an muhammadiyah *boarding school* (MBS) AT-Tanwir Mamuju. Sebagai pesantren Integral, terintegrasi dengan sekolah dan madrasah yang kita istilahkan sebagai MBS atau singkatan dari muhammadiyah boarding school telah menjadi pusat sorotan para orang tua yang berada di ibu kota provinsi Sulawesi barat untuk dijadikan sebagai wadah membentuk karakter anaknya yang memiliki keimanan yang benar, beraqida shohihah, berakhlak karimah, intelektual, dan mempunyai semangat juang beramar ma'ruf nahi munkar sehingga tercipta masyarakat yang diridhoi Allah SWT, sesuai dengan visi dari lembaga pendidikan ini.

Sejak tahun 2020 sampai 2024 muhammadiyah *boarding school* (MBS) telah berhasil mempromosikan jasa layanan pendidikan menggunakan akun media sosial website, facebook, Instagram, dan tiktok. dari penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial pondok pesantren modern muhammadiyah *boarding school* (MBS) AT-Tanwir Mamuju, ditemukan terjadi peningkatan jumlah peserta didik, peningkatan jumlah peserta didik yang terus bertambah dari berbagai daerah, realitas ini tentu bukan hal yang terjadi begitu saja namun memiliki proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan yang matang hingga membuat muhammadiyah boarding school ini yang pada awalnya sebelum menerapkan promosi pemasaran berbasis media sosial peserta didik hanya berasal dari satu kabupaten saja, kini mampu meyakinkan orang tua peserta didik yang berasal dari enam kabupaten yang berada di provinsi Sulawesi barat dengan skema informasi terpusat berbasis media sosial muhammadiyah *boarding school* (MBS) terbukti mampu merangsang publik dengan keyakinan penuh dalam menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan yang profesional berbasis media sosial.

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai bahan masukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Direkomendasikan kepada pimpinan pondok pesantren modern muhammadiyah *boarding school* (MBS) At-Tanwir Mamuju agar mempertahankan dan terus berinovasi meningkatkan skema penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial.
2. disarankan kepada tim marketing media sosial pondok pesantren moderen muhammadiyah *boarding school* (MBS) At-Tanwir Mamuju agar menetapkan target postingan yang bisa diatur pada pengaturan promosi akun media sosial dan menetapkan karakter desain setiap konten informasi yang diposting pada masing-masing akun media sosial yang digunakan
3. untuk memperluas pengaruh setiap promosi media sosial disarankan kepada tim marketing media sosial pondok pesantren moderen muhammadiyah *boarding school* (MBS) At-Tanwir Mamuju agar mengajak seluruh keluarga besar pondok pesantren untuk ikut membagikan setiap postingan media sosial.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam tentang penerapan manajemen strategi pemasaran berbasis media sosial, sehingga temuan dalam penelitian ini terus berlanjut mengikuti konteks perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Haines et al, 2019, goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A., Haines et al, 2019, & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Analisa Marketing Mix. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2923>.
- Helpiastuti, S. B. (n.d.). *Media Sosial dan Perempuan (Analisis Wacana Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan*. 1–11. file:///E:/Ikhtiar Untuk Magister/Ikhtiar Tesis/Kumpulan Tesis Pemasaran/Media Sosial dan Perempuan - Selfi.pdf
- Istiqomah, F. (2022). Tesis Fika Istiqomah, Manajemen Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Di Sd It Al Madinah Panjer Kebumen. *Tesis Fika Istiqomah, Manajemen Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Di Sd It Al Madinah Panjer Kebumen*, 2022.
- Nurmalasari, 2021. Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal of Management Review*. (n.d.). Retrieved October 8, from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview/article/view/4524/3532>
- Indomaritim, 2022. Menghadapi Era Globalisasi, Begini Menyikapinya, *indomaritim.id*. (n.d.). Retrieved February 23, from <https://indomaritim.id/menghadapi-era-globalisasi-begini->

[menyikapinya/](#).

- Moleong 2011. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret).
- Mbsmaju, Profil Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School At-Tanwir Mamuju. *MBS At-tanwir Mamuju*. (n.d.). Retrieved March 29, 2024, from <https://mbsmaju.sch.id/editorial/profil-pondok-pesantren-modern-muhammadiyah-boarding-school-at-tanwir-mamuju/>.
- Jelatu, H. (2024). Efek kemampuan berwirausaha terhadap pengembangan usaha: Pendekatan kuantitatif. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 2(1), 1-5.
- Non, R. H., & Jelatu, H. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha: Studi Kasus Penduduk Di Sentani, Provinsi Papua. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(2), 64-69.
- Jelatu, H. (2023). Pendapatan Usaha Dipengaruhi Oleh Perilaku Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(1), 32-38.
- Jelatu, H. (2022). Efek Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian:(Studi Kasus Konsumen Di Senyum 5000 Sentani Papua). *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(1), 36-44.