

Strategi Komunikasi Pemasaran Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru dalam Meningkatkan Minat Santri Barudibatang Angkola, Tapanuli Selatan

Salsah Fadilah Siregar¹, Abdul Rasyid²

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Salsa0603203067@uinsu.ac.id,

abdulrasyid@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This research is entitled "Marketing strategy for the Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru Islamic Boarding School in attracting the interest of new students in Angkola South Tapanuli. The following is a paraphrase of the text provided. This research was conducted on Jl. Mandailing Km.11.5 Basilam Baru Village, Batang Angkola District, South Tapanuli using a qualitative approach. The subjects of this research include the Board of Teachers/Islamic Boarding School Management, Publication Division, and Social Media Marketing. The information gathering techniques used are perception and meetings. In this exploration, the researchers utilized source triangulation by checking and confirming with the Islamic Live-in School Sheikh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru regarding the promotion of correspondence methodology information carried out by the Islamic Life Experience School. The research results show that the publication techniques carried out by the Live-in Islamic School of Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru include print media and virtual entertainment, with print media as handouts. In the individual sales technique, the supervisory team does not form a committed marketing group or provide the power to track new clients; Secret deals are concluded during competition events. Techniques for increasing transactions carried out by Islamic Life Experience Schools include rebate programs for homeless people who are not bothered by food costs, free teaching programs, and organizing events. For Advertising activities for the All-Inclusive Islamic School of Sheikh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru.

Keywords: Marketing; Personal Selling; Communication Strategy

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "strategi pemasaran Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru Dalam Menarik minat santri Baru Dibatang Angkola Tapanuli Selatan, Berikut adalah parafrase dari teks yang diberikan. Penelitian ini dilakukan di Jl. Mandailing Km.11,5 Desa Basilam Baru, Kecamatan Batang Angkola, Tapanuli Selatan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini meliputi Dewan Guru/Pengurus Pondok Pesantren, Divisi Publikasi, dan Marketing Media Sosial. Teknik pengumpulan Informasi yang dimanfaatkan adalah persepsi dan pertemuan. Dalam eksplorasi ini, para peneliti memanfaatkan triangulasi sumber dengan melakukan pengecekan dan afirmasi kepada pihak Islamic Live-in School Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru mengenai promosi informasi metodologi korespondensi yang dilakukan oleh Islamic Life Experience School. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik publikasi yang dilakukan oleh

Live-in School Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru meliputi media cetak dan hiburan virtual, dengan media cetak sebagai *handout*. Dalam teknik penjualan individu, tim pengawas tidak membentuk kelompok pemasaran yang berkomitmen atau memberikan kekuasaan untuk melacak klien baru; Kesepakatan rahasia diselesaikan selama acara kompetisi. Teknik peningkatan transaksi yang dilakukan oleh Islamic Life Experience Schools antara lain adalah program rabat bagi para gelandangan yang tidak direpotkan dengan biaya makan, program pengajaran gratis, dan acara-acara yang mengatur. Untuk kegiatan Periklanan Sekolah Islam All Inklusif Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru

Kata kunci: Pemasaran; *Personal Selling*; Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

Melihat fenomena globalisasi saat ini dapat menimbulkan beberapa dampak pada lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan unggul negeri maupun swasta yang menyelenggarakan pelayanan pendidikan bermutu, seperti fasilitas pendidikan yang memadai, program dan kurikulum bermutu tinggi yang memenuhi standar nasional dan internasional serta diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, merupakan salah satu dampak globalisasi dalam bidang pendidikan. sektor. (Harahap et al., 2023).

Pondok pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Didirikan pada tahun 1938 di Jl. Mandailing Km. 11,5 Desa Basilam Baru, Kecamatan Batang Angkola Tapanuli Selatan (Kholimatunnisa, 2023). pondok pesantren Syekh Muhammad Baqi Mampu menarik santri baru di setiap tahunnya sebanyak 60 hingga 90 santri baru. Dibalik itu, untuk menarik minat santri baru ke institusi pendidikan. Tentu adanya strategi komunikasi pemasaran yang efektif (Romli, 2017:124).

Sekolah lembaga agar tetap beroperasi, Sekolah juga butuh prioritas dan strategi yang baru dan lebih efektif untuk meningkatkan gaya tarik dan kualitas layanan yang ditawarkan pada siswa/santri baru, dan memiliki kemampuan untuk memasarkan pendidikannya. Bagaimanapun keunggulan suatu sekolah hanya akan berpengaruh jika menimbulkan banyak inspirasi. Faktanya Sekolah harus secara ketat melakukan pemasaran selain berfungsi untuk memperkenalkan siswa, pemasaran sekolah juga dapat membentuk citra yang baik tentang institusi dan menarik minat siswa/santri baru (Muhaimin, 2009).

Menurut Indra dan Karno dalam buku karya David Wijaya, menampilkan layanan pendidikan penting karena sekolah perlu meyakinkan masyarakat bahwa mereka masih berfungsi. Selain itu, sekolah juga harus melakukan periklanan agar jenis pengajaran yang ditawarkan diketahui dan dipahami oleh masyarakat umum (Apriani et al., 2023). Berdasarkan permasalahan yang tergambar di atas, penulis dapat merumuskan permasalahan tersebut, khususnya untuk mengetahui “Peningkatan Teknik Korespondensi Sekolah Pengalaman Hidup Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru”. Oleh karena itu, penulis bermaksud melakukan penelitian tambahan untuk membantu meningkatkan kualitas Pondok

Pesantren dan mengetahui efektif atau tidaknya strategi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Jika permasalahan atau kendala tersebut tidak diselesaikan maka akan berdampak buruk pada Live-in School Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru.

Kemungkinan akan menghadapi konsekuensi-konsekuensi negatif. Seperti penurunan jumlah siswa, kurangnya promosi dan fasilitas yang kurang memadai dapat mengakibatkan penurunan jumlah siswa yang mendaftar, dan berpotensi mengurangi pendapatan dan keberlanjutan lembaga tersebut. Dan kegiatan pemasaran pendidikan berjalan dengan kurang maksimal, masalah yang tidak ditangani dengan cepat akan menciptakan sebuah citra negatif bagi pondok pesantren itu sendiri, dan memberi dampak jangka panjang terhadap reputasi dan kepercayaan. Oleh karena itu, pengembangan lebih lanjut teknik presentasi untuk administrasi instruktif secara keseluruhan sangatlah penting. Oleh karena itu, dengan adanya pengujian ini, diyakini akan ada peningkatan pada teknik korespondensi promosi yang dilakukan oleh Sekolah Pengalaman Hidup Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru untuk mengatasi permasalahan atau hambatan dengan tujuan akhir untuk maju dan meningkatkan kuantitas. siswa dan gambaran positif Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Bussalam Basilam Baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah studi lapangan yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan uraian naratif tentang proses perilaku subjek terkait dengan masalah yang diteliti, dengan hasil berupa data dan informasi (Hadi & Haryono, 1998:17). Dalam penelitian kualitatif, istilah populasi tidak digunakan seperti pada penelitian kuantitatif. Sebaliknya, Spradley memperkenalkan istilah "situasi sosial," yang terdiri dari tiga komponen: tempat, pelaku, dan aktivitas yang saling berinteraksi (Sugiyono, 2013:297).

Penelitian ini dilakukan di Jl. Mandailing Km. 11,5 Desa Basilam Baru, Kecamatan Batang Angkola, Tapanuli Selatan. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan karena memungkinkan untuk menggambarkan dan menjelaskan "Strategi Komunikasi dalam meningkatkan jumlah siswa baru di Pondok Pesantren Babussalam Basilam Baru Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan." Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini, dengan data primer diperoleh langsung dari sumbernya. Pengurus Lembaga Pondok Pesantren dan santri Babussalam Basilam Baru melalui wawancara yang berkaitan dengan masalah. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, termasuk buku, jurnal, dan artikel. Supaya dapat dikaitkan dengan topik penelitian (Harahap et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah penelitian diperlukan data untuk mendukung penelitian agar mendapatkan data yang tepat. Peneliti telah memilih 2 informan penelitian, termasuk

Yayasan PonPes Syekh Muhammad Baqi dinamakan oleh Akhmad Darwis Hasibun, Pengasuh Asrama Annihayah dinamakan oleh Nurilan Hutagalung. Penetapan informan ini dilakukan untuk mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Kriteria penelitian disesuaikan dengan masing-masing informan.

Strategi Advertising Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Advertising atau iklan dapat dicirikan sebagai segala jenis korespondensi non-pribadi berbayar tentang suatu organisasi, produk, administrasi, atau pemikiran yang diketahui oleh dukungan, seperti pemberitahuan di TV, radio, majalah, dan surat kabar. Arti "berbayar" menunjukkan bahwa sering kali ruang atau waktu yang dihabiskan untuk publikasi harus dibeli. Iklan yang memanfaatkan komunikasi luas (seperti TV, radio, majalah, dan surat kabar) yang dapat menyampaikan pesan ke banyak orang dengan segera diklasifikasikan "non personal" (Morrison, 2010). Seperti yang diungkapkan, PonPes Sekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru kerap memanfaatkan media cetak seperti pamflet untuk melakukan publikasi. benar-benar memanfaatkan hiburan berbasis web sebagai alat distribusi untuk platform yang digunakan termasuk Instagram, Facebook, dan YouTube. Pesantren Bbs/PPS Babussalam Basilam Baru adalah nama pembagian latihan yang diliput oleh media *part group* Sekolah Inklusif Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Sebuah platform media yang dimanfaatkan:

Instagram

Sekolah Komprehensif Islam Syekh Muhammad Baqi menggunakan akun Instagram untuk memamerkan berbagai hal dan informasi. Selain itu, catatan ini digunakan untuk mempromosikan Live-in School Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru dengan menampilkan kegiatan dan proyeknya.



Gambar 1. Instagram Pondok pesantren Syekh Muhammad Baqi

Sumber : (Instagram @Pesantrenbbs, 2024)

Peneliti melihat akun media sosial Pondok pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru dan menemukan bahwa ada 142 pengikut atau *followers* di Instagram @Pesantrenbbs dan 44 posting. Marhaban, Perayaan hari santri, hari guru, wisuda akbar dan Pelepasan pra alumni dan sebagainya adalah beberapa acara yang biasa diposting di Instagram.

Youtube

Selain Instagram, ponpes Syekh Muhammad Baqi juga memiliki YouTube, tempat di mana kegiatan yang sedang berlangsung di PonPes Syekh Muhammad Baqi dipublikasikan. Secara tidak langsung, Youtube berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan PonPes Syekh Muhammad Baqi/Babusalam sebagai organisasi pendidikan atau lembaga pendidikan. Tempat untuk belajar di mana masyarakat dapat melihat sejarah pondok pesantren tersebut.



Gambar 2. Youtuber Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

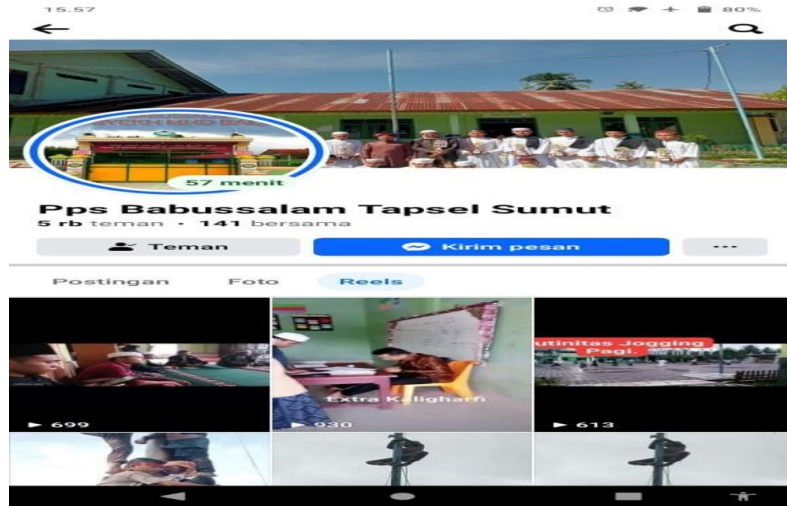
Sumber: (Youtuber @gembirasiregar5266, n.d.)

Pps Babussalam rutin melakukan siaran langsung di setiap acara. Dalam pelaksanaannya, beberapa anggota Pps Babussalam diasingkan ke dalam tiga kelompok. Pertama, kemampuan *live streaming* sebagai *live administrator*, kamera dan dukungan kamera. Videografer kedua mengambil rekaman di belakang panggung, di dalam panggung, dan sebelum panggung. Videografer dan editor video yang mengerjakan setiap acara merupakan fotografer ketiga.

Facebook

Selain Instagram dan Youtube Ponpes Syekh Muhammad Baqi juga memiliki Facebook tempat di mana kegiatan yang sedang berlangsung di Ponpes Syekh Muhammad Baqi dipublikasikan. Secara tidak langsung, Facebook berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan Ponpes Syekh Muhammad Baqi/babusalam sebagai

organisasi pendidikan atau lembaga pendidikan. Tempat untuk belajar di mana masyarakat dapat melihat sejarah pondok pesantren tersebut.



Gambar 3. Facebook Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Sumber: Facebook Pps Babussalam Tapsel Sumut

Peneliti melihat dalam akun Facebook Pps Babussalam Tapsel Sumut terdapat beberapa gambar kegiatan belajar mengajar oleh santri dari Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru.

Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Public relations adalah salah satu strategi komunikasi pemasaran PonPes Syekh Muhammad Baqi. *Public relations* adalah hubungan masyarakat, yang mencakup menciptakan dan mempertahankan hubungan pada masyarakat. Yaitu hubungan antara suatu perusahaan dan masyarakatnya, yang memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hubungan Pada Masyarakat

Ponpes Syekh Muhammad Baqi terbentuk hubungan baik dalam dengan masyarakat sekitar, Seperti yang diungkapkan oleh Ustazah Nurilan Hutagalung berikut ini:

“Ponpes syekh Muhammad Baqi sering menyelenggarakan kegiatan, seperti yang di lakukan cucu dari syekh Muhammad Baqi, ibu mas dan Ustadz atau yayasan Akhmad Darwis yang mengajak beberapa santriyah ikut bergabung secara bergantian dalam pengajian tahlilan masyarakat disetiap malam Jumat dan mempersilahkan masyarakat atau melibatkan masyarakat di setiap acara – acara besar yang diselenggarakan ponpes Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam baru.”(wawancara pada 16 April 2024).

Hubungan Dengan Instansi Pemerintahan

Terkait periklanan di kantor atau instansi pemerintah, PonPes Syekh Muhammad Baqi terus menjalin hubungan baik dengan lembaga pemerintah di Tapanuli, sebelah selatan Batang Angkola. Seperti yang dipaparkan oleh Ustadzah Nurilan Hutagalung sebagai berikut: "Soal hubungan sosial dengan otoritas publik, misalnya para perintis atau pendidik sekolah inklusif Islam di sini ada yang dekat dengan otoritas publik. Misalnya saja TNI. sering kesini, lalu, pada saat itu, dengan atasan polisi akan dilakukan semacam serah terima di sekolah Islam *all-inclusive* Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru Untuk alasan apa bos polisi Karawang memilihnya di sini, dengan alasan bahwa Personel sekolah di pesantren Syekh Muhammad Baqi yang berada di dekat polisi." (Hasil wawancara pada 16 April 2024).



Gambar ke 4. Dokumentasi Hubungan Kerja sama Ponpes Syekh Muhammad Baqi

Sumber: Facebook Pps Babussalam Tapsel Sumut.



Gambar 5. Dokumentasi kunjungan polres ke Pps Syekh Muhammad Baqi

Sumber: Facebook Pps Babussalam Tapsel Sumut

Strategi *personal selling* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Diterangkan oleh Utadzah Nurilan Hutagalung, strategi penjualan *personal selling* yang di lakukan ponpes Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru belum dinamis. Sekolah pengalaman hidup Islam dalam hal ini tidak memanfaatkan pengiklan khusus untuk secara langsung menawarkan produk kepada pelanggan. demikian itu diungkapkan di bawah ini: “Lingkungan seperti misalnya kalau kita datang ke rutinitas sehari-hari? Kita belum pernah melakukan itu, tapi sebenarnya kalau kita adakan lomba, lomba itu mengenalkan generasi muda bagaimana sekolah pengalaman hidup Islam itu ada di Basilam Baru kabupaten Tapanuli selatan bang angkola, fasilitas yang disediakan drumband, silat, rebana, dll. Jadi pendekatannya sebatas itu saja. (Wawancara pada 16 April 2024).

Strategi *Sales Promotion* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Dalam teknik ini, kemajuan kesepakatan yang dilakukan oleh Sekolah Pengalaman Hidup Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru tampak sebagai kemajuan berupa bimbingan belajar gratis atau biaya pendidikan gratis dan batasan bagi gelandangan. Rabat ini karena tidak ada biaya pesta, sehingga mereka hanya perlu membayar biaya pelatihan. Sistem kemajuan kesepakatan ini secara implisit dilakukan oleh pihak administrasi sekolah inklusif Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. dalam latihan di yayasan Pendirian Syekh Muhammad Baqi, melalui pendirian atau latihan tersebut terdapat penyebaran data-data yang diberikan pihak sekolah pengalaman hidup islami kepada klien. Sebagaimana disampaikan Ustdzah Nurilan Hutagalung, organisasi-organisasi yang berada di bawah naungan Yayasan yang didirikan lebih awal dari sekolah pengalaman hidup Islam ini telah banyak membantu selama ini dengan melakukan latihan-latihan khusus demi kemajuan sekolah Islam *all-inclusive* hingga saat ini.

Dalam pembangunan pondok pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru, strategi hibah pada dasarnya berpusat pada dua kelompok tertentu, yaitu gelandangan dan kaum tertindas. Meskipun ada program hibah yang berfokus pada pertemuan-pertemuan ini, tidak ada program hibah yang secara eksplisit berfokus pada masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan kebutuhan yang jelas mengenai distribusi aset moneter dan penghargaan terhadap kelompok yang kurang beruntung.

Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Para ilmuwan akan membicarakan dampak pertemuan dengan Pengurus pengurus Sekolah Pengalaman Hidup Islam, Syekh Muhammad Baqi, Ketua Kelompok Pendidik, atau Wali Sekolah Islam *All Inclusive*, Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Hal ini masuk akal (Kotler, 2005) bahwa gagasan mendasar upaya organisasi untuk menggabungkan dan memfasilitasi berbagai saluran korespondensi yang jelas, dapat diandalkan dan menarik tentang asosiasi dan item-itemnya dikenal sebagai teknik pertukaran tampilan yang terkoordinasi. (dalam koleksi Metallica

2016). Alternatif bauran pemasaran IMC antara lain periklanan (*advertising*), kemajuan transaksi, periklanan, pameran informal dan penjualan individu.

Strategi *Advertising* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Advertising atau iklan strategi pemasaran teknik paling mahir untuk mengubah pandangan pembeli terhadap suatu barang, meyakinkan mereka untuk menyelesaikannya, dan terus-menerus mengingatkan mereka tentang barang tersebut. Segala jenis pengalihan non-individu, perkembangan pemikiran, atau kemajuan pekerjaan dan barang yang diselesaikan dengan bantuan berbayar disebut distribusi (Kotler, 2005). Akibatnya, promosi dapat meningkatkan penawaran, menjangkau banyak klien, dan membuat gambaran produk bertahan lama. Sekolah Islam yang tinggal di Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru menyelesaikan distribusi di media kertas dan pengalihan *online*. Metode waktu terbatas ini dilakukan tentunya untuk menstimulasi keunggulan terencana siswa dalam belajar di *live-in school* Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru. Pemberitahuan ini mempunyai tujuan yang berbeda-beda, antara lain memberikan data kepada klien tentang barang tersebut (berguna), meyakinkan klien untuk membeli (meyakinkan), menyegarkan data yang ada (mengingat), dan membuat lingkungan lain ketika klien mendapatkan data barang (hiburan) (Effendy, 2006). di (Metalika, 2016).

Namun untuk mengupayakan pengelolaan strategi pemasaran dan persuratan, Sekolah Pengalaman Berharga Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru dapat terus mengupayakan pemahaman dan pemanfaatan perkembangannya. Mereka dapat terus meningkatkan persepsi masyarakat terhadap pengalaman sekolah hidup Islami dengan mempertimbangkan pemanfaatan berbagai tahapan media komputerisasi dan prosedur yang lebih luas.

Strategi *Personal Selling* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Menurut Metallica (2016), penjualan personal atau *personal sales* adalah suatu tindakan pamer yang melibatkan bekerja secara langsung dengan setidaknya satu calon pelanggan untuk melakukan perkenalan, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan. Penjualan individu yang terjadi melalui kerja sama dapat mempengaruhi sudut pandang, tujuan, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam memperkenalkan proses korespondensi, penjualan individu dipandang sebagai alat yang sangat menarik dalam hal menyampaikan informasi dan mendorong tenaga kerja dan produk yang dijual oleh asosiasi. terus memperluas pengaruh sekolah Islam menurut masyarakat. Di sub loka Batang Angkola, Sekolah Pengalaman Pendidikan Islam Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru mencoba mengenal iklim secara umum. Meskipun demikian, pendekatan yang diambil tampaknya terbatas dan tidak memadai. Tanpa menggunakan strategi kunjungan langsung ke sekolah atau iklan, pondok pesantren ini hanya pernah mengadakan turnamen untuk memperkenalkan fasilitas fisiknya, seperti lapangan sepak bola, lapangan basket, dan tenis meja.

Oleh karena itu, pesantren yang dikelola Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru ini perlu melihat bagaimana cara mereka memasarkan diri. Melalui metodologi yang lebih terorganisir dan berbeda, misalnya, dengan secara efektif mengoordinasikan kualitas-kualitas yang ketat dalam metodologi mereka, bekerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan terdekat, dan memanfaatkan media yang terkomputerisasi, sekolah-sekolah Islam yang tinggal di dalam dapat memperluas cakupannya dan memperkuat komitmen dengan daerah setempat.

Strategi *Public Relations* Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi

Teknik periklanan yang digunakan oleh Sekolah Islam All Inclusive Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru adalah untuk mempererat keterhubungan dengan lingkungan sekitar. Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi aktif mengikuti berbagai kegiatan keagamaan dan pendidikan bersama generasi muda, komunitas lokal, dan berbagai organisasi. Melalui ajakan langsung dari pionir sekolah Islam *live in*, pelopor sekolah Islam *live in*, Akhmad Darwis Hsibuan, sekolah Islam *live in* selalu membimbing atau meminta agar beberapa siswanya mengikuti latihan tahlilan yang dilaksanakan di lingkungan sekitar masing-masing. Pelopor Sekolah Pengalaman Hidup Islami dan Jumat Syekh Muhammad Baqi juga rutin menyambut masyarakat setempat untuk memfasilitasi acara-acara besar di Sekolah Pengalaman Hidup Islami Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru.

Syekh Muhammad Baqi Islamic Live-in School menggunakan sistem ini tidak hanya untuk menjalin ikatan yang lebih dekat dengan wilayah yang lebih luas, namun juga untuk memberdayakan dukungan lokal yang dinamis dalam upaya pelatihan dan pengembangan yang ketat. Mengingat kedekatan organisasi dan hubungan praktik persepsi Alquran dan acara menyeluruh menunjukkan komitmen sekolah Islam untuk membangun lingkungan yang luas dan bermanfaat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi *Advertising* (iklan) yang dilakukan Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru memanfaatkan media cetak dan hiburan berbasis web. Media cetak itu seperti selebaran. Pada teknik penjualan individual, tim supervisor Pps Syekh Muhammad Baqi tidak membentuk grup *showcase* atau tenaga penjualan khusus untuk mencari klien baru. PonPes Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru menggunakan program diskon dan acara serta program edukasi gratis untuk anak yatim sebagai bagian dari strategi promosinya. Inilah salah satu sistem persuasif dalam teknik surat menyurat promosi yang dilakukan oleh PonPes Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru Batang Angkola Tapanuli Selatan. Pps Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru kini semakin mendorong, menciptakan dan mengikuti perkembangan globalisasi yang sedang berlangsung. Diharapkan Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru semakin maju dan berkembang akibat dari strategi

pemasaran tersebut. Teknik pemasaran ini khususnya berdampak pada pondok pesantren

Wali Songo:

1. Pondok mempunyai tujuan yang jelas dalam mempromosikan kehidupan Islam di sekolah.
2. Memiliki kantor promosi yang memadai.
3. Lebih terpacu untuk menambah dan mengerjakan itemnya.
4. Juga lebih yakin untuk bersaing di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

Apriani, L., Abdul Gani, R., & Rasito, R. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1817–1836. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.977>

Metallica, M. A. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Rodamas Dalam Memasarkan Spion Milan. *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*, 1–15.

Media Online

Effendy, O. U. (2006). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Hadi, A., & Haryono. (1998). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia.

Harahap, A. H., Harahap, N., & Susanti, N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pesantren Mawaridussalam Dalam Meningkatkan Minat Santri di Batang Kuis Deli Serdang. 2(1), 1319–1332.

Instagram @Pesantrenbbs (2024).

Kholimatunnisa, H. (2023). Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Kegiatan Tahfidz di Pondok Pesantren Syekh Muhammad Baqi Babussalam Basilam Baru Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

Kotler, P. (2005). *Principles of Marketing*. Financial Times Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=V-i0y4SHIBYC>

Morrisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ>

Muhaimin. (2009). *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah)*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=X9YvDwAAQBAJ>

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 6 (2024) 3481 - 3492 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i6.2978

Romli, K. (2017). Komunikasi Massa.

<https://books.google.co.id/books?id=DsRGDwAAQBAJ>

Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Alfabeta.

Yutuber @gembirasiregar5266.