

Manajeria

Jurnal Ilmu Manajemen Pendidikan

Strategi Pengembangan Produk Kurikulum dalam Meningkatkan Minat Konsumen di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang

Zainur Arifin

Institut Agama Islam Bani Fattah Jombang

zainurarifin@iaibafa.ac.id

Muhammad Ghuforn Shobirin

Institut Agama Islam Bani Fattah Jombang

Shobiringhuforn24@gmail.com

Received: 03 – 06 – 2024. Accepted: 06 – 08 – 2024. Published: 30 – 04 – 2026

ABSTRAK

Pengembangan kurikulum sangat erat hubungannya dengan mutu konsumen yaitu Peserta Didik dan Wali Murid. Maka perlulah strategi dalam mengembangkan kurikulum seperti halnya di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang yang memiliki kultur pondok pesantren sehingga diangkat menjadi kurikulum madrasah yang dipadukan dengan kurikulum dari kementerian. Sehingga banyak dari konsumen yang menyekolahkan anak-anaknya di madrasah tersebut. Tujuan penelitian adalah 1). Untuk mengetahui strategi pengembangan kurikulum. 2). Untuk mengetahui bentuk peningkatan mutu konsumen. 3). Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pengembangan kurikulum dalam meningkatkan minat konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan langkah-langka reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dan untuk mengetahui keabsahan data digunakan teknik triangulasi metode dan sumber, ketekunan pengamatan dan review informan. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan kurikulum telah berhasil menciptakan inovasi pengalaman belajar yang sesuai dengan rencana. Kurikulum ini dirancang untuk dilanjutkan ke jenjang berikutnya dan disampaikan secara komprehensif dan efektif. Tujuannya adalah untuk menghasilkan individu yang berakhlak mulia dan berperilaku baik. Program pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat adalah kurikulum berbasis pesantren dengan peningkatan penerapan Kurikulum Merdeka. Kurikulum ini dilaksanakan secara menyeluruh, mirip dengan cara sekolah merekrut guru

sesuai dengan kompetensinya. Sebagian besar pendidik yang terlibat sudah memiliki gelar sarjana. Bentuk peningkatan minat konsumen di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang ialah: 1). Memiliki output atau alumni yang sudah berkiprah dimasyarakat, yang berkaitan dengan kegiatan sosial atau agama. 2). Adanya tempat madrasah yang strategis (di naungi pondok pesantren). 3). Adanya finansial yang terjangkau bagi masyarakat, 4). Memiliki kurikulum yang tidak kalah dengan madrasah lainnya. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam Strategi Pengembangan Produk Kurikulum Dalam Meningkatkan Minat Konsumen di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Adapun faktor penghambat antara lain: 1). Sarana prasarana, 2) Lulusan SD. Sedangkan faktor pendukungnya ialah: 1). Madrasah yang dipantau langsung oleh pesantren, 2). Para pendidik yang rata-rata lulusan pondok pesantren.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Kurikulum, Minat Konsumen.

ABSTRACT

Curriculum development is closely related to the quality of consumers, namely students and parents. So a strategy is needed in developing the curriculum, as is the case at MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang which has an Islamic boarding school culture so that it is elevated to a madrasa curriculum combined with the curriculum from the ministry. So many consumers send their children to these madrasas. The research objectives are 1). To find out curriculum development strategies. 2). To find out forms of consumer quality improvement. 3). To determine the supporting factors and inhibiting factors for curriculum development strategies in increasing consumer interest. To achieve this goal, descriptive qualitative research methods were used. Data collection uses interview, observation and documentation techniques. Data analysis techniques are carried out using data reduction steps, data presentation, and drawing conclusions. And to determine the validity of the data, triangulation techniques of methods and sources, diligent observation and review of informants were used. Research shows that the curriculum development strategy has succeeded in creating innovative learning experiences that are in line with plans. This curriculum is designed to be continued to the next level and is delivered comprehensively and effectively. The aim is to produce individuals who have noble character and good behavior. The educational program offered to the community is an Islamic boarding school-based curriculum with increased implementation of the Independent Curriculum. This curriculum is implemented comprehensively, similar to the way schools recruit teachers according to their competencies. Most of the educators involved already have bachelor's degrees. Forms of increasing consumer interest at MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang are: 1). Have output or alumni who have taken part in society, related to social or religious activities. 2). There is a strategic madrasah location (under the shelter of an Islamic boarding school). 3). The existence of affordable finance for the community, 4). Has a curriculum that is not inferior to other madrasas. Inhibiting and supporting factors in the Curriculum Product Development Strategy in Increasing Consumer Interest at MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. The inhibiting factors include: 1). Infrastructure, 2) Elementary school graduates. While the supporting factors are: 1). Madrasas that are monitored directly by Islamic boarding schools, 2). The educators are mostly Islamic boarding school graduates.

Keywords: Development Strategy, Curriculum, Consumer Interest.

PENDAHULUAN

Pendidikan memegang peran penting dalam mempengaruhi kecerdasan dan masa depan suatu bangsa. Dalam Pasal 3 UU No.20 Tahun 2003 pendidikan diupayakan untuk mencapai tujuan nasional, yaitu untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab untuk mengembangkan fungsi tersebut, pemerintah menyelenggarakan suatu sistem pendidikan nasional sebagai tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional. Oleh karena itu, badan pendidikan atau sekolah harus mampu berkompetisi untuk menunjukkan eksistensinya. Bukti eksistensi ini tercermin dari ketertarikan siswa terhadap sekolah. Peserta didik adalah bagian terpenting dari sebuah badan pendidikan, karena keberadaan mereka memastikan kelancaran proses belajar mengajar.

Jumlah murid yang banyak dapat mempengaruhi kelancaran proses belajar mengajar. Jika rasio guru-murid seimbang dan fasilitas memadai, pembelajaran akan berjalan lancar. Namun, jika jumlah murid terlalu banyak, perhatian guru bisa terbagi, dan fasilitas mungkin tidak cukup. Pengelolaan kelas yang baik oleh guru juga penting untuk menjaga keteraturan dan efektivitas pembelajaran. Jadi, kelancaran belajar mengajar bergantung pada keseimbangan antara jumlah murid, rasio guru, fasilitas, dan manajemen kelas.

Seiring waktu, terjadi rangkaian perubahan dan modifikasi di berbagai bidang, yang juga berdampak pada metode pendidikan. Pendidikan merupakan aspek esensial dalam kehidupan bermasyarakat karena mampu mengubah kualitas hidup manusia. Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin meningkat pula pengetahuan dan keahlian seseorang, sehingga memudahkan dalam menyelesaikan masalah kehidupan.

Salah satu landasan utama dalam pendidikan adalah kurikulum. Berdasarkan UU No. 20 tahun 2003 Bab X pasal 36 ayat 1 menetapkan pengertian kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.¹

Perkembangan di berbagai bidang yang mempengaruhi sistem pendidikan juga mendorong pengembangan kurikulum. Kurikulum dirancang untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, perkembangan kurikulum diperlukan untuk mempercepat proses pendidikan dan menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi di masyarakat.

¹ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 1, ayat (19).

Kurikulum merupakan salah satu bagian utama lembaga pendidikan. Kurikulum adalah program yang ditawarkan kepada siswa. Seperti yang diterangkan Oemar Hamalik, kurikulum adalah program bagi peserta didik. Program pelatihan yang dilakukan dalam bentuk pembelajaran bertujuan untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan peserta didik sesuai dengan tujuan pendidikan. Pengembangan kurikulum merupakan proses menyeluruh sebagai wujud kebijakan pendidikan nasional yang selaras dengan visi, misi, dan strategi pendidikan nasional.

Ekspansi kurikulum dimulai dengan tahap perancangan, kemudian dilanjutkan dengan pengaktualan, kontrol, dan evaluasi hasil. Harrick menekankan bahwa kurikulum memiliki tiga sumber utama, yang dipertegas oleh Hamalik. Pertama, ilmu pengetahuan berperan sebagai sumber utama kurikulum. Pengetahuan ini ditransmisikan kepada anak-anak melalui berbagai bidang studi yang mereka pelajari di sekolah. Kedua, masyarakat menjadi sumber kurikulum di mana sekolah berfungsi sebagai komunitas. Di dalamnya, warisan budaya ditransmisikan, dan masalah sosial diselesaikan melalui interaksi dan pembelajaran sosial. Ketiga, tenaga pendidik yang dilatih sebagai penyedia kurikulum. Mereka bertanggung jawab untuk menyusun kurikulum sedemikian rupa sehingga mendukung perkembangan anak secara optimal.²

Dengan menyatukan ketiga sumber ini, kurikulum dirancang untuk memastikan bahwa pendidikan berjalan secara efektif dan efisien, memberikan fondasi yang kuat bagi perkembangan intelektual dan sosial anak-anak.

Kurikulum yang efektif dan terarah adalah fondasi penting dalam membentuk keterampilan dan kemampuan murid, yang pada akhirnya berkontribusi pada pembangunan komunitas yang lebih baik. Prinsip-prinsip yang jelas dan dasar yang kuat memastikan bahwa pengembangan kurikulum selaras dengan kebutuhan masyarakat dan peraturan yang ada.

Sama halnya dengan bagaimana kurikulum dirancang untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, konsep minat beli dalam pemasaran juga didasarkan pada pemahaman prinsip dan preferensi konsumen. Menurut Assael Sukmawati dan Suyono dalam Pramono, minat beli adalah fase di mana konsumen memilih dan membeli merek yang paling disukainya, berdasarkan berbagai aspek dan preferensi.³

² Oemar Hamalik, *Manajemen Pengembangan Kurikulum*, Cet. Ke-4 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 90.

³ AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. (Jakarta: Intidayu Press, 2012), Hal. 54.

Pengertian minat beli yang di terjemahkan oleh Banyamin Molan dari Kotler dan Keller⁴ menyatakan bahwasanya ketertarikan pembeli merupakan langkah yang dilaksanakan klien sebelum mengambil produk.

Dengan demikian, baik dalam konteks pendidikan maupun pemasaran, keberhasilan ditentukan oleh seberapa baik kita memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi dari target audiens. Kurikulum yang baik menghasilkan individu yang siap menghadapi tantangan dan berkontribusi pada komunitas, sementara pemahaman yang baik tentang minat beli membantu perusahaan menawarkan produk yang diinginkan konsumen. Kedua konsep ini menunjukkan pentingnya dasar dan prinsip yang kuat dalam mencapai hasil yang diinginkan.

Maka untuk mencapai keberhasilan tersebut perlu adanya periklanan dalam mempromosikan produk kurikulum yang ada. Menurut Kotler & Keller⁵ model AIDA terdiri dari empat elemen utama yang terkait dengan tugas periklanan yang menjadi lapisan pengukuran respons, antara lain: *Attention* (Perhatian) Pada *attention*, madrasah harusnya cukup mampu menarik perhatian masyarakat dengan mewujudkan mutasi inovatif dengan bantuan produk guna menguatkan sifat pembuatan yang dipasarkan, sampai-sampai pemasarannya tampil semenarik mungkin bagi masyarakat; *Interest* (Ketertarikan) Sesudah menarik afinitas komunitas, perlawanan berikutnya yakni, membangkitkan minat masyarakat untuk menangkap perhatian agar mendapatkan informasi selanjutnya mengenai produk atau layanan yang dipasarkan; *Desire* (Minat) Ide ini muncul karena keadaan suatu ekspektasi terkait pendapat konsumen yang mengambil suatu produk. Paska membangkitkan minat, tahap selanjutnya adalah mengajak masyarakat untuk memverifikasi, membeli dan menikmati produk yang didistribusikan. Pemikiran tersebut terjadi karena adanya suatu landasan, mengacu pada pendapat konsumen saat membeli produk; *Action* (Tindakan) Ketetapan yang dibuat pada tahap advertensi sebelumnya dapat mengarah pada tindakan bersama untuk mewujudkan aspirasi sendiri dengan bantuan penawaran.

MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang didirikan oleh KH. Moch Djamaluddin Ahmad, salah satu pengasuh dari Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang, dengan dukungan penuh dari tokoh masyarakat setempat. Dukungan ini muncul karena ketiadaan pendidikan formal keagamaan di daerah tersebut.

Strategi pengembangan kurikulum di MTs Al-Anwar Cangkringrandu, seperti yang dijelaskan oleh kepala sekolah, Bapak Ali Muhajir, S. Pd., mencakup pembelajaran kurikulum dari Kementerian Pendidikan serta nilai-

⁴ Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall*. 2012, Hal. 568.

⁵ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Hal.13.

nilai kultur kepesantrenan. Dalam praktiknya, siswa tidak hanya mempelajari kurikulum nasional tetapi juga diperkenalkan pada ilmu pesantren seperti ilmu falak. Mereka juga diajarkan memahami dan mempelajari kitab Turost.

Selain itu, kegiatan keagamaan diterapkan dalam rutinitas harian siswa. Sebelum masuk kelas dan memulai pelajaran, siswa diwajibkan untuk melakukan sholat dhuha dan membaca nadzom. Pendekatan ini bertujuan untuk mengintegrasikan pendidikan formal dengan nilai-nilai keagamaan yang mendalam, sehingga menghasilkan lulusan yang tidak hanya berkompeten secara akademis tetapi juga memiliki pemahaman keagamaan yang kuat.⁶

Sehingga MTs Al Anwar Cangkringrandu benar-benar memiliki kurikulum pesantren yang berkualitas dan memiliki alumni-alumni yang dapat memberi contoh baik kepada masyarakat.⁷ Melihat kenyataan yang terpapar diatas, pengkaji terdorong untuk mengadakan penelitian berhubungan dengan Strategi Pengembangan Produk Kurikulum Dalam Meningkatkan Minat Konsumen yang mana peneliti memilih MTs Al-Anwar Cangkringrandu karena adanya kultur pondok pesantren yang diangkat menjadi kurikulum madrasah serta memadukan kurikulum dari kementerian. Sehingga banyak dari konsumen melirik para *out put* dengan kualitas yang berbeda dari beberapa madrasah disekitarnya dan banyak dari masyarakat yang menyekolahkan anak-anaknya di madrasah tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dalam konteks manajerial kurikulum. Sedangkan jenis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai strategi pengembangan produk kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu dalam meningkatkan minat konsumen.⁸

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan adalah mutlak. Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci (human instrument) yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.⁹ Penelitian ini berlokasi di MTs Al Anwar Cangkringrandu, Perak, Jombang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik unik madrasah tersebut yang

⁶ Hasil wawancara kepada bapak ali muhajir selaku kepala sekolah dimts al-anwar cangkringrandu perak jombang pada tanggal 24/03/2023.

⁷ Hasil observasi sekolah dimts al-anwar cangkringrandu perak jombang pada tanggal 26/03/2023.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 18.

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 121.

mengintegrasikan kurikulum Kementerian Agama dengan kultur pondok pesantren, yang secara empiris terbukti mampu menarik minat konsumen (wali murid dan siswa).

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori:

1. Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara mendalam, yaitu Kepala Madrasah, Waka Kurikulum, Guru, dan perwakilan wali murid/konsumen di MTs Al Anwar Cangkringrandu.
2. Data Sekunder: Data yang diperoleh melalui dokumen resmi, profil madrasah, struktur kurikulum, dan catatan-catatan yang relevan dengan pengembangan produk kurikulum.¹⁰

Untuk memperoleh data yang akurat, peneliti menggunakan tiga teknik utama:

1. Wawancara (Interview): Tanya jawab secara lisan dengan informan untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi pengembangan kurikulum dan faktor penghambat/pendukungnya.
2. Observasi: Pengamatan langsung terhadap proses pembelajaran dan implementasi kurikulum berbasis pesantren di lokasi penelitian.
3. Dokumentasi: Pengumpulan data melalui dokumen tertulis, foto kegiatan, dan arsip madrasah terkait kurikulum merdeka dan program unggulan pesantren.¹¹

Teknik analisis data yang digunakan merujuk pada model interaktif yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction): Merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting terkait minat konsumen dan pengembangan kurikulum.
2. Penyajian Data (Data Display): Menyajikan data dalam bentuk uraian singkat atau bagan agar mudah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification): Mencari makna dari data yang dikumpulkan untuk menjawab fokus penelitian.¹²

Dan untuk menjamin validitas data yang diperoleh, peneliti melakukan pengujian keabsahan data melalui:

1. Triangulasi: Menggunakan triangulasi sumber (membandingkan data dari beberapa informan) dan triangulasi metode (membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumen).
2. Ketekunan Pengamatan: Melakukan pengamatan secara teliti dan berkesinambungan.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 132.

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 85.

¹² Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru* (Jakarta: UI Press, 2014), hlm. 15-20.

3. Review Informan: Mengonfirmasi kembali hasil temuan kepada informan untuk memastikan kesesuaian data.¹³

PEMBAHASAN

Pada bagian ini penulis akan memaparkan pembahasan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan produk kurikulum dalam meningkatkan minat konsumen Di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang, Menurut *Robbins dan Coulter*¹⁴, tingkat strategi dalam organisasi ada 3 yakni: strategi korporat, kompetitif dan fungsional. Sedangkan menurut *Murray Print*,¹⁵ peningkatan kurikulum merupakan suatu metode merencanakan, mengkonstruksi, melaksanakan dan untuk mempertimbangkan kesempatan dalam belajar agar menimbulkan perubahan pembelajaran. *Kotler dan Keller*,¹⁶ mengatakan bahwa minat beli konsumen adalah suatu perilaku yang mana pelanggan diminta untuk memilih, menggunakan dan mengkonsumsi suatu produk yang akan di tawarkan. Bentuk perilaku konsumen merupakan minat atau keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa. Bentuk minat beli konsumen adalah calon konsumen, yakni komponen yang belum melaksanakan pembelian sehingga dapat ditandai sebagai calon pembeli. Minat konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi, yaitu bagaimana biasanya informan berperilaku sebelum mengambil keputusan pembelian.¹⁷ Sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian dengan menggunakan teknis kualitatif deskriptif yaitu memaparkan dengan analisis data yang telah peneliti kumpulkan melalui wawancara dan observasi selama penelitian dengan lembaga yang terkait. Adapun hasil penelitian sebagai berikut:

Strategi Pengembangan Produk Kurikulum di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang

1. Pengalaman belajar yang direncanakan (*Planned learning experiences*)

Dalam konteks strategi pengembangan kurikulum di MTs Al-Anwar Cangkringrandu, ilustrasi telah diberikan tentang bagaimana sekolah tersebut mengintegrasikan nilai-nilai kepesantrenan dalam kurikulum mereka, selaras dengan tujuan pendidikan yang diinginkan.

Dalam hal ini, pemahaman Dakir tentang pengembangan kurikulum sebagai kegiatan yang terus menerus mengevaluasi dan menyempurnakan metode pendidikan baru menjadi relevan. Pendekatan yang terus-menerus

¹³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 125.

¹⁴ Robbins, Stephen P. Coulter, Mary, *Management Stephen P. Robbins, Mary Coulter*, (London: Pearson Education, 2016). Hal. 253.

¹⁵ Murray Print, *Curriculum Design And Development, Allen & Unwin*, (Australia: Allen & Unwin, 1993), Hal. 23.

¹⁶ Kotler, Keller. *manajemen pemasaran*, (Jakarta: penerbit erlangga).

¹⁷ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), Hal. 45.

dievaluasi dan disempurnakan di MTs Al-Anwar Cangkringrandu mencerminkan upaya sekolah untuk selaras dengan arah pendidikan yang diinginkan, mencapai hasil yang optimal, dan memberikan dampak positif pada siswa dalam menghadapi masa depan mereka.

Oleh karena itu, pemahaman tentang konsep pengembangan kurikulum yang dijelaskan oleh Dakir memberikan pandangan yang lebih luas dan konseptual tentang upaya MTs Al-Anwar Cangkringrandu dalam menyusun kurikulum mereka.¹⁸

Murray Print mengatakan bahwa pengembangan kurikulum adalah “*curriculum development is defined as the process of planning, constructing, implementing and evaluating learning opportunities intended to produce desired changes in learner’s*”. Maksudnya bahwa pengembangan kurikulum adalah, sebagai proses perencanaan, membangun, menerapkan, dan mengevaluasi peluang pembelajaran diharapkan menghasilkan perubahan dalam belajar.¹⁹

2. Tawaran program institusi/program pendidikan (*Offered within an educational institution/program*)

Pemahaman Ruhimat tentang materi pembelajaran sebagai inti dari kurikulum memiliki relevansi langsung dengan pembahasan sebelumnya mengenai kurikulum MTs Al Anwar. Dalam konteks tersebut, pemahaman yang mendalam tentang isi kurikulum, seperti yang dijelaskan oleh Ruhimat, menjadi dasar untuk penyusunan bahan ajar yang efektif, sesuai dengan kebutuhan siswa.²⁰

Konsep yang diungkapkan oleh Majid mengenai tujuan bahan ajar, seperti membantu siswa dalam memahami materi, menyediakan berbagai pilihan bahan ajar, memudahkan guru dalam mengajar, dan membuat kegiatan pembelajaran menjadi menarik, dapat diimplementasikan dalam konteks kurikulum MTs Al Anwar. Pendekatan ini akan membantu dalam menyusun materi pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan siswa, serta memfasilitasi guru dalam melaksanakan pembelajaran yang menarik dan efektif di madrasah tersebut. Dengan demikian, pemahaman tentang materi pembelajaran dan tujuan bahan ajar memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan kurikulum yang efektif di MTs Al Anwar Cangkringrandu.²¹

3. Direpresentasikan sebagai dokumen (*Represented as document*)

Pemahaman Sungkono, dkk tentang bahan pembelajaran sebagai perangkat yang memuat materi atau isi pembelajaran yang didesain untuk mencapai tujuan pembelajaran memiliki relevansi dengan pembahasan

¹⁸ Dakir, *Perencanaan Pengembangan Kurikulum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Hal. 84.

¹⁹ Murray Print, *Curriculum Design and Development*, (Australia: Allen & Unwin, 1993), Hal. 23.

²⁰ Ruhimat Toto dkk, *Kurikulum dan Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), Hal. 152

²¹ Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran dan Mengembangkan Standar Kompetensi Guru*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005), Hal. 15.

sebelumnya mengenai kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu. Dalam konteks kurikulum tersebut, bahan pembelajaran harus dirancang dengan cermat untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.²²

Konsep yang dijelaskan oleh Depdiknas tentang bahan ajar atau materi pembelajaran, yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang harus dipelajari siswa, juga terkait dengan pembahasan sebelumnya. Dalam kurikulum MTs Al Anwar, bahan ajar harus mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai dengan standar kompetensi yang ditetapkan, sehingga siswa dapat mencapai hasil pembelajaran yang diharapkan.²³

Oleh karena itu, pemahaman tentang bahan pembelajaran dan jenis-jenis materi pembelajaran yang telah disebutkan oleh Sungkono, dkk dan Depdiknas memberikan landasan yang penting dalam pengembangan kurikulum yang efektif di MTs Al Anwar Cangkringrandu.

4. Pengalaman yang dihasilkan dari pelaksanaan dokumen (*Encluded experiences resulting from implementing that document*)

Pemahaman Arthur K. Ellis tentang evaluasi sebagai proses pengumpulan dan analisis data untuk memahami dan menilai suatu kurikulum, serta memperbaiki metode pendidikan, memiliki relevansi dengan kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu. Dalam konteks kurikulum tersebut, evaluasi merupakan langkah penting untuk mengevaluasi efektivitas kurikulum yang telah disusun dan diimplementasikan.²⁴

Konsep evaluasi yang dijelaskan oleh James A. Beane, bahwa evaluasi adalah proses untuk menilai kinerja pelaksanaan suatu kurikulum, juga terkait dengan kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu. Evaluasi kinerja kurikulum harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, pemeriksaan terhadap pelaksanaan kurikulum, dan pengambilan kesimpulan berdasarkan kriteria tertentu.²⁵

Oleh karena itu, pemahaman tentang evaluasi kurikulum yang telah dijelaskan oleh Arthur K. Ellis dan James A. Beane memberikan landasan yang penting dalam memastikan keberhasilan implementasi kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu serta memastikan bahwa tujuan pembelajaran tercapai dengan efektif.

Bentuk Peningkatan Minat Konsumen di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang

²² Sungkono, dkk, *Pengembangan Bahan Ajar*, (Yogyakarta: Fip Uny, 2003.), Hal. 1.

²³ Depdiknas, *Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Standart Kompetensi Lulusan Untuk Satuan Pendidikan dasar dan Menengah*, (Jakarta : Dirjen Dikdasmen, 2006), Hal. 4.

²⁴ Arthur K. Ellis, Dkk *The School Curriculum*, (Massachusetts: Allyn And Bacon Inc, 1988).

²⁵ James A. Beane, *Curriculum Planning And Development*, (Massachusetts: Allyn And Bacon Inc, 1986).

Pemahaman tentang minat konsumen, perilaku pembelian, dan niat pembelian memiliki keterkaitan yang signifikan dengan Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam konteks madrasah tersebut, pemahaman ini dapat diinterpretasikan sebagai minat dan kecenderungan masyarakat sekitar untuk memilih dan menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan tersebut.

Konsep niat pembelian, yang merupakan bagian dari perilaku konsumen menurut Kinnear dan Taylor, dapat direlasi dengan minat konsumen terhadap pendidikan yang ditawarkan oleh MTs Al Anwar Cangkringrandu. Niat pembelian dalam konteks ini mengacu pada kecenderungan masyarakat sekitar untuk memilih dan membeli layanan pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah tersebut.²⁶

Selanjutnya, penerapan ide AIDA yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan, yang digunakan untuk memahami langkah-langkah yang diambil oleh pihak madrasah dalam mengukur ketertarikan masyarakat atau insentif untuk menggunakan layanan pendidikan yang ditawarkan, memberikan gambaran tentang upaya madrasah dalam menarik minat masyarakat melalui program kurikulum yang mereka tawarkan.²⁷

Dengan demikian, pemahaman tentang minat konsumen, niat pembelian, dan penerapan ide AIDA memberikan wawasan yang relevan dalam memahami bagaimana kurikulum yang ditawarkan oleh MTs Al Anwar Cangkringrandu dapat menarik minat masyarakat sekitar, diantaranya yakni:

1. Perhatian (Attention)

Perhatian terhadap produk dan upaya untuk menarik perhatian konsumen memiliki kaitan penting dengan strategi pengembangan kurikulum, terutama dalam konteks MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam pembahasan sebelumnya, kita telah menyoroti bagaimana kurikulum di madrasah tersebut mencakup nilai-nilai kepesantrenan dan praktek keagamaan sebagai bagian dari pembelajaran.²⁸

Dalam hal ini, perhatian terhadap produk dapat dilihat sebagai analogi untuk perhatian terhadap kurikulum. Upaya untuk membuat para konsumen sadar akan keberadaan produk melalui berbagai promosi seperti iklan cetak, radio, dan TV bisa dibandingkan dengan upaya untuk membuat siswa sadar akan pentingnya dan relevansi kurikulum yang diterapkan di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang.²⁹ Dengan menarik perhatian siswa terhadap kurikulum yang disajikan dengan cara

²⁶ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Grammedia Pusaka), Hal. 45.

²⁷ Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller, Alih Bahasa Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas, Jilid 1.* (Jakarta: PT. Indeks, 2012), Hal. 568.

²⁸ Lucas, D. B., & Britt, S. H., *Measuring Advertising Effectiveness* (McGraw Hill, New Yor. 2012)

²⁹ Purwanto, *Evaluasi hasil belajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

yang menarik dan relevan, sekolah dapat menciptakan lingkungan pembelajaran yang menginspirasi dan memotivasi. Hal ini mencerminkan strategi pengembangan kurikulum yang berfokus pada kebutuhan dan minat siswa, sebagaimana terlihat dalam pendekatan kurikulum madrasah tersebut.

2. Ketertarikan (Interest)

Konsep ketertarikan dalam konteks pemasaran memiliki relevansi yang kuat dengan strategi pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Menurut Lucas, ketertarikan muncul sebagai dorongan yang lebih kuat setelah adanya perhatian terhadap suatu produk, yang dalam konteks pendidikan bisa dianalogikan dengan perhatian siswa terhadap kurikulum yang diterapkan.³⁰

Dalam kasus MTs Al Anwar Cangkringrandu, setelah siswa dan orang tua memperhatikan keunikan dan keunggulan kurikulum yang menggabungkan nilai-nilai kepesantrenan dengan kurikulum nasional, minat mereka terhadap sekolah tersebut akan meningkat. Seperti yang dijelaskan oleh Doni Juni Priansa, ketertarikan ini muncul setelah calon konsumen (dalam hal ini siswa dan orang tua) menerima informasi lebih detail tentang apa yang ditawarkan oleh kurikulum tersebut.³¹

Kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu mencakup pembelajaran ilmu pesantren seperti ilmu falak, kitab Turost, dan praktik keagamaan sehari-hari seperti sholat dhuha dan membaca nadzom. Informasi detail ini meningkatkan minat siswa untuk mendekati dan lebih terlibat dalam pembelajaran, karena mereka melihat nilai tambah yang ditawarkan oleh kurikulum tersebut dibandingkan dengan sekolah lain.

Dengan demikian, strategi pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membangkitkan minat yang lebih dalam dari siswa dan orang tua, memastikan bahwa mereka memahami dan tertarik pada nilai-nilai dan keunggulan yang ditawarkan oleh pendidikan di madrasah ini.

3. Minat (Desire)

Minat beli konsumen dapat dihubungkan dengan strategi pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang melalui pendekatan yang menekankan pada nilai tambah dan diferensiasi pendidikan yang ditawarkan. Menurut Kotler, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.³² Dalam

³⁰ Lucas, D. B., & Britt, S. H. Ibid.

³¹ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2017), Hal. 0164-165.

³² Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran, edisi 11, Jilid 2*, (Jakarta : Prenhalindo, 2005), Hal. 15.

konteks pendidikan, ini dapat dianalogikan sebagai minat calon siswa dan orang tua terhadap kurikulum yang diterapkan di MTs Al Anwar.

Penerapan kurikulum yang menggabungkan nilai-nilai kepesantrenan dengan kurikulum nasional di MTs Al Anwar menarik perhatian calon siswa dan orang tua, sebagaimana disebutkan dalam konsep minat beli oleh Kotler. Beberapa aspek minat beli yang relevan adalah:

- a. Minat sebagai perantara motivasional: Ketertarikan siswa dan orang tua terhadap nilai-nilai kepesantrenan yang diintegrasikan dalam kurikulum berfungsi sebagai motivasi utama dalam memilih MTs Al Anwar sebagai tempat belajar.
- b. Kemampuan untuk mencoba: Dengan menawarkan kurikulum yang unik dan berbeda, MTs Al Anwar memberikan kesempatan kepada calon siswa untuk mencoba metode pembelajaran yang lebih holistik, yang mencakup aspek akademis dan spiritual.
- c. Pengukuran kehendak: Minat terhadap kurikulum yang ditawarkan mencerminkan keinginan yang kuat dari siswa dan orang tua untuk mendapatkan pendidikan yang tidak hanya berfokus pada aspek akademis tetapi juga pada pengembangan karakter dan spiritual.
- d. Perilaku yang terus-menerus: Minat yang berkelanjutan terhadap kurikulum ini memastikan bahwa siswa tetap termotivasi dan terlibat dalam proses pembelajaran sepanjang masa studi mereka.

Menurut Durianto, niat untuk membeli adalah rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, yang dalam konteks ini adalah keputusan untuk mendaftar di MTs Al Anwar. Dengan menawarkan kurikulum yang berkualitas dan berbeda dari sekolah lain di sekitar, MTs Al Anwar berhasil menarik perhatian dan minat konsumen. Keyakinan orang tua dan siswa terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan meningkatkan minat mereka untuk memilih sekolah ini.³³

Pengetahuan akan minat beli, atau dalam hal ini minat mendaftar di MTs Al Anwar, sangat penting untuk memahami dan memprediksi perilaku calon siswa dan orang tua. Semakin tinggi keyakinan mereka terhadap kualitas kurikulum dan nilai-nilai yang diusung, semakin besar minat untuk mendaftar di sekolah tersebut. Sebaliknya, jika keyakinan terhadap kualitas kurikulum rendah, minat untuk mendaftar juga akan menurun.

Dengan demikian, strategi pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar yang berhasil menarik perhatian dan minat calon siswa dan orang tua sangat penting untuk memastikan tingginya tingkat pendaftaran dan keberhasilan pendidikan di sekolah tersebut.

4. Tindakan (Action)

³³ Durianto, dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek (Cetakan Tiga)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hal 109

Menurut Engel et al., perilaku konsumen mencakup tindakan yang secara langsung terlibat dalam perolehan, pengonsumsiannya, dan penghabisan produk atau jasa, serta proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut. Dalam konteks Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang, pemahaman tentang perilaku konsumen ini penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan minat calon siswa dan orang tua.³⁴

Menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumen adalah studi mengenai unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan, pembelian, dan penentuan barang, jasa, dan ide. Hal ini relevan bagi MTs Al Anwar dalam memahami bagaimana calon siswa dan orang tua membuat keputusan terkait pendaftaran dan pemilihan sekolah.³⁵

Dengan menghubungkan pemahaman tentang perilaku konsumen dengan strategi pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar, kita dapat melihat bagaimana sekolah dapat menarik perhatian dan minat calon siswa. Kurikulum yang menggabungkan nilai-nilai kepesantrenan dengan kurikulum nasional berfungsi sebagai produk unik yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pasar sasaran. Proses pembuatan keputusan oleh orang tua dan siswa melibatkan evaluasi terhadap kualitas pendidikan, nilai-nilai yang diajarkan, dan manfaat jangka panjang dari pendidikan di MTs Al Anwar. Strategi ini mencakup:

- a. Menarik Perhatian (Attention): Menginformasikan kepada calon siswa dan orang tua tentang keberadaan dan keunggulan kurikulum MTs Al Anwar melalui berbagai media promosi.
- b. Menumbuhkan Ketertarikan (Interest): Menyediakan informasi detail tentang manfaat pendidikan yang menggabungkan kurikulum nasional dan kepesantrenan, sehingga calon siswa dan orang tua tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.
- c. Meningkatkan Minat (Desire): Menunjukkan bukti nyata dari keberhasilan alumni dan dampak positif dari pendidikan di MTs Al Anwar untuk meningkatkan keyakinan dan minat calon siswa dan orang tua.
- d. Mendorong Tindakan (Action). Memfasilitasi proses pendaftaran yang mudah dan memberikan dukungan yang dibutuhkan untuk memastikan calon siswa dan orang tua mengambil keputusan untuk mendaftar.

Dengan memahami perilaku konsumen dalam konteks pendidikan, MTs Al Anwar dapat terus menyempurnakan strategi pengembangan kurikulumnya untuk meningkatkan minat dan kepuasan siswa dan orang

³⁴ Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta. Andi, 2013) Hal. 7.

³⁵ Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. *Ibid*.

tua, memastikan keberlanjutan dan kesuksesan program pendidikan yang ditawarkan.

Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam Strategi Pengembangan Produk Kurikulum Dalam Meningkatkan Minat Konsumen di MTs Al-Anwar Cangkringrandu Perak Jombang.

1. Faktor penghambat

Menurut Sutaryono,³⁶ faktor penghambat sendiri dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal.

a. Faktor internal

Faktor internal yang menjadi penghambat dalam melaksanakan sesuatu, seperti rasa malas atau pengaruh negatif dari pergaulan remaja, memiliki relevansi dengan Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam konteks madrasah tersebut, pemahaman tentang faktor-faktor internal yang dapat menghambat siswa dalam memperoleh pendidikan yang berkualitas juga penting.

Misalnya, kurikulum yang disusun oleh MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang mungkin telah mempertimbangkan faktor-faktor internal seperti motivasi siswa, tingkat keterlibatan dalam kegiatan pembelajaran, dan pengaruh pergaulan remaja. Dengan memahami faktor-faktor internal ini, madrasah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mendukung perkembangan siswa dan mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin timbul.

Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor internal yang dapat menghambat individu dalam mencapai tujuan pendidikan, seperti yang dijelaskan di atas, dapat membantu dalam konteks pengembangan kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Ini membantu dalam menyusun strategi pendidikan yang lebih holistik dan berkelanjutan, yang memperhitungkan tantangan internal yang mungkin dihadapi oleh siswa.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal, yang berasal dari luar individu, memiliki keterkaitan dengan Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam konteks madrasah tersebut, pemahaman tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi siswa juga sangat penting.

Misalnya, dalam merancang kurikulum, MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang mungkin mempertimbangkan pengaruh faktor-faktor eksternal seperti lingkungan sosial siswa, teman sebaya, dan dukungan keluarga dalam mendukung proses

³⁶ Sutaryono. *Faktor-Faktor Penghambat Implementasi Penerapan Pembelajaran Penjaskes Aktivitas Luar Kelas SD Gugus 5 dan 6 Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulonprogo* 2015, Hal. 33 22. <http://journal.uny.ac.id/index.php/jolahraga>

pembelajaran. Faktor-faktor eksternal ini dapat memiliki dampak signifikan pada motivasi dan partisipasi siswa dalam kegiatan pendidikan.

Dengan memahami faktor-faktor eksternal ini, madrasah dapat mengembangkan strategi yang lebih holistik dalam menyusun kurikulum, yang tidak hanya memperhitungkan aspek akademik tetapi juga mempertimbangkan pengaruh lingkungan eksternal terhadap siswa. Ini membantu dalam menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendukung dan merangsang pertumbuhan siswa secara menyeluruh, sesuai dengan tujuan pendidikan yang diinginkan.

Faktor-faktor penghambat dalam proses pembelajaran, seperti yang dijelaskan oleh Zuhairini, memiliki relevansi dengan Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam konteks kurikulum madrasah tersebut, pemahaman tentang faktor-faktor penghambat ini dapat membantu dalam penyusunan kurikulum yang lebih efektif.³⁷

Misalnya, MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang mungkin telah mempertimbangkan faktor-faktor seperti perbedaan karakteristik siswa, kesulitan menyesuaikan materi dengan kebutuhan kejiwaan siswa, dan kesulitan dalam memperoleh sumber daya pembelajaran. Dengan memahami faktor-faktor penghambat ini, madrasah dapat mengembangkan strategi kurikulum yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan siswa.

Pemahaman tentang kesulitan dalam menyesuaikan materi dengan berbagai metode pembelajaran juga penting dalam konteks kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Kurikulum yang memperhitungkan variasi metode pembelajaran dapat membantu dalam menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan beragam bagi siswa, sehingga meningkatkan keterlibatan dan motivasi mereka dalam proses pembelajaran.

Dengan demikian, pemahaman tentang faktor-faktor penghambat dalam proses pembelajaran dapat membantu MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang dalam menyusun kurikulum yang lebih adaptif dan efektif, yang mampu mengatasi tantangan-tantangan yang mungkin dihadapi oleh siswa selama proses pembelajaran.

2. Faktor Pendukung

Menurut Poerwodarminta, faktor pendukung dapat diartikan sebagai suatu hal (keadaan atau peristiwa) yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu. Pendukung adalah sesuatu yang menyebabkan sesuatu berfungsi lebih baik atau berubah menjadi lebih maju. Dengan demikian, faktor pendukung adalah suatu hal (keadaan

³⁷ Zuhairini, dkk., *Metodologi Pendidikan Agama* (Jakarta: Ramadhani, 1993), Hal. 100.

atau peristiwa) yang menyebabkan atau mempengaruhi sesuatu agar berfungsi lebih baik atau berubah menjadi lebih maju.³⁸

Faktor-faktor yang disebutkan oleh Zuhairini dan Wina Sanjaya memiliki keterkaitan dengan Kurikulum MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang. Dalam konteks kurikulum madrasah tersebut, pemahaman tentang faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pembelajaran sangat penting untuk perancangan kurikulum yang efektif.³⁹

Misalnya, dalam penyusunan kurikulum di MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang, faktor-faktor seperti sikap mental pendidik, kemampuan pendidik, dan ketersediaan media pembelajaran mungkin menjadi pertimbangan utama. Kurikulum yang dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dapat membantu menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondusif dan mendukung pertumbuhan siswa.

Selain itu, faktor-faktor seperti faktor guru, faktor siswa, dan lingkungan juga memiliki dampak signifikan pada implementasi kurikulum. Misalnya, kemampuan guru dalam mengelola pembelajaran, motivasi siswa, dan ketersediaan sarana dan prasarana pembelajaran di lingkungan madrasah dapat memengaruhi efektivitas pelaksanaan kurikulum.⁴⁰

Dengan memahami faktor-faktor ini, MTs Al Anwar Cangkringrandu Perak Jombang dapat merancang kurikulum yang responsif terhadap kebutuhan siswa dan kondisi lingkungan, sehingga mampu menciptakan pengalaman pembelajaran yang bermakna dan berhasil bagi semua siswa. Pada bagian ini penulis membahas pokok bahasan artikel yang meliputi hasil kajian pustaka, hasil penelitian dan analisisnya. Format penulisan mengikuti template ini. Bagian ini harus didukung dengan sumber rujukan yang relevan yang ditulis dalam catatan kaki dengan menggunakan model footnote. Jika ada kutipan berbahasa Arab menggunakan font Traditional Arabic 16 poin dan harus diterjemahkan ke bahasa Indonesia. Jika terdapat teks Arab yang ditulis dengan huruf latin mengikuti kaidah penulisan transliterasi Arab Latin. Sub judul pembahasan bisa diganti dengan tema utama yang dibahas dalam sub judul tersebut. Sub judul bisa lebih dari satu tanpa numbering.

³⁸ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1987). Hal. 279.

³⁹ Zuhairini, dkk., *Ibid*.

⁴⁰ Sanjaya, Wina, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010). Hal 52.

PENUTUP

Strategi pengembangan produk kurikulum di MTs Al-Anwar Cangkringrandu dilakukan melalui integrasi nilai-nilai kepesantrenan dengan kurikulum nasional yang direncanakan secara sistematis, mulai dari penyusunan dokumen bahan ajar hingga evaluasi berkelanjutan. Proses ini mencakup penyediaan materi khas seperti kitab turast dan ilmu falak yang dirancang untuk menghasilkan lulusan berakhlak mulia, sekaligus sebagai bentuk diferensiasi produk pendidikan. Keberhasilan strategi ini didukung penuh oleh pengawasan langsung dari pondok pesantren dan kompetensi pendidik yang relevan, meskipun masih menghadapi tantangan pada aspek keterbatasan sarana prasarana serta keragaman latar belakang input siswa yang memerlukan penyesuaian metodologi pembelajaran secara ekstra.

Implementasi kurikulum tersebut secara efektif meningkatkan minat konsumen melalui pendekatan model AIDA yang menyentuh aspek perhatian, ketertarikan, keinginan, hingga tindakan nyata masyarakat. Keunikan program keagamaan seperti sholat dhuha berjamaah dan pembacaan nadzom berhasil menarik perhatian (attention) dan membangun ketertarikan (interest) calon wali murid terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Hal ini kemudian memperkuat keyakinan (desire) konsumen akan nilai tambah lulusan yang mampu berkkiprah di masyarakat, yang pada akhirnya mendorong tindakan (action) pendaftaran siswa secara konsisten karena didukung oleh lokasi yang strategis serta skema finansial yang terjangkau bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- AG. Suyono, dkk. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press, 2012.
- Ainin, Muhammad. *Metodelogi Penelitian Bahasa Arab*. Malang: Hilal, 2010.
- Aman. *Metode Penelitian Kualitatif*. HIMA Pendidikan Sejarah FISE UNY, 2007.
- Arifin, Zaenal. *Konsep dan Model Pengembangan Kurikulum*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Cet. III. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995.
- . *Prosedur Penelitian "Suatu Pendekatan Praktek"*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2020.
- Beane, James A. *Curriculum Planning and Development*. Massachusetts: Allyn and Bacon Inc, 1986.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

- Dakir. *Perencanaan Pengembangan Kurikulum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- . *Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Standart Kompetensi Lulusan Untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah*. Jakarta: Dirjen Dikdasmen, 2006.
- Djaelani, Ainu Rofiq. “Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif.” *Jurnal FPTK IKIP Veteran Semarang*, 2013.
- Durianto, dkk. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Cetakan Tiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Ellis, Arthur K., dkk. *The School Curriculum*. Massachusetts: Allyn and Bacon Inc, 1988.
- Faisal, S. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Dan Aplikasi*. Malang: YA3.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Hamalik, Oemar. *Manajemen Pengembangan Kurikulum*. Cet. Ke-4. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Hasbullah. *Otonomi Pendidikan, Kebijakan Otonomi Daerah Dan Implikasinya terhadap Penyelenggaraan Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Husein, Umar. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003.
- Idi, Abdullah. *Pengembangan Kurikulum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Iskandar. *Psikologi Pendidikan Sebuah Orientasi Baru*. Cipayung-Ciputat: Gaung Prasada Press, 2009.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 1. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks, 2012.
- . *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall, 2012.
- Lucas, D. B., dan S. H. Britt. *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw Hill, 2012.
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Majid, Abdul. *Perencanaan Pembelajaran dan Mengembangkan Standar Kompetensi Guru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Margono, S. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Miel, Alice. *Changing the Curriculum: A Social Process*. New York: Appleton-Century-Crofts, 1946.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

- Muchith, Saekan. *Pengembangan Kurikulum PAI*. Kudus: Nora Enterprise, 2011.
- Muhaimin. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam: Di Sekolah, Madrasah, Dan Perguruan Tinggi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2014.
- Nasution, S. *Metodhe Research*. Bandung: Jemmars, 1998.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Print, Murray. *Curriculum Design and Development*. Australia: Allen & Unwin, 1993.
- Priansa, Doni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Robbins, Stephen P., dan Mary Coulter. *Management*. London: Pearson Education, 2016.
- Ruhimat, Toto dkk. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Salim, Peter, dkk. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Sangadji, Etta Mamang., dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sanjaya, Wina. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Schiffman, Leon G., dkk. *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks, 2013.
- Schubert, W. H. *Curriculum: Perspective, Paradigm and Possibility*. New York: Mac-Millan, 1986.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Education, Inc., 2015.
- Sri Wahyudi, Agustinus. *Manajemen Strategic*. Jakarta: Bina Aksara, 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009.
- . *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Sungkono. *Pengembangan Bahan Ajar*. Yogyakarta: FIP UNY, 2003.
- Suryabrata, Sumadi. *Methodologi Penelitian*. Cet. XIII. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sutaryono. “Faktor-Faktor Penghambat Implementasi Penerapan Pembelajaran Penjaskes Aktivitas Luar Kelas SD Gugus 5 dan 6 Kecamatan Samigaluh.” *Jurnal Olahraga*, 2015.

Terry, George R. *Principles of Management*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc, 1997.

Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi, 2011.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
Zais, Robert S. *Curriculum: Principles and Foundations*. London: Harper and Row, 1976.

Zuhairini, dkk. *Metodologi Pendidikan Agama*. Jakarta: Ramadhani, 1993.