

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Strategi Pemasaran**

###### **a. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari bahasa latin “*strategia*” yang diartikan sebagai penggunaan rencana untuk mencapai sebuah tujuan. Menurut Roun Dirgantoro mengatakam bahwa strategi berasal dari Yunani lalu diartikan sebagai “kepemimpinan dan ketentraan” yaitu istilah yang dipakai dalam hal ketentaraan.<sup>22</sup> Bittel mengatakan dalam buku *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi* bahwa strategi yaitu suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau lembaga.<sup>23</sup> Sedangkan menurut KBBI diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>24</sup>

Strategi merupakan serangkaian kegiatan yang terarah untuk mencapai sasaran dan dengan pola pikir yang kreatif dan inovatif, untuk menghadapi kecenderungan yang terjadi didalam organisasi

---

<sup>22</sup> Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, (Jakarta: Grasindo, 2001) hal 5.

<sup>23</sup> Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta, 2011) hal. 199

<sup>24</sup> KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 4th edn* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)

itu sendiri atau dari pihak luar yang bisa mempengaruhi jalannya kedepan suatu organisasi tersebut.<sup>25</sup>

#### **b. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran menurut Tull dan Kahle mengatakan bahwa strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan dengan mengembangkan keunggulan organisasi atau lembaga dalam persaingan pasar barang atau jasa.

Strategi pemasaran pendidikan merupakan sebuah upaya, cara, dan langkah-langkah pemimpin sekolah atau mandrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui penawaran informasi kepada masyarakat, atau melalui penawaran layanan jasa pendidikan serta meyakinkan pengguna jasa pendidikan agar tetap menggunakannya.<sup>26</sup>

Seiring luasnya perkembangan, pemasaran tidak hanya digunakan organisasi atau lembaga yang mempunyai profit saja, namun organisasi atau lembaga yang non profit pun sudah kerap menggunakan pemasaran, yang berarti semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia bisa dijadikan pemasaran jika itu dibutuhkan untuk mencari keuntungan satu sama lain.

Strategi pemasaran yang sesuai akan meningkatkan minat calon santri dan masyarakat. Meningkatnya minat ini diharapkan dapat

---

<sup>25</sup> Khoirul Anam, *Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan, Ta'alam: Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2013) hal 159 – 170.

<sup>26</sup> Ari Prayoga dan Jaja Jahari, *Manajemen Jejaring Kerjasama Pondok Pesantren, Al-Ma'arif: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 01.02 (2019) hal 125-133

meningkatnya jumlah santri yang mendaftar ke lembaga pendidikan tersebut. Banyaknya santri yang mendaftar dapat meningkatkan lembaga pendidikan untuk melakukan seleksi dengan memilih calon santri yang potensial untuk berhasil.

### 1) Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Bauran pemasaran adalah faktor utama yang mempengaruhi apakah suatu bisnis dapat menjual produk secara menguntungkan. Kolter mengatakan bahwa jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak ke pihak yang lain yang pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>27</sup>

Berikut adalah ciri – ciri jasa:

- a) Sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- b) Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik
- c) Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan
- d) Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005) hal 3.

<sup>28</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal 28.

Selain itu jasa juga memiliki ciri utama yang dapat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut:

- a) Tidak berwujud. Artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, ataupun diraba sebelum konsumen membelinya
- b) Tidak terpisahkan. Artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan yang menghasilkannya
- c) Bervariasi. Jasa yang didapat seringkali berubah – ubah tergantung siapa yang menyampaikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut
- d) Mudah musnah berarti jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual dimasa yang akan datang.<sup>29</sup>

Dalam dunia pendidikan juga tidak terlepas dari bauran pemasaran. Adapun uraian mengenai bauran pemasaran menurut Kotler dalam jurnal yang berjudul *The Scientific Paradigm of Islamic Education Management: Phenomenology Perspective* mengatakan bahwa bauran pemasaran ada 4 yaitu produk, *price*/harga, *place*/tempat, promosi namun dalam dunia pendidikan maka bauran tersebut bersangkutan dengan jasa pendidikan. Berikut adalah penjelasan mengenai produk, harga, tempat, dan promosi sebagai berikut:

---

<sup>29</sup> Mudie, Peter dan Angela Pirrie, *Service Marketing Management*, (London: Elsevier, 2006) hal 3-5.

a) Produk

Produk yaitu sesuatu yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Barang yang ditawarkan lembaga pendidikan merupakan jasa, yang tidak ada bentuk wujudnya namun dapat dirasakan dan diterima. Produk yang ditawarkan pondok pesantren merupakan jasa yang dapat dimiliki namun tidak ada bentuk wujudnya. Produk dalam dunia pendidikan yaitu segala hal yang ditawarkan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan merupakan jasa pendidikan.

b) Harga

Harga merupakan pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan dan penentuan harga atau harga yang dikenakan kepada pelanggan jasa pendidikan.

Strategi penentuan harga yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah. Seperti orang tua yang berpenghasilan menengah ke bawah relative memilih lembaga pendidikan yang lebih murah dan terjangkau, sedangkan orang tua yang berpenghasilan menengah ke atas lebih memilih lembaga pendidikan yang terbaik walaupun dengan biaya yang tinggi juga. Namun jika

lembaga pendidikan berkualitas dengan harga yang relative murah justru akan menjadi pertimbangan dalam memilihnya.<sup>30</sup>

c) Tempat atau lokasi

Tempat yaitu lokasi keseluruhan pondok pesantren mulai dari alamat sampai tempat yang dijadikan sebagai tempat belajar dan tempat istirahat. Tempat atau lokasi pondok pesantren menjadi salah satu factor dipilihnya lembaga tersebut. Jika tempat yang ditawarkan tidak bisa memuaskan pelanggan maka tidak akan ada pelanggan yang mau memilihnya.

d) Promosi

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan. Metode yang digunakan biasanya bervariasi menggunakan media sosial, brosur, spanduk dan lain-lain. Promosi bentuk dari pemasaran atau memasarkan informasi mengenai lembaga pendidikan atau organisasi yang bertujuan untuk menarik pelanggan dan menyebarkan.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> <https://islamicstudents15.blogspot.com/2018/06/kelompok-5-mpp-bauran-pemasaran-jasa.html>

<sup>31</sup> Pijar Suciati, Mareta Maulidiyanti, "Kekuatan 7p Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Mahasiswa Berkuliah di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia" Vol 1, No 2, Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 2019

## 2) Fungsi Pemasaran

Menurut Muhaimin fungsi pemasaran di lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik lembaga pendidikan tersebut dan untuk menarik minat calon siswa. Beberapa ahli berpendapat bahwa untuk bersaing antar lembaga pendidikan melalui pemasaran yang dilakukan lembaga tersebut dengan memperhatikan beberapa langkah yaitu mempunyai tujuan yang jelas yang mencakup proses, hasil, dan strateginya.

### a) Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah pertama yang harus dilakukan seorang manajer. Fungsi perencanaan mencakup mendefinisikan tujuan lembaga pendidikan, mengembangkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan mengembangkan serta mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan.<sup>32</sup>

Adanya perencanaan dalam lembaga akan sangat membantu berjalannya kegiatan dan akan menjadi terarah serta dapat mengevaluasinya.

### b) Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan melakukan kegiatan yang telah direncanakan untuk menjalankan tindakan dan melaksanakan

---

<sup>32</sup> Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006) hal 12

rencana yang telah dibuat dengan memanfaatkan persiapan yang sudah direncanakan.<sup>33</sup>

c) Pengorganisasian

Pengorganisasian yaitu suatu proses untuk merancang struktur, mengelompokkan serta membagi tugas-tugas suatu organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efisien

d) Pengawasan

Pengawasan merupakan proses yang sangat penting karena proses ini berguna untuk menilai dan meninjau suatu pelaksanaan agar dapat mengetahui keberhasilan dan kegagalan suatu pelaksanaan. Dengan adanya pengawasan kita dapat mengevaluasi dan mengetahui apakah pelaksanaan strategi pemasaran berjalan dengan baik atau sebaliknya.

### 3) Tujuan Pemasaran

Menurut Leonard L. Berry dalam bukunya yang berjudul *Service Marketing is Different*, *Bussiniss Magazine*, May-June mengatakan bahwa tujuan pemasaran adalah mempertemukan persamaan antara apa yang ingin dibeli, pelanggan berprospek dan apa yang dijual organisasi, potensi untuk menyesuaikan jasa pendidikan agar sejauh mungkin memenuhi keinginan pelanggan individual hendaknya tidak diabaikan. Adapun tujuan pemasaran secara umum adalah sebagai berikut:

---

<sup>33</sup> Wibowo, *ibid*, hal 13



- a) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan
- b) Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan
- c) Dapat membedakan lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain
- d) Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan
- e) Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.<sup>34</sup>

## **2. Pondok Pesantren**

### **a. Pengertian Pondok Pesantren**

Menurut M Adib Abdurrahman istilah pesantren secara etimologis berasal dari kata santri yang diawali imbuhan pe- dan diakhiri dengan kata -an, yang berarti tempat santri. Secara lebih luas pesantren di definisikan sebagai tempat pendidikan dan pengajaran yang menekankan pelajaran agama Islam dan didukung asrama sebagai tempat tinggal santri. Pesantren atau pondok pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional di Indonesia.

Menurut para ahli, lembaga pendidikan ini sudah ada sebelum islam datang ke Indonesia. Pondok pesantren berasal dari dua kata bahasa asing yang berbeda. Pondok berasal dari bahasa arab fudug

---

<sup>34</sup> Iman Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, Jurnal Madaniyah*, vol 7 No 2 Edisi 2017. ISSN 2548-6993

yang berarti tempat menginap atau asrama, sedangkan pesantren dengan awalan pe- dan akhiran an, berasal dari kata santri, dalam bahasa tamil yang berarti para penuntut, atau diartikan juga mengaji.<sup>35</sup>

Menurut M. Dawam Rahardjo memberikan pengertian pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan dan penyiaran agama islam, itulah identitas pesantren pada awal perkembangannya.<sup>36</sup> Sedangkan menurut pendapat lain pondok pesantren adalah suatu yang tersedia untuk para santri dan menerima pelajaran-pelajaran agama islam sekaligus tempat berkumpul dan tempat tinggal.<sup>37</sup>

Sedangkan menurut Hasbulloh pondok pesantren adalah lembaga pendidikan yang didalamnya terdapat kyai (pendidik) yang mengajar dan mendidik santri (anak didik). Dengan menggunakan masjid yang digunakan untuk menyelenggarakan kegiatan. Serta adanya pondok sebagai tempat tinggal santri. Dengan demikian ciri khas pondok adalah Kyai, Santri, Masjid, dan Pondok.<sup>38</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pondok pesantren adalah lembaga yang memberikan pendidikan dan

---

<sup>35</sup> Muhammad Daud Ali dan Habibah Daud Ali, *Lembaga-Lembaga Islam Di Indonesia*, (Jakarta Utara: Pt Raja Grafindo, 1995), hal., 145

<sup>36</sup> Zamakhasyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, (Jakarta, LP3ES, Cet 2, 1994), hal., 18

<sup>37</sup> Mujammil Qomar, *Pesantren dan Transpormasi Metode Menuju Demokratisasi Institusi*, (Jakarta: Erlangga, 2001),hal., 2

<sup>38</sup> Hasbullah, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001). hal., 24

pengajaran agama islam dengan sistem bandongan, sorongan atau wetonan serta para santri disediakan pondok atau asrama untuk tempat tinggal. Pondok pesantren juga menyelenggarakan pendidikan formal berbentuk madrasah bahkan sekolah umum dalam berbagai bentuk tingkatan sesuai apa yang diperlukan oleh masyarakat dan perkembangan pondok pesantren.

#### **b. Elemen-Elemen Pondok Pesantren**

Lahirnya suatu pesantren berawal dari beberapa elemen dasar yang selalu ada didalamnya. Ada lima elemen pesantren yang tidak dapat dipisahkan. Kelima elemen tersebut meliputi kyai, santri, pondok, masjid, dan pengajaran kitab-kitab kuning.<sup>39</sup>

##### 1) Pondok

Pondok adalah tempat tinggal kyai bersama para santri untuk bekerja sama memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dalam situasi kekeluargaan dan gotong royong sesama warga santri. Pesantren (pondok) menampung para santri yang berasal dari daerah yang jauh untuk bermukim. Pondok bukan hanya tempat tinggal (asrama) saja, akan tetapi pondok juga untuk mengikuti semua pelajaran yang akan di ajarkan oleh kiyai dan ustadz.

Ada beberapa alasan mengapa pesantren harus menyediakan asrama (pondok) untuk tempat tinggal bagi para santrinya.

---

<sup>39</sup> Amin Haedari dan Abdullah Hanif, *Masa Depan Pesantren*, (Jakarta: IDR PRESS,2004), hal., 25

- a) Kemasyhuran seorang kiyai dan kedalaman pengetahuannya tentang islam merupakan daya tarik para santri dari jauh untuk dapat menggali ilmu dari kiyai tersebut terus menerus dalam waktu yang cukup lama. Sehingga seorang santri harus menetap.
- b) Hampir semua pesantren berada di desa-desa terpencil dan jauh dari keramaian kota dan tidak tersedianya perumahan yang cukup menampung para santri, dengan demikian diperlukan pondok khusus.
- c) Adanya timbal balik antara santri dan kiyai, dimana para santri menganggap kiyai seolah-olah seperti bapaknya sendiri, sedangkan kiyai memperlakukan santri seperti anaknya sendiri juga.

## 2) Kyai

Kyai atau pengasuh pondok pesantren merupakan elemen yang sangat esensial bagi suatu pesantren. Kyai adalah tokoh sentral yang memberikan pengajaran, karena kyai juga menjadi satu-satunya yang paling dominan dalam kehidupan suatu pesantren.<sup>40</sup>

## 3) Santri

### a) Santri Mukim

Yaitu santri yang berasal dari daerah yang jauh dan menetap di asrama pondok pesantren. Santri yang sudah lama

---

<sup>40</sup> Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta: Diva Pustaka, 2004), hal., 94

mukim di pesantren biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari, membantu kyai maupun ustadz untuk mengajar santri-santri tentang kitab-kitab dari yang terendah, menengah hingga sampai yang tertinggi.

b) Santri kalong

Yaitu santri-santri yang berasal dari daerah sekitar pesantren yang tidak menetap di pesantren, namun mereka pulang kerumah masing-masing setelah mengikuti kegiatan di pondok pesantren.

Namun ada beberapa santri yang memilih untuk menetap dengan alasan. Pertama, berkeinginan untuk mempelajari kitab-kitab lain yang membahas islam secara lebih mendalam langsung di bawah bimbingan kiyai yang memimpin pesantren. Kedua, berkeinginan untuk memperoleh pengalaman dari kehidupan di pesantren, baik dalam bidang pelajaran maupun keorganisasian yang berhubungan dengan pesantren- pesantren lain. Ketiga, berkeinginan untuk memusatkan perhatian pada studi di pesantren tanpa harus disibukkan dengan kewajiban sehari-hari di rumah.<sup>41</sup>

4) Masjid

Masjid merupakan tempat pusat kegiatan ibadah dan belajar mengajar di samping sebagai tempat melakukan shalat berjamaah dan waktu belajar mengajar di laksanakan sebelum atau sesudah shalat berjamaah.

Masjid merupakan elemen yang tidak dapat dipisahkan dengan pesantren. Seorang kyai yang ingin mengembangkan

---

<sup>41</sup> Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta: Diva Pustaka, 2004), hal 33-34

sebuah pesantren pada awalnya biasanya akan mendirikan masjid yang terletak di sekitar rumahnya. Hal ini dikarenakan perintah gurunya yang telah menilai bawa ia akan sanggup memimpin sebuah pesantren.

Al-‘Abdi dalam kitabnya Al-Mudakhal mengatakan bahwa masjid adalah tempat yang paling baik untuk kegiatan pendidikan dan pembentukan moral keagamaan. Dengan demikian memusatkan segala aktifitas umat islam di masjid, akan tampak sunnah-sunnah islam dan berkembangnya kehidupan sesuai dengan hukum Allah.<sup>42</sup>

#### 5) Pengajian Kitab-Kitab

Kitab-kitab dikenal dengan sebutan kitab kuning dikalangan para santri, sebagai karangan ulama terdahulu yang membahas tentang tata cara, hukum dan berbagai macam ilmu pengetahuan agama islam dengan Bahasa Arab.

Pada zaman modern saat ini pondok pesantren juga melakukan pengajaran pengetahuan umum sebagai suatu bagian penting dalam pendidikan pesantren, namun pengajaran kitab-kitab tetap diberikan sebagai usaha untuk meneruskan tujuan utama dari pesantren sebagai lembaga dakwah yang didalamnya mendidik calon ulama yang setia berjuang kepada seluruh umat dengan pemahaman islam.

---

<sup>42</sup> Ibid., hal. 90

Keseluruhan kitab-kitab yang diajarkan di pesantren dapat digolongkan menjadi delapan kelompok, antara lain: Nahwu Shorof, Fiqh, Ushul Fiqh, Hadist, Tafsir, Tauhid, Tasawuf dan etika serta abang-cabang lain seperti Tarikh dan Balaghoh.

Kitab-kitab tersebut meliputi teks tulisan arab, ada juga yang pendek dan ada juga yang panjang, sampai teks yang terdiri dari jilid-jilid tebal mengenai hadits, tafsir, fiqh, ushul fiqh, dan tasawuf.

### c. Tujuan Pondok Pesantren

Kyai Ali Ma'shum menganggap bahwa tujuan pondok pesantren adalah untuk mencetak ulama. Hiroko Horikosi tujuan utama pondok pesantren adalah untuk melatih para santri memiliki kemampuan mandiri. Sedangkan menurut Manfred Ziemek tertarik melihat sudut keterpaduan aspek perilaku dan intelektual tujuan pesantren yaitu membentuk kepribadian, memantapkan akhlak, dan melengkapinya dengan pengetahuan.<sup>43</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan pondok pesantren menurut para tokoh yaitu merupakan pelatihan pembentukan akhlak peserta didik/santri melalui pembelajaran spiritual dan pengetahuan intelektual agar para santri menjadi ulama yang berkepribadian bijaksana dalam bersikap.

---

<sup>43</sup> Yasmadi, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Ciputat Press, 2002), hal., 5.

Dalam lokakarya intensifikasi, pengembangan pondok pesantren di Jakarta tahun 1987 dirumuskan tujuan institusional pondok pesantren diantaranya sebagai berikut:

1) Tujuan umum

Membina warga negara agar berkepribadian muslim sesuai dengan ajaran-ajaran islam dan menanamkan rasa keagamaan pada semua segi kehidupannya serta menjadikan orang yang berguna bagi agama, masyarakat dan negara.

2) Tujuan khusus

- a) Mendidik santri anggota masyarakat untuk menjadi seorang muslim yang bertakwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, serta memiliki kecerdasan keterampilan.
- b) Mendidik santri untuk menjadi manusia selaku kader- kader ulama dan mubaligh yang berjiwa ikhlas, tabah dan teguh dalam menjalankan syariat islam secara utuh.
- c) Mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan mempertebal semangat kebangsaan agar dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan negara.
- d) Mendidik tenaga-tenaga penyuluh pembangunan mikro (keluarga) dan regional (pedesaan atau masyarakat lingkungan).



- e) Mendidik santri agar menjadi tenaga-tenaga yang cakap dalam berbagai sektor pembangunan khususnya dalam pengembangan mental spiritual.
- f) Mendidik santri untuk membangun meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam usaha pembangunan masyarakat bangsa.<sup>44</sup>

#### d. Fungsi Pondok Pesantren

Latar belakang dari adanya pondok pesantren yang perlu diperhatikan adalah peranannya sebagai transformasi kultur yang menyuruh dalam kehidupan yang agamis, pesantren sebagai jawaban terhadap nilai-nilai agama melalui perilaku keagamaan. Dari penjelasan berikut fungsi pondok pesantren jelas tidak hanya sebagai lembaga pendidikan saja melainkan juga berfungsi sebagai lembaga sosial serta lembaga keagamaan. Secara terperinci fungsi pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>45</sup>

##### 1) Lembaga dakwah

Sebagai lembaga dakwah pondok pesantren ikut bertanggung jawab terhadap proses pencerdasan kehidupan bangsa secara integral. Sedangkan secara khusus pondok pesantren bertanggung jawab terhadap keberlangsungan tradisi keagamaan dalam kehidupan masyarakat. Dalam kaitannya dengan dua hal tersebut

---

<sup>44</sup> Ibid, hal 6.

<sup>45</sup> Mujamil Qomar, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Instansi*, (Jakarta: Erlangga 2005), hal., 22.

pondok pesantren memilih model tersendiri yang dirasa mendukung secara penuh tujuan dan hakikat pendidikan manusia itu sendiri, yaitu membentuk manusia mukmin sejati yang memiliki kualitas moral dan intelektual secara seimbang.

Untuk mewujudkan hal tersebut pondok pesantren menyelenggarakan pendidikan formal (madrasah, sekolah umum, dan perguruan tinggi), dan pendidikan formal secara khusus mengajarkan agama yang sangat kuat dipengaruhi oleh pemikiran ulama fiqih, hadist, tafsir, tauhid, dan tasawuf, bahasa arab, (nahwu, sharaf, balaghah, dan tajwid), mantik dan ahklaq.

Sebagai lembaga dakwah, pondok pesantren ikut bertanggung jawab terhadap proses pencerdasan kehidupan bangsa secara keseluruhan, sedangkan secara khusus pondok pesantren bertanggung jawab atas tradisi keagamaan dalam arti yang seluas-luasnya. Dari titik pandang ini, pondok pesantren memilih model tersendiri yang dirasa mendukung secara penuh tujuan dan hakekat pendidikan manusia itu sendiri, yaitu membentuk manusia mu`min sejati yang memiliki kualitas moral intelektual.

## 2) Lembaga Sosial

Sebagai lembaga sosial, pondok pesantren menampung anak dari segala lapisan masyarakat muslim tanpa membeda-bedakan tingkatan sosial ekonomi orang tuanya. Biaya dipesantren relatif lebih murah di banding dengan diluar pondok pesantren, sebab

biasanya para santri mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dengan jalan patungan atau masak bersama, bahkan ada diantara mereka yang gratis, terutama bagi anak-anak yang kurang mampu atau yatim piatu.

Beberapa diantara calon santri sengaja datang kepondok pesantren untuk mengabdikan dirinya pada kiyai dan pesantren, juga banyak dari orang tua mengirimkan anaknya ke pondok pesantren untuk diasuh, sebab mereka percaya tidak mungkin kiyai akan menyesatkannya, bahkan sebaliknya dengan berkah kiyai anak-anak nakal menjadi orang baik nantinya. Disamping itu juga banyak anak-anak yang memiliki perilaku menyimpang dikirimkan ke pesantren oleh orang tuanya dengan harapan anak tersebut akan sembuh dari kenakalannya.

Sebagai lembaga sosial keagamaan, pondok pesantren ditandai dengan adanya kesibukan akan kedatangan para tamu dari masyarakat, kedatangan mereka adalah untuk bersilaturahmi, berkonsultasi, meminta nasihat, doa, berobat yaitu semacam amalan untuk menangkal gangguan. Mereka datang dengan membawa berbagai macam masalah kehidupan seperti menjodohkan anak, kelahiran, sekolah, mencari kerja, mengurus rumah tangga, kematian, warisan, karir, jabatan, maupun masalah yang berkaitan dengan pembangunan masyarakat dan pelayanan kepentingan umum. Dari fungsi sosial itu pondok pesantren

nampak sebagai sumber solusi, dan acuan dinamis masyarakat juga sebagai lembaga penggerak bagi kemajuan pembangunan masyarakat.

Sebagai lembaga dakwah sebagaimana kita ketahui bahwa semenjak berdirinya pesantren merupakan pusat penyebaran agama islam baik dalam masalah aqidah atau syariah di Indonesia. Fungsi pesantren sebagai lembaga dakwah terlihat dari elemen pondok pesantren itu sendiri yaitu masjid pesantren, yang dalam operasionalnya juga berfungsi sebagai masjid umum, yaitu sebagai tempat belajar agama dan ibadah masyarakat umum. Masjid pesantren sering dipakai untuk menyelenggarakan majlis ta'lim (pengajian) diskusi-diskusi keagamaan dan sebagainya oleh masyarakat umum.

Dalam hal ini mayoritas masyarakat sekaligus menjadi jamaah untuk menimba ilmu-ilmu agama dalam setiap kegiatannya mengikuti kegiatan yang diselenggarakan masjid pesantren, dalam hal ini membuktikan bahwa keberadaan pondok pesantren secara tidak langsung membawa perubahan positif terhadap masyarakat, sebab dari kegiatan yang diselenggarakan pondok pesantren baik itu shalat berjamaah, pengajian, dan sebagainya. Dario itulah masyarakat dapat mengenal secara lebih dekat ajaran-ajaran agama islam untuk selanjutnya mereka pegang dan amalkan dalam kehidupan sehari-hari.

## B. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka berdasarkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah santri di pondok pesantren, maka perlu dilakukannya studi dalam skripsi terdahulu. Hal yang dimaksudkan adalah untuk melihat relevansi dan sumber-sumber yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini dan sekaligus sebagai upaya menghindari duplikasi terhadap penelitian ini:

1. Khoirun Nisa, Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah Lampung Tengah. (Skripsi Program S1 Manajemen Dakwah. UIN Raden Intan Lampung, 2017). Dalam penelitian ini penulis mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Khoirun Nisa di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah dalam menghadapi persaingan yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dengan promosi melalui media dakwah, periklanan, perbaikan mutu kurikulum pondok pesantren dan fasilitas santri.<sup>46</sup>
2. Nikmatul Alfiah, Strategi Pemasaran Dalam Mrekrut Santri Pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung. (Skripsi Program S1 Manajemen Dakwah. UIN Raden Intan Lampung, 2019). Dalam penelitian ini penulis mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam merekrut santri baru yang diterapkan oleh pondok pesantren dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan strategi promosi melalui media sosial dan alumni santri,

---

<sup>46</sup> Khoirun Nisa, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah Lampung Tengah, Skripsi, (tidak diterbitkan)*: Perpusakaan UIN Raden Intan Lampung, 2017.

dimana pondok pesantren yang harus siap menghadapi persaingan di era modern saat ini. Selanjutnya dalam merekrut santri yang digunakan Diniyyah Putri yaitu dengan cara bersosialisasi kepada para remaja dengan memanfaatkan media sosial dari hasil strategi pemasaran.<sup>47</sup>

3. Nopriawan Mahriadi, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Salatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Sumatera Selatan*. (Skripsi Program S1 Manajemen Dakwah. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Dalam penelitian ini penulis mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Rhaudatul Ulum dalam menghadapi persaingan di era modernisasi yaitu dalam memperoleh santri dengan berbagai macam strategi pemasaran diantaranya melalui media dakwah, periklanan, berbagai perbaikan mutu kurikulum pendidikan dan fasilitas pesantren dengan menggunakan teori dari kotler & Amstrong dari Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Place yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak lembaga.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran .yang membedakan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul Alafiah di Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung. Khoirun Nisa melakukan penelitian di Pondok Pesantren Nurul

---

<sup>47</sup> Nikmatul Alfiah, *Strategi Pemasaran Dalam Mrekrut Santri Pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung, Skripsi, (tidak diterbitkan)*: Perpustakaan Uin Raden Intan Lampung, 2019.

Ulum Kota Gajah Lampung Tengah sedangkan Nopriawan Mahriadi melakukan penelitian di Pondok Pesantren Roudhatol Ulum di Kab. Ogan Ilir Sumatera Selatan. Serta yang membedakan penelitian ini juga terletak pada tujuan utama pembahasan yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah santri dengan menggunakan bauran pemasaran dan strategi promosi melalui media dakwah, media sosial dan alumni santri yang digunakan Pondok Pesantren Darurrohman Mulya Kencana Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Dari beberapa penelusuran Literer di atas, hasil penelitian penelitian tersebut mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu fokus pada pembahasan tentang strategi pemasaran namun dalam penelitian ini peneliti lebih spesifik dengan fokus pada efektivitas bagaimana pondok mampu menghasilkan daya Tarik yang tinggi bagi kalangan santri dan masyarakat di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dan arahnya untuk melahirkan santri yang unggul dengan adanya sarana dan prasarana yang ada di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.

### **C. Fokus Penelitian**

Penelitian ini terfokus pada strategi pemasaran Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen yaitu strategi apa saja yang digunakan sehingga mampu menjadi daya tarik bagi calon santri maupun masyarakat setempat untuk masuk ke pondok pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.