

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok Pesantren An-Nahdliyah Kebumen seperti pesantren pada umumnya, mengalami dinamika dalam upaya peningkatan jumlah santri. Di Kabupaten Kebumen, terdapat 52 pondok yang mengkaji kitab kuning, 46 Pondok yang mengkaji kitab kuning dan pendidikan formal. Jumlah keseluruhan pondok pesantren di Kabupaten Kebumen yaitu sekitar 102 pondok pesantren dengan jumlah santri 11.731 jiwa yang terdiri dari 5.871 santri laki-laki dan 5.860 santri perempuan (Data Statistik Pesantren Emis Kemenag 2025).¹

Hal ini menciptakan persaingan ketat dalam merekrut santri baru. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat maka setiap lembaga pendidikan terutama lingkup pesantren berlomba-lomba menggunakan bermacam-macam metode dalam bidang pemasaran. Hal ini bertujuan supaya produk atau layanan jasa yang dimiliki pondok pesantren semakin dikenal dan diketahui oleh calon santri.

Upaya peningkatan jumlah santri perlu memperhatikan aset dan potensi yang dimiliki sebuah pondok pesantren, hal ini sangat penting bagi keberlanjutan pesantren itu sendiri. Pondok Pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki peran penting dalam mencetak generasi muda yang berakhlak mulia, berpengetahuan luas, religius dan mampu

¹ Statistik Pesantren Emis Kemenag, Diakses pada <https://emis.kemenag.go.id>

beradaptasi menghadapi perkembangan zaman. Termasuk dalam hal pemasaran dan pengelolaan aset.

Di Indonesia, Pondok Pesantren terus berkembang seiring dengan kebutuhan pendidikan berbasis keagamaan yang relevan dengan dinamika global. Berdasarkan Statistik data dari Pontren (Pondok Pesantren) Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah pondok pesantren pada tahun 2025 mencapai sekitar 42.369 unit pesantren dengan jumlah santri sekitar 383.591 jiwa.² Hal ini menunjukkan betapa besar kontribusi pesantren dalam Sistem Pendidikan Nasional.³

Namun, di tengah pertumbuhan pesantren yang pesat, banyak lembaga menghadapi tantangan dalam menarik minat santri baru karena adanya persaingan dengan beberapa lembaga lain yang lebih modern. Persaingan antar lembaga pendidikan terutama pada pondok pesantren semakin kompetitif, perlu dilakukan adanya sebuah pemasaran yang baik untuk membangun citra diri dan menarik minat calon santri. Jika lembaga tersebut berhasil melakukan proses pemasaran, besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi sebuah persaingan antar lembaga.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan, belum adanya model pemasaran yang terstruktur dan berbasis potensi dalam upaya peningkatan jumlah santri di Pesantren An-Nahdlah Kebumen. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui

² Statistik Pesantren Emis Kemenag, Diakses pada <https://emis.kemenag.go.id>

³Kementerian Agama Republik Indonesia, Mewujudkan Santri Sehat Dan Sejahtera. Diakses Pada <https://Indonesia.Go.Id>

bahwa sebagian besar santri mengetahui keberadaan pondok ini secara tidak langsung melalui informasi pihak kampus IAINU Kebumen karena pondok ini merupakan pondok mahasiswa. Santri mengetahui tentang pondok tersebut bukan dari strategi promosi formal yang dilakukan oleh pihak pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki pesantren An-Nahdlah dalam menarik minat calon santri baru belum dimaksimalkan melalui strategi pemasaran yang tepat.

Oleh karena itu, pendekatan berbasis aset (*Asset Based Community Development*) ABCD dapat menjadi solusi strategis untuk mengoptimalkan potensi internal pesantren dalam upaya peningkatan jumlah santri. Pendekatan ABCD menekankan pada pemanfaatan aset, potensi yang dimiliki komunitas, baik berupa sumber daya manusia, fisik, sosial, maupun kultural, sebagai modal utama dalam pengembangan komunitas.⁴ Pemilihan pondok pesantren An-Nahdlah kebumen sebagai objek penelitian juga didasarkan pada letaknya yang strategis di lingkungan kampus, serta karakteristiknya sebagai pondok pesantren mahasiswa yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dalam aspek pemasaran kelembagaan maupun program pendidikan

Dengan demikian penelitian ini menjadi penting dilakukan mengingat masih terbatasnya kajian yang membahas tentang upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD. Pendekatan ini menawarkan perspektif baru dalam pengembangan pesantren dengan berbasis

⁴ Wawan, *Asset Based Community Development (ABCD)*, Cet Pertama, (Samarinda: PT. Gaptek Media Pustaka, 2022), Hal.1

pada optimalisasi aset, potensi, dan evaluasi berkelanjutan. tidak hanya berfokus pada kelemahan atau masalah yang dihadapi.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah pesantren yang mampu merancang strategi pemasaran berbasis kekuatan internal (Aset) potensi masing-masing yang dimiliki pesantren. Dengan memetakan aset-aset yang dimiliki dan merancang strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan jumlah santri baru secara berkelanjutan. Pesantren diharapkan dapat meningkatkan daya saing dalam meningkatkan jumlah santri melalui pemasaran produk yang dimiliki.

B. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu luas maka penelitian ini lebih di fokuskan kepada permasalahan yang akan di teliti. Peneliti akan menggali dan mengkaji tentang Upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan Pendekatan ABCD : Studi Kasus Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa saja Aset, Potensi, Produk, dan *Best Practice* yang dimiliki Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen untuk peningkatan jumlah santri?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami tentang “Upaya peningkatan Jumlah santri melalui pemasaran produk dengan Pendekatan ABCD Studi Kasus : Di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen” maka akan dijelaskan secara singkat mengenai istilah yang terdapat dalam judul agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang akan dicapai dalam penelitian sebagai berikut :

1. Santri

Santri merupakan seseorang yang sedang menuntut ilmu dan mendalami agama islam, megkaji kitab kuning di suatu lembaga pendidikan islam atau pondok pesantren. Santri pada umumnya tinggal atau menetap di dalam pondok sampai masa pendidikannya selesai.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam proses manajerial untuk memenuhi kebutuhan yang memiliki nilai untuk individu atau kelompok.

3. Pendekatan ABCD

Pendekatan ABCD merupakan sebuah pengembangan komunitas yang berbasis pada aset, potensi, kekuatan yang dimiliki.

4. Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan suatu tempat orang-orang berkumpul untuk belajar menuntut ilmu agama Islam. Pesantren salah satu lembaga

pendidikan islam yang dikelola oleh seorang kiai atau disebut dengan pengasuh dan memiliki asrama untuk tempat tinggal santri.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan Penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apa saja aset, potensi, produk, dan *best practice* yang dimiliki Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen untuk peningkatan jumlah santri
2. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran dalam peningkatan santri melalui pemasaran produk dengan Pendekatan ABCD di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen

F. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan Tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini diharapkan berguna bagi orang lain, baik itu secara teoritis maupun praktis yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat mampu memberi wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca tentang upaya peningkatan santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun acuan bagi peneliti lainnya mengenai Upaya peningkatan santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD untuk penelitian-penelitian selanjutnya

- b. Bagi Pondok Pesantren, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan motivasi bagi lembaga pendidikan yaitu Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen dalam meningkatkan santri baru.