

**STRATEGI PEMASARAN
PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Ahmad Fikri Yanto
NIM. 202101030032
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
2024**

**STRATEGI PEMASARAN
PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Ahmad Fikri Yanto
NIM: 202101030032
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
2024**

**STRATEGI PEMASARAN
PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

Ahmad Fikri Yanto
NIM: 202101030032

Disetujui Pembimbing:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Dr. Ahmad Royani, M.Pd.I
NIP.19890417202311022

**STRATEGI PEMASARAN
PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM
JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari : Jum'at
Tanggal : 29 November 2024

Tim penguji

Ketua



Ahmad Winarno, M.Pd.I
NIP. 198607062019031004

Sekretaris



Nur Ittihadatul Ummah, S.Sos.I., M.Pd.I
NIP. 198912162023212042

Anggota:

1. Dr. Hartono, M.Pd.



2. Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui:

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730424200031005

MOTTO

عَلَيَّ وَيَجْهَلُونَ عَنْهُمْ وَأَحْلُمُ إِلَيْكَ وَيَسْتَيْئُونَ إِلَيْهِمْ وَأَحْسِنُ وَيَقْطَعُونِي أَصْلُهُمْ قَرَابَةٌ لِي إِنَّ اللَّهَ بَارِئُومَل قَالَ رَجُلًا أَنَّ هُرَيْرَةَ أَبِي عَنْ
ذَلِكَ عَلَى دُمْتَ مَا عَلَيْهِمْ ظَهَرَ اللَّهُ مِنْ مَعَكَ يَزَالُ وَلَا الْمَلَّ تُسْفَهُمْ فَكَانَمَا قُلْتُ كَمَا كُنْتُ لَيْنَ فَقَالَ

وأحمد وأبو داود مسلم روه

Artinya: dari abu hurairah bahwasanya seorang laki-laki berkata, wahai Rasulullah, sesungguhnya aku mempunyai kerabat. aku selalu menyambung hubungan baik, tapi mereka selalu memutuskannya. aku berbuat baik kepada mereka tapi mereka selalu berbuat buruk kepadaku. aku selalu bersikap bijak kepada mereka tetapi mereka berbuat bodoh kepaku. Rasulullah bersabda, seandainya keadaanya seperti yang kamu katakan, maka seakan-akan mereka itu minum abu panas, Allah senantiasa memberikan pertolongan kepadamu selama kamu selalu dalam keadaan seperti itu. (HR. Muslim, Abu Dawud dan Ahmad)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Kitab Al – Jami’ Al Al – Musnad As- Shahib Al- Muktashar Min Umuri Rasulallah S.A.W Wa Sunanihi wa Ayyamihi (Shahih Bukhari), Muhammad bin Isma’il Abu Abdillah al-Bukhari al-Jufi’, Da Tuq An-Najah, HR. Muslim : hal 4640

PERSEMBAHAN

Allhamdulillah segala Puji bagi Allah SWT atas limpah dan Rahmat-Nya yang tiada batas, ruang, dan waktu. Dengan rasa bangga dan Bahagia penulis mempersembahkan Skripsi ini kepada :

1. Teruntuk Kedua orang Tua saya, Ibunda tercinta Ibu Timona dan Ayahanda tercinta Bapak Suparto yang tidak pernah berhenti memanjatkan doa dalam setiap sujudnya, memberikam kasih sayang dan semangat, serta dukungan yang hebat tanpa mengeluh demi mewujudkan Pendidikan Putranya untuk meraih Gelar Sarjana. Semoga beliau tetap selalu dalam lindungan Allah SWT dan semua jerih payahnya menjadi ladang pahala dalam menuju surga-Nya.
2. Kakak saya tercinta. Kakak Ahmad Davidyanto yang tiada henti terus mendoakan saya, memberikan semangat dan dukungan terhadap Pendidikan saya untuk meraih Gelar Sarjana.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR



Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah S.W.T yang mana telah melimpahkan terhadap saya rahmat, hidayah, dan karunianya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember**”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada jungjungan kita Nabi Muhammad S.A.W karena beliau yang telah memabawa kita semua dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benerang seperti yang kita nikmati saat ini. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak tentunya penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Saya sadar bahwa tanpa syafaatnya dan bantuan pihak tertentu tentunya penyusunan skripsi ini tidak bisa dapat diselesaikan dengan baik. Saya banyak mendapat bantuan baik berupa informasi data maupun dalam bentuk lainnya. Untuk itu saya menyampaikan banyak banyak terima kasih kepada dosen pembimbing dan terima kasih kepada teman-teman yang sudah memberikan suport sistem selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa dalam proses pembuatan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan, partisipasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada abah dan umiku tercinta dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan serta memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studi di kampus Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

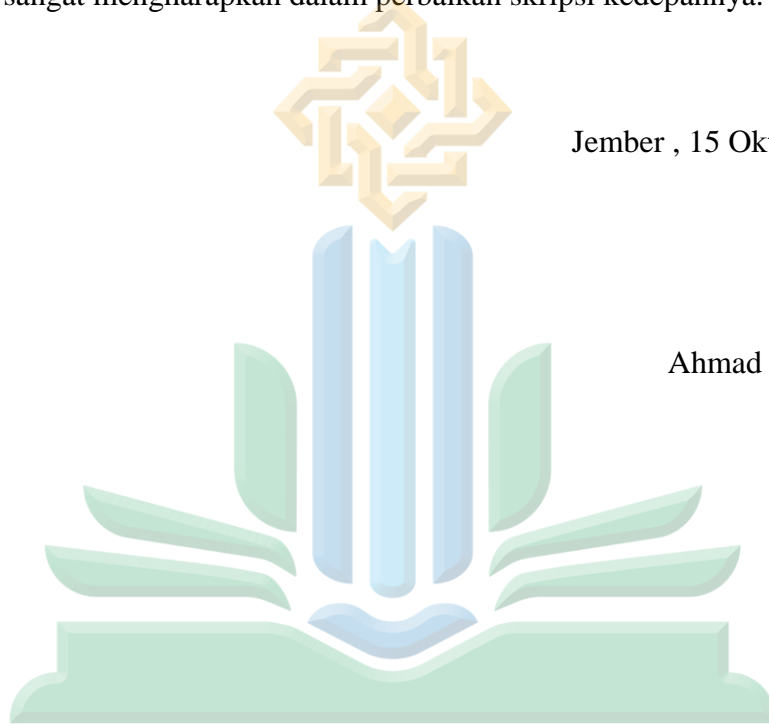
1. Bapak Prof. H. Hefni Zein, S.Ag.,M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Abdul Muis S.Ag.,M.Si selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah meluangkan waktunya untuk menyetujui hasil skripsi yang telah diselesaikan.
3. Bapak Dr. Nuruddin, M.Pd.I selaku Ketua Jurusan Pendidikan Islam Dan Bahasa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
4. Bapak Dr. Ahmad Royani, M.Pd.I selaku Koordinator Prodi Manajemen Pendidikan Islam dan sekaligus Dosen pembimbing yang sudah sudi kiranya memberikan memotivasi terhadap saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr.H. Moh. Anwar, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam melaksanakan tugas akhir sampai saat ini.
6. Segenap Dosen Manajemen Pendidikan Islam, karyawan dan staf Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan kemudahan dalam pelayanan terhadap saya dan kenyamanan untuk menimba ilmu.
7. Terimakasih kepada jajaran keluarga Pondok Pesantren Baitul Arqom yang tiada henti dalam menjalankan tugas akhir sampai saat ini.
8. Terimakasih juga kepada keluarga Besar PMII Rayon Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah mendidikasi hingga sampai saat ini.

9. Dan terimakasih juga kepada teman teman seangkatan dalam berproses yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan tanpa mengurasi rasa hormat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan juga kritikan yang bisa membangun dari segala pihak peneliti sangat mengharapkan dalam perbaikan skripsi kedepannya.

Jember , 15 Oktober 2024

Ahmad Fikriyanto



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Ahmad Fikriyanto, 2024 : *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember*

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Pondok Pesantren Baitul Arqom.*

Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh Lembaga pendidikan pertama dan tertua di Indonesia yang eksistensinya tidak diragukan lagi di tengah-tengah masyarakat ialah Pondok Pesantren, terutama masyarakat pulau Jawa, sehingga pondok pesantren dianggap sebagai produk asli budaya Indonesia yang Indigenous, merupakan salah satu sarana bagi umat Islam di Indonesia untuk mendalami syari'at Islam.

Penelitian ini memiliki 4 fokus penelitian yaitu : 1) Bagaimana Pemasaran *Product* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ? 2) Bagaimana Pemasaran *Price* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ? 3) Bagaimana Pemasaran *Place* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ? 4) Bagaimana Pemasaran *Promotion* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

Tujuan Penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan pemasaran *Product* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember. 2) Untuk mendeskripsikan pemasaran *Price* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember. 3) Untuk mendeskripsikan pemasaran *Place* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember. 4) Untuk mendeskripsikan pemasaran *Promotion* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian diskriptif. Teknik pengumpulan data, menggunakan observasi partisipatif pasif, wawancara semi terstruktur, dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Produk bagus sehingga meningkatkan minat santri baru di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember dengan menggunakan Bauran Pemasaran 4 P, *Produk, Price, Promotion, Place*. Dan dapat kita lihat dari Konsumen merasa puas terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan dan ada juga bentuk Komitmen dari Masyarakat atau warga sekitar terhadap Pondok Pesantren Baitul Arqom mendapatkan dukungan penuh.

DAFTAR ISI

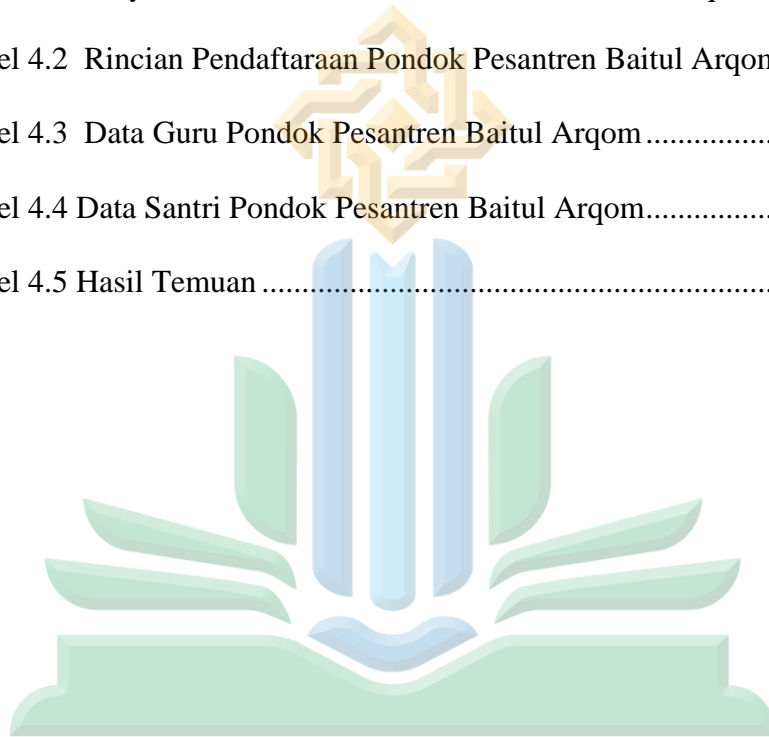
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATAPENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	17

BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	26
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian.....	55
C. Sumber Data Penelitian.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Teknik Analisis Data.....	58
F. Teknik Keabsahan Data	60
G. Tahap Tahap Penelitian.....	61
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	65
A. Gambaran Objek	65
B. Penyajian Data dan Analisis.....	70
C. Pembahasan Temuan	99
BAB V PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

No Uraian

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan	23
Tabel 4.1 Biaya Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom.....	82
Tabel 4.2 Rincian Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom	83
Tabel 4.3 Data Guru Pondok Pesantren Baitul Arqom.....	95
Tabel 4.4 Data Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom.....	97
Tabel 4.5 Hasil Temuan	99



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

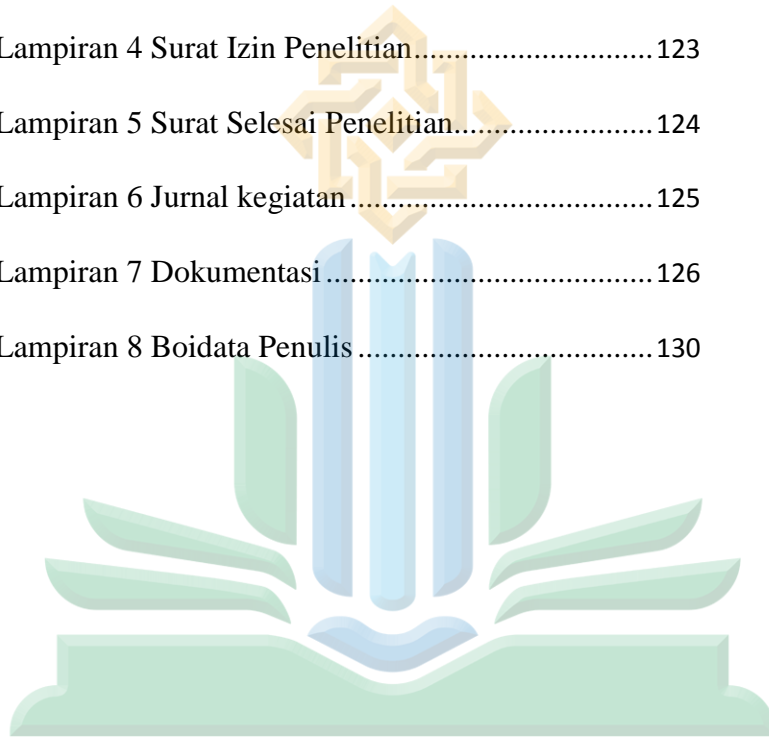
DAFTAR GAMBAR

No Uraian

Gambar 4.1 Penghargaan Santri Tahfidz	67
Gambar 4.2 Dokumentasi Wisudawan Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom	67
Gambar 4.3 Murojaah Al Qur'an Santri/Santriwati kelas Akhir (6).....	70
Gambar 4.4 Kegiatan Pidato/Muhadholroh MMI Pondok Pesantren Baitul Arqom	72
Gambar 4.5Kegiatan Pidato/Muhadholroh MMI Pondok Pesantren Baitul Arqom	72
Gambar 4.6 Seorang Santri Melaksanakan Ujian Syafihi.....	74
Gambar 4.7 Dokumentasi Kegiatan Pramuka PASELBA	76
Gambar 4.8 Dokumentasi Kegiatan Pramuka PASELBA	76
Gambar 4.9 Foto Delegasi Santriwati Beasiswa Internasional	80
Gambar 4.10 Aplikasi Go Cashless Go Seamles	84
Gambar 4.11 Cara Transfer VA dari luar Bank Mandiri	84
Gambar 4.12 Foto Pondok Pesantren Baitul Arqom dari luar	97
Gambar 4.13 Brosur Pendaftaran Gelombang I & II	89
Gambar 4.14 Pendaftaran gelombang III	90
Gambar 4.15 Web Pondok Pesantren Baitul Arqom	91
Gambar 4.16 Media Web Pondok Pesantren Baitul Arqom	91
Gambar 4.17 Media Sosial Intragram & Facebook.....	92
Gambar 4.18 Media Sosial Youtube	93
Gambar 4.19 Masjid Pondok Pesanten Baitul Arqom	98

DAFTAR LAMPIRAN – LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Keaslian Tulisan	108
2. Lampiran 2 Matrik Penelitian	110
3. Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	111
4. Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	123
5. Lampiran 5 Surat Selesai Penelitian.....	124
6. Lampiran 6 Jurnal kegiatan	125
7. Lampiran 7 Dokumentasi	126
8. Lampiran 8 Boidata Penulis	130



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHALUAN

A. Konteks Penelitian

Pondok Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mempunyai peran yang penting dalam pembentukan karakter, menjunjung tinggi ilmu, mengajarkan persaudaraan (*ukhwah*), toleransi (*tamasuh* , keseimbangan (*tawazun*) dan moderat (*moderat*) dan cinta tanah air (*hubbul waton*). Dan Pondok Pesantren Juga memiliki karakteristik yang sangat penting yaitu pondok pesantren adalah pendidikan berbasis masyarakat.

Memasuki di Era zaman sekarang yang semakin canggih dan serba digital, lembaga pendidikan harusnya mempunyai strategi yang digunakan untuk dalam memasarkan lembaganya. Strategi yang diadopsi dari dunia bisnis, Jika di dunia dalam pendidikan yaitu yang memproses pemasaran pendidikan tidak mampu menyesuaikan dengan zaman yang sekarang.¹

Namun, Persaingan antar Lembaga Pondok Pesantren perhari ini semakin ketat sehingga dalam pemasaran sangat juga diperlukan bagi lembaga pendidikan. Pemasaran yang dilakukan pun harus mempunyai strategi yang berbeda dengan lainnya atau bahkan dapat menjadi yang berbeda dalam memasarkan suatu lembaga pendidikan tersebut.

Pesantren adalah Lembaga Pendidikan Islam yang sudah berdiri Sejak ratusan tahun lalu, kini dilembaga ini dapat diajarkan Tentang Ilmu dan Nilai-nilai Agama terhadap Santri. Pesantren sendiri berasal dari kata Santri,

¹ Neneng Nurmalasari and Imas Masitoh, "Manajemen Stategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial", *Journal of Management Review* 4, no. 3 (November 26, 2020): 543–48. <https://doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>

dengan awalan 'pe' dan akhiran 'an' yang berarti tempat tinggal santri, menurut Halim mengatakan bahwa pesantren ialah lembaga pendidikan Islam yang mengajarkan ilmu-ilmu keislaman, Yang dipimpin oleh kyai sebagai pemangku/pemiliki Pondok Pesantren dan dibantu oleh Ustadz/guru yang mengajarkan ilmu-ilmu keislaman kepada santri, dengan melalui metode dan teknik yang khas. selain itu, pondok pesantren juga bisa dikatakan sebagai lembaga pendidikan yang disajikan sebagai wadah untuk memperdalam agama dan sekaligus sebagai pusat penyebaran agama/ Syiar Agama, Oleh karena itu dipesanren Ilmu Agama yang diajarkan dengan semangat dan dipesanren pula ajaran agama disebarkan.

Konsep dalam bisnis dan Pemasaran yang sudah seharusnya diterapkan Oleh lembaga Pendidikan dan sehingga dapat berkembang dan menyesuaikan dengan zaman sekarang, Untuk menambah keuntungan bagi lembaga pendidikan, semakin bagus dalam manajemen pemasaran yang dipasarkan melalui basis media sosial maka semakin banyak pula peminat yang akan melihat pemasaran yang akan diberikan lembaga pendidikan tersebut.²

Pada hakikatnya konsep pemasaran ialah Menekankan pada evisiensi, kreatifitas, dalam meningkatkan produktifitas sehingga bisa menjaga kualitas Pondok pesantren. Konsep dari bisnis dan pemasaran sudah diterapkan dalam lembaga pendidikan. Sehingga memiliki competitive advance. Dan Lembaga pendidikan harus mencapai keunggulan yang bisa memberikan layanan prima

² Neneng Nurmalasari and Imas Masitoh, "Manajemen Stategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial", *Journal of Management Review* 4, no. 3 (November 26, 2020): 543–48. <https://doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>

dan bisa menghasilkan lulusan /Alumni yang berkualitas, Oleh karena itu kualitas dalam layanan lembaga pendidikan berbanding lurus dengan kepercayaan minat layanan jasa pendidikan. Semakin luas layanan pendidikan yang diberikan maka semakin banyak pula peminat yang akan memanfaatkan jasa yang diberikannya.³

Pemasaran merupakan segala hal yang penting dalam suatu lembaga atau organisasi untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan suatu lembaga yang dalam lingkungan sekitar. Nilai dari Keberhasilan suatu lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan sebagai tempat penyedia layanan jasa pendidikan perlu memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, oleh karena itu lembaga pendidikan diperlukan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan antar lembaga Pendidikan yang terjadi pada saat ini.

Untuk mengatur kehidupan pondok pesantren, kyai menunjuk seorang santri senior untuk mengatur adik-adik kelasnya, mereka biasanya dalam pesantren salaf (tradisional) disebut "lurah pondok". Tujuan para santri dipisahkan dari orang tua dan keluarga mereka adalah agar mereka belajar hidup mandiri agar dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan kyai dan juga Tuhan. Ada beberapa elemen pesantren yang membedakan dengan lembaga pendidikan lain, yaitu; (1) pondok tempat menginap para santri, (2) santri: peserta didik, (3) masjid: sarana tempat ibadah dan pusat kegiatan pesantren, (4) kyai: tokoh atau sebutan seseorang yang memiliki kelebihan dari sisi agama, dan kharisma yang dimilikinya, (5) kitab kuning: sebagai

³ Moch Khafidz Fuad Raya, "Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan" (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan)," 2016 <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-+Jasa-+Di+Institusi-+Pendidikan+%28Analisis+Raya/df6a50ff23900c282769bc273cb1c440e9e9a0e4>.

referensi pokok dalam kajian keislaman. Di awal munculnya pesantren, pembelajarannya bersifat nonklasikal, dimana seorang kyai mengajarkan ilmu-ilmu agama Islam yang ditulis pada abad pertengahan. Meskipun kajian-kajian tersebut banyak mengungkap fikih, tafsir dan bahasa arab sebagai alat untuk membedah ilmu-ilmu agama.⁴

Pemanfaatan media sosial sebagai suatu alat pemasaran dalam dunia pendidikan juga merupakan pilihan yang tepat karena dengan media sosial sangat mudah dijangkau dan bisa diakses oleh siapapun. Media sosial sudah memiliki peran penting dalam strategi pemasaran dunia pendidikan, kini pemasaran juga melalui media sosial bukan selalu soal bisnis tetapi juga bisa digunakan untuk memperkenalkan lembaga pendidikan kepada Masyarakat⁵

Berkembangnya zaman banyak masyarakat yang memandang pondok pesantren dengan sebelah mata. Karena didalam pondok pesantren identic dengan pembelajaran ilmu-ilmu agama islam. Maka dari itu untuk memajukan pondok pesantren harus melakukan pemasaran agar yang lain mengetahui pondok pesantren, dan bisa penerus agama islam akan selalu ada⁶

Menurut definisi Lembaga Pondok Pesantren adalah Lembaga Pendidikan yang Tradisional Islam untuk belajar memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran – ajaran agama islam dengan cara menekankan pentingnya moral agama sebagai pedoman hidup bagi masyarakat dalam

⁴ Imam Syafe'i, "Pondok Pesantren" : Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter," *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (May 16, 2017): 61. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v8i1.2097>.

⁵ Nurmalasari and Masitoh, "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial."

⁶ Khoerun Nisa, "Skripsi "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah" (UIN Raden Intan Lampung, n.d.).

sehari – hari. Terdapat didalam sejarahnya peran Pondok Pesantren sebenarnya sudah berperan sejak zaman kebangkitan nasional sampai perjuangan memperthankan Indonesia masih berpartisipasi aktif untuk Indonesia. Oleh karena itu pondok pesantren tidak terlupakan oleh sebagian kalangan masyarakat. Seperti Ki Hajar Dewantara selaku tokoh pendidikan nasional dan menteri pendidikan pengajaran Indonesia yang pertama menyatakan bahwa pondok pesantren adalah dasar pendidikan nasional, karena sesuai dan selaras dengan kepribadian bangsa Indonesia.⁷

Menurut Stephanie K.Marrus, juga berpendapat Strategi adalah suatu proses yang penentuan dalam rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan dengan jangka panjang dalam sebuah organisasi, yang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai/dijalankan.

Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, Strategi merupakan tindakan yang bersifat Incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta bisa dilakukan dari berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, dengan demikian Strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang akan terjadi. Terjadinya dalam kecepatan inovasi pasar yang baru dan adanya perubahan pola konsumen juga memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

⁷ Alamsyah Ratu Perwiranegara, *Pembinaan pendidikan agama* (Departemen Agama R.I., 1982). Hal 171

Adapun pandangan dalam Islam tentang Pemasaran , Baik yang tertulis dalam Al-Qur'an maupun Hadits, Allah swt. dan Rasul-Nya saw. telah memberikan gambaran kriteria, ciri-ciri, tanggung jawab, dan Dasar dari seluruh kebaikan adalah Kegiatan yang bertindak benar dan yang berkata jujur. Maksud bertindak benar di sini adalah bertindak sesuai dengan yang diperintahkan dan dianjurkan(Larangan-Nya) oleh Allah dan Rasul-Nya, bukan yang dilarang atau yang dibenci Allah dan Rasul-Nya sebagaimana Sebagaimana firman-Nya:⁸

﴿عَظِيمًا فَوْزًا فَازَ فَقَدْ وَرَسُولَهُ اللَّهُ يُطِيعُ وَمَنْ ذُنُوبَكُمْ لَكُمْ وَيَغْفِرْ أَعْمَالَكُمْ لَكُمْ يُصْلِحْ﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (71) QS. Al-Ahzab ayat 71.

Dalam Praktik didalam kehidupan pondok pesantren Baitul Arqom juga melakukan Kegiatan pemasaran yang berupa Promosi, yang merupakan suatu tantangan Strategi pemasaran bagi pondok pesantren karena yang banyak pesaing dan semakin canggihnya teknologi. Dengan Berbagai cara dilakukan oleh pondok pesantren sebagai upaya pemasarannya. Ada beberapa hal yang belum mampu dicapai oleh pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember di karenakan lokasi pondok pesantren yang cukup jauh dengan perkotaan, Namun, dengan ini kekurangan itu pondok pesantren mampu membuktikan bahwa pondok pesantren Baitul Arqom ini mempunyai Kelebihan yang ditawarkan oleh Masyarakat tersendiri sehingga banyak yang Menuntut Ilmu/Belajar di pondok pesantren tersebut.

⁸ "Qur'an Kemenag," accessed December 3, 2024. <https://quran.kemenag.go.id/>.

Dalam meningkatkan untuk daya saing diperlukan juga yang Namanya Strategi Pemasaran yang tepat agar program yang dipromosikan bisa menjadikan masyarakat lebih tahu, dan minat menggunakan jasa yang dipromosikan, bisa menambah minat konsumen dalam pengguna jasa, serta organisasi atau lembaga yang tetap aktif.

Fungsi dari pemasaran sendiri adalah untuk meningkatkan keuntungan yang baik dari lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa maupun bagi pengguna jasa atau publik. Lembaga pendidikan disini juga dapat dimaknai sebagai sebuah lembaga yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan. Jadi jika lembaga yang di ingin bisa memberikan citra yang baik dalam rangka menarik jumlah Santri, maka konsekuensinya terhadap lembaga pendidikan harus bisa mengembangkan berbagai upaya manajemen strategi pemasaran sehingga calon siswa tertarik untuk masuk lembaga pendidikan tersebut.

Iklan bukan hanya satu – satunya cara dalam meningkatkan penjualan, meskipun banyak cara lain yang bisa mempengaruhi penjualan. Namun periklanan dapat menjadikan posisi paling yang diutamakan serta bertujuan searah dengan tujuan bagi pelaksanaan pemasaran apabila dilaksanakan dengan tepat. Implementasi promosi melalui iklan yang tepat adalah bila tujuan periklanan diarahkan untuk memberikan tahap – tahap kesiapan bagi pengguna jasa untuk masuk kedalam lembaga pendidikan.

Keunggulan dari Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember dan banyak masyarkat yang mengetahuinya. Dan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh santri. *Pertama*, Berbicara 2 bahasa Arab dan Inggris dalma

kesehariannya. *Kedua, Kegiatan*, Ekstralikululer Pramuka, Khitobah, Tahfidz. *Ketiga*, Almuni Pondok Pesantren Baitul Arqom sudah ada Dimana mana dan tiap tahunnya ada yang melanjutkan kuliahnya di Mesir, Cairo dan ditempat lainnya.

Pondok pesantren tersebut merupakan pondok pesantren yang terletak ditengah pedesaan dan jauh dari kota, namun semakin tahun santri yang berada di pondok pesantren itupun selalu bertambah dan semakin berkembang. Setelah peneliti mengetahui sedikit tentang pemasaran yang dilakukan pondok pesantren yaitu dengan melalui alumni yang sukses dan mengabdikan di suatu sekolah sehingga peserta didiknya tertarik dan belajar di pondok pesantren tersebut. Meskipun kebanyakan melalui alumni, tetapi pondok pesantren juga melakukan promosi melalui website, media social.⁹ Maka dari itu peneliti tertarik dalam melakukan kegiatan penelitian dengan judul. **“STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM BALUNG JEMBER ”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Pemasaran *Product* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
2. Bagaimana Pemasaran *Price* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
3. Bagaimana Pemasaran *Place* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

⁹ Salman Al farisi Alumni Pondok Pesantren Baitul Arqom (Mesir), Diwawancarai oleh Ahmad Fikri Yanto 10 September 2024

4. Bagaimana Pemasaran *Promotion* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pemasaran *Product* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.
2. Untuk mendeskripsikan pemasaran *Price* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.
3. Untuk mendeskripsikan pemasaran *Place* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.
4. Untuk mendeskripsikan pemasaran *Promotion* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang Upaya kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian dan manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat Teoritis juga Praktis sebagaimana menurut bagi peneliti di Kampus Universitas dan bagi semua Masyarakat dalam manfaat penelitian harus realistis maka manfaat penelitian sebagai berikut :¹⁰

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk mempelajari dan mendalami tentang Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember. Dan bisa juga digunakan sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya terutama pada penelitian.

¹⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : UIN KHAS Jember, 2022), 30

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis bagi :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya terutama pada penelitian yang sama tentang Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

b. Bagi Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan, terobosan serta gagasan baru dalam menerapkan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

c. Bagi Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dalam hal ini diharapkan penelitian tersebut bisa memberi kontribusi dan khasanah keilmuan yang baru yang akhirnya bisa memperbanyak wawasan literatur keislaman tentang Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

E. Definisi Istilah

Definisi istilah memuat tentang makna kata-kata penting yang menjadi fokus penelitian pada isi dari sebuah penelitian hal ini bertujuan agar tidak terjadi kerancuan maupun salah pengertian dalam pemahaman makna istilah yang ada definisi istilah ini ialah suatu bentuk bagai sebagai bahan pembahasan yang akan dituju dan berhubungan dengan permasalahan yang ada serta di analisa langsung dengan yang akan diteliti.

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam dunia bisnis, karena pemasarn bisa menjadi salah satu Faktor yang terpenting dalam membuat berbagai perusahaan bisa menjalankan segala hal yang diinginkan, khususnya yang behubungan dengan konsumen.

Pemasaran adalah merupakan kegiatan sebuah proses dalam penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan yang dikeinginan manusia. Inti dari pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemasaran bisa memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Menurut Tjiptono, yang dikutip oleh Muhlichan dan Mahmudah , Startegi pemasaran merupakan alat dasar yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan keunggulan dalam bersaing yang berkelanjutan melalui dengan program pemasaran yang digunakan dalam melayani pasar masuk dan pasar yang dituju.

Marketing mix atau bauran pemasaran dapat diartikan sebagai sekumpulan dari berbagai macam variable-variabel yang dapat

dikendalikan yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mengejar dalam tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P yang merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Adapun variabel-variabel tersebut sebagai berikut :

- a. **Product** : adalah kombinasi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan kepada pasar sasaran. Bauran produk mempunyai sarana-sarana yaitu: mutu, cirikhas, gaya merk dagang, pembungkus, pelayanan dan jaminan.
- b. **Price** : adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan suatu produk. Variabel ini mempunyai sarana sarana yaitu: daftar harga, potongan harga, syarat kredit dan periode pembayaran.
- c. **Place** : adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Variabel ini mempunyai sarana-sarana seperti lokasi, transportasi, persediaan barang distributor dan pengecer.
- d. **Promotion** : Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produknya. Adapaun sarana-sarana yang terkandung didalamnya adalah periklanan, personal seling, promosi penjualan publisitas.

Uraian diatas ada beberapa pengertian strategi, Penulis menyimpulkan bahwa strategi sebuah dari garis besar haluan dalam organisasi untuk mencapai misi dengan cara meningkatkan kekuatan internal dan eksternal.

2. Pondok Pesantren Baitul Arqom

Pondok Pesantren adalah merupakan sebuah dari rangkaian kata yang terdiri dari Pondok dan Pesantren. Kata dari pondok sendiri ialah (kamar, gubuk, rumah kecil) dan sedangkan yang dipakai dalam bahasa Indonesia dengan menekankan kesederhanaan bangunannya. Ada pula juga yang kemungkinan bahwa kata pondok berasal dari bahasa arab “fundūk” yang berarti Ruang dan Tempat. Pondok Secara Universal pondok adalah merupakan tempat dan penampungan yang sederhana bagi para Penuntut Ilmu yang jauh dari tempat asalnya. Sedangkan kata pesantren berasal dari kata dasar “santri” yang dibubuhi awalan “pe” dan akhiran “an” yang berarti tempat tinggal para santri. Dan Menurut beberapa ahli mengatakan, Zamakhsyari antara lain: Jhons, menyatakan bahwa kata santri berasal dari bahasa Tamil yang berarti guru mengaji, Kata Santri ialah berasal dari kata shastra yang berarti buku-buku suci, buku-buku agama, atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan.

KH. Masykur Abdul Mu'id LML selaku Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember, mengingatkan kembali dalam tentang kewajiban kita sebagai umat Islam untuk selalu berdakwah dimanapun dan kapanpun berada. Beliau menyampaikannya saat acara Pekan Perkenalan Pondok Pesantren atau yang biasa diistilahkan

sebagai Khutbatul Arsy . Kegiatan Khutbatul ‘Arsy tahun ini kembali identik dengan kewajiban melaksanakan protokol kesehatan karena masih dalam kurun pandemi Corona. “Alhamdulillah kita masih senantiasa diberikan nikmat yang harus kita syukuri, yakni nikmat Islam, Ihsan, dan kesehatan yang melimpah. Oleh karena itu, bagaimana cara kita mensyukuri segala keberkahan yang Allah berikan kepada kita? Maka pentingnya *menjaga kesehatan sangat dibutuhkan,*” kata Beliau. Menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan sudah tidak boleh bosan dilakukan. Beliau juga menerangkan tentang sekolah lain mulai dari PAUD, TK, SD/MI, SMP/MTs, SMA/MAN yang berbeda sistem dengan pondok pesantren, karena tidak bisa belajar dengan tatap muka sehingga menggunakan jaringan online. Berbeda dengan tahun sebelumnya, agenda kali ini hanya dihadiri oleh guru-guru yang berdomisili di area internal pondok saja tanpa kehadiran guru lain yang tinggal di luar pondok, dimana langkah ini juga sebagai bentuk tindakan preventif Corona.

Pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisonal dimana para siswanya tinggal bersama dan belajar ilmu-ilmu keagamaan dibawah bimbingan seorang kyai. Asrama untuk para santri berada dalam pesantren dimana tempat tinngalnya kyai. Dan secara Terminolgi adalah Pondok sebenarnya berasal dari bahasa Arab “funduq” yang berarti rumah Penginapan, Ruang Tempat Tidur dan asrama atau wisma sederhana. Menurut Sugarda Poerbawaktja Mengatakan pondok adalah salah satu tempat pemondokan bagi para pemudai yang mengikuti

pelajaran-pelajaran agama Islam. Adapun istilah dari Pesantren berasal dari kata santri. kata “santri” juga merupakan penggabungan antara dua suku kata sant (manusia baik) dan tra (suka menolong), sehingga kata pesantren dapat diartikan sebagai tempat mendidik manusia yang baik.

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian pesantren menurut para ahli :

- a. A. Mukti Ali, pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang didalamnya terdapat seorang kyai (pendidik) yang mengajar para santri (anak didik) dengan sarana masjid yang digunakan untuk menyelenggarakan pendidikan tersebut.
- b. Dari pengertian beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pondok pesantren merupakan suatu tempat dalam perkumpulan para santri yang ingin menimba ilmu-ilmu agama kepada seorang kyai, guna dalam mempersiapkan diri untuk menciptakan prilaku yang baik dan menjadi seorang yang alim dan bertakwah kepada Allah Swt pesantren juga merupakan suatu lembaga yang memiliki peran penting sebagai tempat peyebaran ajaran-ajaran Islam/ Syiar Agama.

Pesantren atau pondok pesantren adalah merupakan lembaga pendidikan islam yang cukup unik karena mempunyai beberapa Elemen dan karakteristik yang berbeda dengan lembaga pendidikan Islam lainnya. Adapun Elemen- Islam yang pokok yaitu: Pondok atau Tempat tinggal para santri, Masjid, Kitab/Buku agama, Kyai/Pengasuh Pondok dan Santri. Dari Kelima (5) Elemen inilah yang bisa menjadi persyaratan

terbentuknya sebuah pesantren. Dan setiap pondok pesantren Mempunyai ciri khas masing masing yang tidak didapatkan oleh pesantren lainnya.

F. Sistematika Pembahasan

Pada bagian ini Sistematika dalam pembahasan yang berupa uraian dengan secara singkat tentang gambaran penulisan skripsi secara sistematis, penulisan skripsi ini terdiri dari 5 BAB.

BAB I : Pada pendahuluan yang merupakan dasar dari penulisan skripsi. Pada bab ini merupakan bab yang terdiri dari latar belakang, Pada Fokus Penelitian, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Definisi istilah dan sistematika pembahasan. Dari bab ini juga akan diuraikan alasan peneliti dalam melakukan penelitian ini.

BAB II : Pada sub-bab ini, akan dibahas penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki kaitan langsung dengan topik atau variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Tujuannya adalah agar untuk melihat bagaimana penelitian terdahulu mengkaji masalah yang sama atau serupa, serta untuk mengetahui kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tersebut. Hal ini juga bertujuan untuk menemukan celah atau gap penelitian yang dapat dijadikan dasar bagi penelitian ini.

BAB III : Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara : Pada Penelitian melakukan wawancara semi-terstruktur/terstruktur dengan (sebutkan siapa yang akan diwawancarai, misalnya peserta penelitian, ahli, atau pihak terkait lainnya). Wawancara ini bertujuan untuk menggali (Jelaskan tujuan wawancara).

2. Observasi : Peneliti akan melakukan observasi terhadap (sebutkan objek yang akan diamati, misalnya perilaku atau kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian) dengan tujuan untuk memperoleh (Jelaskan tujuan observasi).
3. Kuesioner : Peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada (sebutkan subjek yang menerima kuesioner), yang terdiri dari (sebutkan jumlah atau jenis pertanyaan yang akan digunakan). Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai (jelaskan tujuan penggunaan kuesioner).
4. Dokumentasi : Peneliti akan mengumpulkan data melalui dokumen atau arsip yang relevan seperti (sebutkan dokumen atau data sekunder yang akan digunakan, misalnya catatan perusahaan, arsip pemerintah, laporan tahunan, dsb).

BAB IV : Bab ini yang berisi penyajian data dan analisis merupakan bagian inti dalam penulisan penelitian atau laporan, di mana penulis menyajikan hasil penelitian secara sistematis, diikuti dengan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh. Bab ini sering disebut sebagai "Hasil dan Pembahasan" atau "Penyajian Data dan Analisis".

BAB V : Kesimpulan adalah bagian akhir dari sebuah karya tulis ilmiah yang merangkum hasil penelitian dan menjawab permasalahan yang telah diajukan di awal penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasi atau belum terpublikasi dengan tujuan untuk menjaga keaslian penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hasil penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian yang akan diangkat oleh peneliti diantaranya yaitu :

1. Skripsi Nur Khikmatul Hasanah. 2019 dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Pondok Pesantren miftahul Huda Kaliwungu Kendal “ Hasil pembahasan Hasil Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Startegi Penawaran Produk bagus sehingga meningkatkan minat santri baru. Dan Pondok ini pemasaran dengan Tahfid santriwati dan sehingga tiap tahunnya jumlah semakin meningkat dan berkembang pesat.¹²

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah sama-sama meneleti tentang manajemen pemasaran pendidikan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitan ini terfokus pada strategi pemasaran dalam menarik minat siswa baru terkait Tahfid selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

¹² Nur Khikmatul Khasanah, “Strategi Pemasaran produk Tahfidz Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal)” (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

2. Skripsi, Dian Meizullianti. 2022. Startegi Pemasaran Produk Usaha Ekonomi Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren fadhul Fadhlun Semarang) Hasil dari skripsi Dian Penerapan Startegi Pemasaran dengan Unit Usaha menyediakan produk bibit yang ditawarkan kepada konsumen sendiri.dan promosi pada strategi Unit usaha Pesantren Fadllul fadlan menggunakan penjualan tatap muka, social media, marketplace dan melalui mulut kemulut yang di targetkan pada santri, walisantri serta jamaah Pondok Pesantren Fadlul fadlan. Dan Pondok ini Menggunakan Startegi pemasaran melalui Analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan produk pesantren Fadhlul Fadhlun .¹³

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah sama-sama meneleti tentang manejemen pemasaran pendidikan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitan ini terfokus pada strategi pemasaran dalam menarik minat siswa baru selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

3. Skripsi, Nopriawan Mahriadi 2016, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Kasus Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya kab Ogan Ilir Sumatrea Selatan* Hasil Skripsi Nopriawan Dalam Melakukan Startegi pemasaran pondok pesantren Raudhatul Ulum memilik beberapa Strategi berupa Bauran Pemasaran untuk mencapai suatu tujuan dari pemasran.Dan melibatkan SDM dewan guru yang handal

¹³ Dian Meizullianti, “Startegi Pemasaran produk Usaha Ekonomi Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Fadhlul Fadhlun Semarang)” (Skripsi, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2022).

dan berdampak positif . Dalam semua kegiatan yang menimbulkan dampak baik positif maupun dampak negative dan dampak Positif bagi pondok pesantren Raudhatul Ulum dalam bentuk ekonomi dan kemajuan yayasan dengan banyaknya santri yang berkolah di sana. Dan Sedangkan dampak Negatifnya yang dihasilkan dengan banyaknya santri yang bersekolah di pondok pesantren Raudatul ulum akan membuat SDM pondok mengalami kesulitan untuk memperoleh Yayasan tersebut. Dengan itu perlu ditambahnya Dewan Guru dan pengurus Pondok Pesantren.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah sama-sama meneleti tentang strategi pemasaran pondok pesantren dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitan ini berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.¹⁴

4. Skripsi, Dian Uswatun Hasanah *Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok pesantren Al Muayyad Surakarta*. Hasil Skripsi Dian uswatun ialah Pesantren Al Muayyad Surakarta menganut akidah ahlussunnah wal jamaah. Kegiatan ekstra terdiri dari jurnalistik, pramuka, publik speaking, qiraah, rebana/hadrah, olahraga, dan IPMA/OSIS. Jumlah santri Pesantren Al Muayyad Surakarta .¹⁵

¹⁴ Nopriawan Mahriadi, “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya kab Ogan Ilir Sumatera Selatan” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016) . <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19601/>.

¹⁵ Dian Uswatun Hasanah, Ahmad Alfi, and Imam Mujahid, “Implementasi Strategi Pemasaran lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta,” *Improvement: Jurnal Ilmiah untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (December 30, 2021): 72–81. <https://doi.org/10.21009/improvement.v8i2.21615>.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran/Marketing dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

5. Skripsi Fuziya Baratu Taqiyah, 2021 *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Kemajren Banyumas Di Era Digital*¹⁶

Hasil dari skripsi Fuziya Baratu Taqiyah ialah Strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren meliputi bauran pemasaran 4p yaitu : produk, harga, tempat/lokasi, dan promosi. Dalam temuannya peneliti menyimpulkan sesuai bauran pemasaran yaitu : Harga, produk, Tempat, Promosi.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti

6. Skripsi, Desi Kusumaningrum *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus pada Toko benang raja Semarang)* hasil skripsi Desi dalam Strategi Menyediakan produk yang diberikan yaitu dengan mempertahankan kualitas produk agar konsumen tidak tergiur dengan produk batik lainnya. Dan memberikan Harga yang

¹⁶ Fuziya Baratu Taqiyah, "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Kemajren Banyumas Di Era Digital" (Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

terjangkau dan tidak membebankan konsumen dengan memerikan harga yang murah karena barangnya pasti laku dikalangan pasar.¹⁷

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berbeda lebih Fokus penjualan Toko Batik Benang Raja Semarang karena targetan dalam pemasaran dan lokasi dan lembaga yang diteliti.

Tabel 2.1
Perbedaan dan Persamaan Kajian Peneliti

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Nur Khikmahtul Hasanah. 2019	Strategi Pemasaran Produk Pondok Pesantren miftahul Huda Kaliwungu Kendal	Hasil dari Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Strategi Penawaran Produk yang ditawarkan sangat bagus sehingga dapat meningkatkan minat santri baru yang akan datang. Sedangkan Implikasi dari Strategi Pondok Pesantren dapat dilihat dari konsumen yang merasa puas	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian ini yang lebih menekankan pada strategi pemasaran untuk menarik minat santri baru. Selain itu, penelitian ini juga berbeda dalam hal lokasi dan lembaga yang diteliti."

¹⁷ Desi Kusumaningrum, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Benang Raja Semarang)" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2020).

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
2	Dian Meizullianti. 2022.	Startegi Pemasaran Produk Usaha Ekonomi Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren fadhul Fadhlan Semarang)	Penerapan Startegi Pemasaran dengan Unit Usaha menyediakan produk bibit yang ditawarkan kepada konsumen sendiri. Menggunakan Startegi pemasaran melalui Analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan produk pesantren Fadhul Fadhlan	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya ialah penelitian ini terfokus pada strategi pemasaran produk usaha ekonomi selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti
3	Nopriawan Mahriadi 2015	Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Kasus Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan ilir Sumatera Selatan	Dalam Melakukan Startegi pemasaran pondok pesantren Raudhatul Ulum memiliki beberapa Strategi berupa Bauran Pemasaran untuk mencapai suatu tujuan dari pemasaran. Dan melibatkan SDM dewan guru yang handal dan berdampak positif	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran/Marketing dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya ialah penelitian ini terfokus pada strategi Marketing selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti
4	Dian Uswatun Hasanah	Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok pesantren Al Muayyad Surakarta	Pesantren Al Muayyad Surakarta menganut akidah ahlussunnah wal jamaah. Kegiatan ekstra terdiri dari jurnalistik, pramuka, publik speaking,	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan	perbedaannya ialah penelitian ini terfokus pada Implementasi strategi pemasaran selain

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			qiraah, rebana/hadrah, olahraga, dan IPMA/OSIS. Jumlah santri Pesantren Al Muayyad Surakarta	diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran/Marketing dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti
5	Fuzya Baratu Taqiyah, 2021	Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Kemajren Banyumas Di Era Digital	Strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren meliputi bauran pemasaran 4p, yaitu produk, harga, tempat/lokasi, dan promosi. Dalam temuannya peneliti menyimpulkan sesuai bauran pemasaran yaitu : Harga, produk, Tempat, Promosi	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.
6	Desi Kusuma Ningrum, 2020	Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus pada Toko benang raja Semarang)	Menyediakan produk yang diberikan yaitu dengan mempertahankan kualitas produk agar konsumen tidak tergiur dengan produk batik lainnya. Dan memberikan Harga yang terjangkau dan tidak membebankan konsumen dengan memerikan harga yang	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah pembahasannya sama terkait dengan	Sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini berbeda lebih Fokus penjualan Toko Batik Benag Raja Semarang karena targetan dalam pemasran dan lokasi dan lembaga yang

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			murah karena barangnya pasti laku dikalangan pasar.	Stategi Pemasaran sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	diteliti.

B. Kajian Terori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa latin “strategia” yang merujuk pada sebagai penggunaan rencana atau taktik dalam untuk mencapai sebuah tujuan. Dan Menurut Roun Dirgantoro mengatakam bahwa Strategi berasal dari Bahasa Yunani lalu diartikan sebagai Jenderal atau pemimpin militer. Dan secara Harfiyah, istilah ini berarti “Kepemimoinan Militer” atau dalam penegelolaan pertempuran” Pada konteks ini, Startegi adalah mengacu pada Perencanaan dan dalam Pengelolaan Operasi Militer untuk mencapai sebuah kemenangan.

Strategi Adalah suatu alat yang menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan sebagai pedoman untuk mengaplikasikan sumberdaya dan organisasi. Strategi juga merupakan sebagai rencana permainan dalam mencaapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang startegis.

Dalam bukunya Strategic Management, Konsep, Kasus dan Impementasi, Bittel menyatakan bahwa dalam strategi adalah suatu

rencana yang dasar untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau lembaga. menurut KBBI, saat ini penting untuk merencanakan kegiatan secara matang untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁸

Kata strategi telah ada sejak pada ribuan tahun yang lalu dan telah bisa berkembang dalam berbagai bidang, baik militer, politik, hingga dalam bisnis. Buku-buku klasik seperti Sun Tzu yang berjudul *The Art of War*, ditulis di China pada 2500 tahun lalu, atau strategi politik Machiavelli yang ditulis tahun 1513 berjudul *The Prince*, atau ahli militer Jerman seperti von Clausewitz pada abad ke sembilan belas masih sangat dikenal sampai saat ini. Istilah strategi menjadi populer dalam dunia bisnis sejak tahun 1960an melalui American business school.¹⁹

Strategi Menurut Pandangan Para Ahli dalam Strategi Meskipun kata atau istilah strategi sudah ada sejak ratusan tahun lalu, Namun, dalam Penggunaan konsep strategi ada hubungannya dengan organisasi terutama dalam organisasi bisnis baru yang dimulai pada abad kedua puluh. Pada Perkembangannya dari bidang strategi sejak dari tahun 1960an berakar dari ide Alfred Chandler, seorang ahli sejarah bisnis, Igor Ansoff, seorang ahli teori manajemen, Kenneth Andrew seorang profesor dari Harvard Business School, dan Alfred

¹⁸ "Pencarian - KBBI VI Daring," accessed December 4, 2024.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

¹⁹ I. Made Narsa, "Whats Is Strategy?," *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 6, no. 1 (2008), <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>.

Sloan seorang pebisnis dan pendiri perusahaan mobil raksasa Amerika yang kini dikenal dengan General Motor.

Strategi dalam konteks Manajemen dapat kita pahami melalui dengan berbagai aliran dan pemikirang masing masing, dengan penekanan yang berbeda formasi strategi, yaitu: aliran dalam design, planning, positioning, entrepreneurial, cognitive, learning, culture, power, environment, dan configuration. Aliran dalam design contohnya bisa dilihat strategi sebagai konsepsi yang lebih menekankan pada pencapaian essential fit antara faktor-faktor internal—kekuatan dan kelemahan dan pada faktor-faktor eksternal yang ancaman dan peluang. Aliran pada planning memandang sebuah strategi sebagai suatu proses yang formal.²⁰

Berdasarkan dari seluruh pendapat diatas, maka dapat daitikan strategi adalah sebagai sekumpulan Pilihan yang kritis untuk dalam menjalankan perencanaan dan penerapan pada serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar atas sasaran, maka, dari itu perlu untuk memperhatikan keunggulan dan kompetitif, komparatif, sinergis yang ideal.²¹

²⁰ I. Made Narsa, "Whats Is Strategy?," *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 6, no. 1 (2008), <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>.

²¹ Khoirul Anam, "Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan," *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2013): undefined-undefined. <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170>.

b. Startegi Pemasaran

Startegi Pemasaran menurut beberapa ahli, termasuk Tull dan Kahle. Dalam konteks ini yang merujuk pada rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai sebuah tujuan pemasaran, dan memanfaatkan keunggulan yang kompetitif dan berkompentensi secara efektif di pasar barang atau jasa.

Strategi pemasaran dalam Dunia pendidikan merupakan sebuah upaya, cara, dan langkah – langkah pemimpin sekolah atau madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui dengan penawaran informasi kepada masyarakat, atau melalui penawaran layanan jasa pendidikan serta meyakinkan dalam pengguna jasa pendidikan agar tetap menggunakannya.

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

Kegiatan pemasaran adalah suatu bentuk pondok pesantren memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk

mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Secara umum, Memahami konsep pemasaran, maka perlu diperkenalkan suatu pemahaman mengenai konsep strategi pemasaran. Untuk menghadapi di dalam mendapatkan pelanggan, suatu perusahaan harus menyadari bahwa tidaklah mudah tanpa ada sebuah tindakan nyata berupa kerja keras dengan menggunakan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan, strategi merupakan kunci penting terhadap keberhasilan sebuah perusahaan dalam meraih pelanggan. Konsumen saat ini menghadapi beraneka pilihan produk, merek, harga, serta pemasok, Untuk menentukan niat yang akan diambil, maka konsumen akan mempertimbangkan penawaran mana yang akan memberikan mamfaat dan nilai tertinggi membangun dan menjalan bisnis agar menjadi sukses dan terpercaya tidak hanya terpaku pada beberapa baik produk atau jasa yang ditawarkan. Faktor penting Isinnya yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen akan produk atau jasa dari bisnis adalah adanya pelayanan yang baik. Today competition essentially takes place at the produk augmentation.²²

Strategi pemasaran yang tepat akan dapat meningkatkan minat calon konsumen atau siswa. Meningkatnya minat calon siswa ini diharapkan dapat meningkatnya jumlah siswa yang mendaftar ke lembaga pendidikan tersebut. Banyaknya siswa yang mendaftar dapat

²² Moh Rusdi, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya," *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (December 6, 2019): 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.

meningkatkan lembaga pendidikan untuk melakukan seleksi dengan memilih calon siswa yang potensial untuk berhasil.

Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Sedangkan menurut Assauri strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Dan sedangkan Strategi Pemasaran Menurut Swasta adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang melalui dengan Perencanaan, Penentuan Harga, Mempromosikan, dan Mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat. Sementara itu menurut Hurriyati, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan tiga unsur, yaitu orang, fasilitas dan

proses sehingga menjadi 7P. Ketujuh elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya dan dapat dikombinasikan sesuai dengan lingkungan, baik di dalam maupun di luar perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai Kotler.²³

Manajemen pemasaran terjadi ketika satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan oleh pihak lain. Tujuan perusahaan akan tercapai apabila dalam menjalankan usahanya dijalani bersamaan dengan pelaksanaan pemasaran yang baik.

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga untuk memperkenalkan barang atau jasa menggunakan media yang dimuat di surat kabar, majalah, brosur, internet, ataupun melalui orang yang menceritakan tentang barang atau jasa.

Pemasaran pendapat Kotler adalah Sebuah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka inginkan dan tuju melalui penawaran, penciptaan, pertukaran jasa dan produk yang bernilai.

Sedangkan menurut Tung Dasem Waringin yang merupakan penulis terkenal di Indonesia dalam bukunya berjudul “Financial Revolution In Action” mendefinisikan pemasaran adalah media untuk mengkomunikasikan sebuah nilai tambah tinggi Dalam pemasaran

²³ Moh Rusdi, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya,” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (December 6, 2019): 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.

selalu diawali dengan mengetahui identifikasi konsumen, dengan tujuan mengetahui produk seperti apa yang dibutuhkan konsumen pada saat ini dan masa yang akan datang.

Pengertian manajemen pemasaran menurut P. and K.L.K. Kotler, yang diterjemahkan oleh Bob Sobran mengatakan bahwa: “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.” Manajemen pemasaran menurut Daryanto adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain..²⁴

Manajemen pemasaran menurut Buchari Alma, dalam bukunya manajemen pemasaran dan pemasaran jasa, adalah : “Kegiatan menganalisa, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta

²⁴ Sumarsid Sumarsid and Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1 (2022). <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>.

menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan perusahaan bisa tercapai.²⁵

Etika pemasaran dalam dunia pendidikan yaitu menawarkan layanan mutu intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Hal ini dikarenakan pendidikan bersifat kompleks yang dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab, dan hasil pendidikan yang menentukan masa depan, membina kehidupan warga Negara, dan sebagai generasi ilmuwan dimasa yang akan datang.

a. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Dalam Konteks Pemasaran Jasa, secara sederhana istilah Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (Satuan Moneter) dan atau aspek lainnya

Bauran pemasaran (Marketing mix) merupakan sekumpulan alat atau strategi yang dipakai pihak manajer pemasaran untuk mempertajam segmentasi, targetting dan positioning agar sukses serta untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan dari pasar sasaran yang berhubungan dengan tujuan pemasarannya. Bauran pemasaran merupakan kombinasi, yang berupa Tujuan utamanya, untuk memahami dan menyesuaikan kebutuhan dari target marketnya. Untuk mempromosikan pada target market sesuai dengan waktu yang

²⁵ Sumarsid Sumarsid and Atik Budi Paryanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1 (2022). <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>

diinginkan , dan konsumen memperoleh benefit sesuai yang diinginkan.²⁶

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 p yaitu *Product, Price,, Place, Promotion* namun dalam dunia pendidikan maka bauran tersebut bersangkutan dengan jasa pendidikan. Berikut adalah penjelasan mengenai *Product, Price,, Place, Promotion* sebagai berikut:

1) *Product*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumennya

Berdasarkan pendapat tersebut maka prduk pada dasarnya dapat berupa hasil karya perusahaan, baik yang berwujud maupun tidak

berwujud. Produk juga merupakan proses penciptaan untuk

memberi sejumlah nilai manfaat pada target marketnya. Dalam

konteks pendidikan, produk diartikan sebagai jasa yang diberikan

pada peserta didik dalam bentuk seperti nama, reputasi, aneka

ragam pilihan konsentrasi, dan prospek untuk mendapatkan

pekerjaan yang baik.

²⁶ Dr. Fans Sudirjo, S.E., M.M Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep, Model, dan Implementasi 2023 hal 31-32

Produk pendidikan yang ditawarkan, berupa fasilitas dan layanan Pendidikan, harus berkualitas tinggi. Konsumen tidak senang dengan produk berkualitas buruk, apalagi jika harganya mahal.

Layanan pendidikan, yaitu produk yang ditawarkan meliputi mutu atau kualitas pendidikan, pilihan konsentrasi, dan prodi sesuai perkembangan Iptek, dan tuntutan lingkungan, hingga prospek setelah lulus atau kompetensi lulusan dalam mendapatkan pekerjaan dan karier. Layanan pendidikan yang unggul, harus memiliki, 5 (lima) tingkatan : ²⁷

- a) Manfaat inti (*Core Product*), yaitu produk inti dari pendidikan yang ditawarkan;
- b) Produk dasar (*Basic Product*), yaitu pengetahuan dan keterampilan yang ditawarkan;
- c) Produk yang diharapkan (*Augmented Product*), yaitu berupa kurikulum, personalia ditawarkan oleh pendidik;
- d) *Augmented product*, yaitu produk pelengkap yang melengkapi penawaran dari produk inti, seperti adanya tenaga pengajar yang menguasai bahasa asing, fasilitas praktikum yang lengkap, dan sebagainya;
- e) Potensi produk (*Potencial Product*), yaitu produk unggulan yang dihasilkan lulusan pendidikan, seperti penerimaan

²⁷ Dr. Fans Sudirjo, S.E., M.M Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep, Model, dan Implementasi 2023 hal 31-32 hal 33

kelulusan di dunia kerja. Produk non akademik, termasuk pelatihan tambahan yang tersedia peningkatan mutu lulusan, kegiatan olah raga, seni budaya, dan sebagainya.²⁸

2) *Price*

Harga merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan dari jasa yang diinginkan. Penetapan harga jasa penting, karena fungsinya sebagai gambaran nilai (value) produk atau jasa yang ditawarkan, citra, kualitas, dan lain sebagainya. Penetapan harga yang baik, apabila disesuaikan hal-hal sebagai berikut:

a) Strategi Penetapan Harga. Dalam menetapkan harga, sebaiknya tidak terlalu tinggi supaya ada permintaan dan tidak terlalu rendah supaya mendapatkan laba. Yang sering digunakan, Ada dua strategi penetapan harga yaitu Skimming Pricing dan Penetration Pricing;

b) Kepentingan lain seperti tujuan perusahaan, Struktur biaya, pengetahuan pasar, elastisitas harga, dan mengawasi pesaing. Harga dalam layanan Pendidikan merupakan harga yang dikenakan pada pelanggan Pendidikan, yang meliputi seluruh biaya yang dikeluarkan selama mengakses layanan pendidikan yang ditawarkan, seperti harga, diskon, syarat pembayaran. Sehingga perlu dipertimbangkan dalam menetapkan biaya

²⁸ Dr. Fans Sudirjo, S.E., M.M Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep, Model, dan Implementasi 2023 hal 31-32 hal 33-34

kuliah, biaya praktikum, biaya gedung, beasiswa, cara pembayaran biaya kuliah dapat diangsur atau pada saat yang sama.

3) *Place*

Place adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dengan lokasi yang strategis dan cara penyampaian jasa kepada konsumen). Keputusan lokasi yang dipilih penyedia jasa, berkaitan dengan operasi dan sifat yang akan ditempatkan.

Pada umumnya penyedia jasa dalam memilih lokasi perusahaan jasa tergantung pada tipe dan derajat interaksi yang terlibat. Penentuan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam menunjang kegiatan penyampaian jasa, sehingga pemilihan lokasi yang tepat, sangat mendukung untuk dalam penyampaian jasanya dengan baik kepada masyarakat. Menentukan tempat usaha sebaiknya dengan melakukan riset terlebih dahulu.

4) *Promotion*

Promosi selain itu berfungsi sebagai alat komunikasi antara pemberi jasa dengan pengguna jasa, juga berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi pengguna jasa. Promosi merupakan alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran, yang dilakukan dengan cara menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan fitur dan manfaat suatu produk, sehingga pasar yang dituju akan tertarik,

memilih, dan memutuskan membeli, merasa puas, dan loyal terhadap produk yang dipasarkan. Promosi pada dasarnya merupakan kemampuan untuk mengkomunikasikan manfaat yang diperoleh dari sekolah atau perguruan tinggi ke konsumennya. Promosi dalam layanan Pendidikan. Bauran promosi (*promotion mix*) yang dilakukan oleh layanan Pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut :²⁹

b. Fungsi Pemasaran

Pemasaran memiliki fungsi tradisional sebagai katalisator antara perusahaan dengan pelanggan, distributor dan pesaingnya. Kotler mengatakan bahwa: Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Stanton mempunyai pendapat, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kegiatan pemasaran adalah

²⁹ Dr. Fans Sudirjo, S.E., M.M Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep, Model, dan Implementasi 2023 hal 31-32 hal 37

kegiatan kegiatan yang saling berhubungan dengan orang lain sebagai suatu system.³⁰

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.

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

2) Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan melakukan kegiatan yang telah direncanakan untuk menjalankan tindakan dan melaksanakan rencana yang telah dibuat dengan memanfaatkan persiapan yang sudah direncanakan.

³⁰ Ambar Lukitaningsih, "Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya," *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship* 3, no. 1 (December 31, 2013) . <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.85>

3) Pengendalian

Pengendalian merupakan kegiatan untuk meyakinkan bahwa semua hal berjalan seperti yang telah direncanakan dan memantau kinerja yang telah diterapkan sudah sesuai atau belum.

c. 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.³¹

Tujuan pemasaran untuk memberikan keyakinan kepada pelanggan atas kepercayaan terhadap lembaga pendidikannya, sehingga dengan cara itu maka akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada lembaga pendidikan. Langkah-langkah strategi pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan, yakni:³²

1) Identifikasi Pasar

Yakni melihat dan menganalisis pasar terdahulu agar mengetahui kondisi dan situasi pasar termasuk perlengkapan yang dibutuhkan lembaga pendidikan yang menjadi kepentingan pelanggan pendidikan. Dalam hal ini sesungguhnya sekolah

³¹ Fuziya Baratu Taqiyah, "Startegi Pemasaran Pondok Roudhotul Qur'an Kemrajen Banyumas Di Era Digital," n.d.

³² Dr. Fans Sudirjo hal 51-52

memiliki potensi yang sangat tinggi dalam upaya ikut mencerdaskan bangsa dan menyukseskan program yang ada disekolah.

2) Segmentasi Pasar dan Positioning

Segmentasi pasar adalah tindakan membagikan pasar menjadi dua kelompok pembeli yang berbeda, karena setiap pelanggan membutuhkan produk atau jasa yang berbeda. Sedangkan positioning adalah penempatan sisi produk dalam menghadapi persaingan agar dapat memudahkan pelanggan untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain.

3) Diferensiasi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar yaitu dengan cara menciptakan produk yang luar biasa dan melakukan penawaran yang berbeda agar lebih meyakinkan konsumen dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Strategi diferensiasi terbagi atas tiga, yaitu:

- a) Diferensiasi yakni melakukan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran competitor.
- b) Keunggulan biaya yakni strategi mengefisienkan seluruh biaya produksi atau jasa sehingga bisa dijual lebih murah dibanding pesaing.

c) Fokus yakni strategi menggarap satu target khusus. Proses perencanaan strategi pemasaran merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan pihak sekolah untuk melakukan penawaran jasa atau memberikan pelayanan terhadap pelanggan. maka terdapat beberapa proses dalam penyusunan strategi pemasaran, yaitu:

- 1) Menentukan Misi dan Tujuan
- 2) Pengembangan Profil
- 3) Menganalisa Internal Lembaga pendidikan tersebut (kekuatan dan kelemahan).
- 4) Menganalisa Lingkungan Eksternal
- 5) Pembuatan Keputusan Strategi
- 6) Kembali dan Evaluasi

2. Pondok Pesantren

a. Pengertian Pondok Pesantren

Perkataan Pesantren berasal dari kata “ Santri “ dengan Awalan “ Pe “ dan diakhiran “ran” yang mempunyai arti asrama tempat santri atau tempat murid belajar mengaji. Santri adalah orang yang mendalami agama islam, orang yang beribadh dengan sungguh – sungguh orang sholeh.³³

³³ Alwi B. Marjani, “Pondok Pesantren: Ciri Khas, Perkembangan, Dan Sistem Pendidikannya | Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan,” accessed December 4, 2024. https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/lentera_pendidikan/article/view/509.

Pondok pesantren yakni forum pendidikan Islam dengan keberadaan kyai sebagai figur utamanya yang menjadi ciri khas pondok pesantren, sebagaimana lazimnya, selain selaku pendiri sekaligus pembina, kyai pula berperan selaku penanggung jawab & pendidik yang pula berada di lingkungan pondok pesantren. Begitu pula dengan sejumlah santri yang dalam sehari-harinya dipenuhi dengan acara belajar ilmu agama Islam.

Menurut Kiai Zamakhsari Dhofier Pondok pesantren mampu didefinisikan selaku asrama pendidikan Islam tradisional yang para siswanya tinggal bareng dan berguru dibawah panduan seorang atau lebih guru yang biasanya dikenal dengan sebutan kyai. Asrama yang disediakan untuk para santri tersebut berada dalam lingkungan kompleks pondok pesantren, dimana para kyai pula berdomisili di lingkungan tersebut dan ada pula masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar, dan acara-kegiatan keagamaan yang lain.

Dan Menurut Kiai Abdurrahman Wahid (Gus Dur) Pondok pesantren adalah sebuah komplek dgn lokasi yg kebanyakan terpisah dengan kehidupan sekitarnya. Dalam komplek tersebut terdapat beberapa buah bangunan yang mencakup:

- 1) Rumah kediaman pengasuh
- 2) Sebuah sabung atau surau atau masjid daerah pengajaran diberikan
- 3) Asrama daerah tinggal siswa pesantren

4) Rabithah Ma'ahid Islamiyah (RMI)

Pondok pesantren yakni sebagai lembaga tafaqquh fi al-dîn yg memiliki misi untuk meneruskan risalah Muhammad SAW sekaligus melestarikan aliran Islam yg berhaluan Ahlu al-sunnah wa al-Jama'ah.

Pesantren secara terminologi didefinisikan sebagai lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari. Menurut Syukri Zarkasyi, pesantren adalah lembaga pendidikan Islam dengan sistem asrama dan di dalamnya ada yang bertindak sebagai pendidik dan sentral figurnya yaitu kiai, ajengan atau tuan guru, dan ada santri, asrama, ruang belajar, dan masjid sebagai sentralnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan pondok pesantren adalah suatu tempat pendidikan dan pengajaran yang menekankan pelajaran agama islam yang didukung asrama sebagai tempat tinggal para santri untuk waktu yang cukup lama. Pondok pesantren sendiri merupakan bentuk lembaga pendidikan tertua di Indonesia yang sempat menjadi satu – satunya lembaga pendidikan yang dimiliki oleh masyarakat terutama muslim.

Perkembangan pondok pesantren secara kualitas maupun kuantitasnya tidak terlepas dari faktor internal maupun eksternal yang

mempengaruhinya. Seiring berjalannya zaman tidak sedikit pondok pesantren yang telah mengembangkan kurikulum sehingga pembelajaran dipondok pesantren pun tidak hanya mempelajari tentang kitab kuning dan agama saja, melainkan banyak yang mempelajari tentang ketrampilan, umum, dan bahkan bahasa.³⁴

b. Fungsi dan Tujuan Pondok Pesantren

Fungsi pondok pesantren dari waktu ke waktu berjalan secara dinamis, berubah dan berkembang mengikuti dinamika sosial masyarakat. Walaupun fungsi awal pondok pesantren hanya sebatas sebagai lembaga sosial dan penyiaran keagamaan, namun seiring perkembangan tuntutan masyarakat, maka semakin lama fungsi pesantren akan mengikuti tuntutan masyarakat pula.

Menurut Azyumardi Azra dalam bukunya yang berjudul esai esai intelektual muslim dan pendidikan islam, fungsi pondok pesantren itu ada tiga, yaitu:³⁵

- 1) Transmisi ilmu pengetahuan islam (transmission of Islamic knowledge)
- 2) Pemeliharaan tradisi islam (maintenance of Islamic tradition)
- 3) Reproduksi ulama (reproduction of ulama)

³⁴ Taqiyah, "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Qu'an Kemrajen Banyumas Di Era Digital." Hal 23-24

³⁵ "Esei-Esei Intelektual Muslim Dan Pendidikan Islam by Azyumardi Azra | Open Library," accessed December 4, 2024, https://openlibrary.org/books/OL151908M/Esei-esei_intelektual_Muslim_dan_pendidikan_Islam. https://openlibrary.org/books/OL151908M/Esei-esei_intelektual_Muslim_dan_pendidikan_Islam.

Adapun menurut M.Bahri Ghozali, pondok pesantren memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Pesantren sebagai lembaga pendidikan, artinya pesantren memberi pelajaran secara material dan immaterial, yakni mengajarkan bacaan kitab-kitab yang ditulis para Ulama abad pertengahan dalam wujud kitab kuning
- 2) Pesantren sebagai lembaga dakwah, dalam arti kata melakukan suatu aktifitas menumbuhkan kesadaran beragama atau melaksanakan ajaran-ajaran agama secara konsekuen sebagai pemeluk agama islam. Wujud riil dari dakwah yang dikembangkan oleh pesantren antara lain berupa pembentukan kelompok-kelompok pengajian bagi masyarakat dan memadukan kegiatan dakwah melalui kegiatan masyarakat
- 3) Pesantren sebagai lembaga sosial, yaitu pesantren menunjukkan keterlibatannya dalam menanggapi masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat.

Tujuan pondok pesantren secara khusus menurut H. M Arifin adalah mempersiapkan para santri untuk menjadi orang yang alim dalam ilmu agama yang diajarkan oleh kiai yang bersangkutan dan mengamalkan dalam masyarakat. Adapun tujuan khusus pondok pesantren yaitu sebagai berikut :

- 1) Mendidik santri selalu taat kepada Allah SWT, mempunyai akhlaqul karimah, memiliki kecerdasan lahir batinnya

- 2) Menjadikan santri kader ulama dan mubaligh yang mengamalkan apa yang telah dipelajari di pondok pesantren
- 3) Mendidik santri agar menjadi tenaga yang cakap dalam sector pembangunan, khususnya pembangunan mental spiritualnya
- 4) Mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan semangat kebangsaan agar dapat menumbuhkan manusia-manusia pembangunan yang dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan Negara
- 5) Mendidik santri untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam rangka usaha pembangunan masyarakat bangsa
- 6) Mendidik tenaga – tenaga penyuluh pembangunan mikro (keluarga) dan regional (pedesaan atau masyarakat lingkungannya)

Santri dituntut untuk bisa menguasai apa yang telah dipelajari

selama di pondok pesantren hal tersebut diharapkan santri bisa

membawa ilmunya dan mengajarkannya kepada kerabat atau bahkan orang lain dan dapat bermanfaat ketika sudah mukim dari pondok.

Sebagaimana hadist yang diriwayatkan Bukhari :

“Jadilah pendidik yang penyantun, ahli fikih, dan ulama. Disebut pendidik apabila seseorang mendidik manusia dengan memberikan ilmu sedikit-sedikit yang lama-lama menjadi banyak”³⁶

c. Elemen Elemen Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan lembaga tertua bahkan sampai saat ini, dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan lembaga yang lainnya. Berdasarkan keputusan Dirjen Pendidikan Agama Islam Nomor Ada lima unsur pokok yang menjadi ciri khas pesantren yaitu: kiai, masjid, santri, asrama dan kitab 5877 tahun 2014 tentang pedoman izin pendirian pondok pesantren adapun syarat agar diakui Kementerian Agama apabila pondok pesantren memiliki 5 unsurnya yaitu kiai, santri, masjid, asrama, dan kajian kitab kuning.

Menurut Zamakhsyari Dhofier dalam buku tradisi pesantren menyebutkan istilah unsur itu dengan elemen dan mengemukakan 5 elemen yaitu kiai, santri, masjid, asrama, dan kitab untuk pedoman belajar santri. Berikut penulis memaparkan dan menjelaskan secara singkat dan rinci mengenai 5 elemen yang biasa dalam pondok pesantren tradisional, sebagai berikut :³⁷

1) Kiai.

Kiai yaitu pemimpin dan pengasuh yang mengatur dan membina pondok. Kiai sebagai pengasuh dan pimpinan pondok

³⁶ “Khutbah Jumat: Kemuliaan Menjadi Seorang Guru,” NU Online, accessed December 5, 2024. <https://islam.nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-kemuliaan-menjadi-seorang-guru-JCZiW>.

³⁷ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi pesantren: studi tentang pandangan hidup kyai* (Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, 1980).

mempunyai peran yang sangat penting, sebagai central figure yang menjadi suri tauladan bagi santri-santrinya.

Kiai sebagai pemimpin yang mempunyai wewenang dalam menentukan keputusan-keputusan penting di pesantren. Kiai menjadi sandaran seluruh penghuni pesantren, ustaz dan santri berani melakukan sesuatu yang bukan kebiasaan yang telah berlaku setelah mendapatkan persetujuan kiainya.

2) Masjid.

Masjid merupakan tempat bagi seluruh santri melaksanakan kegiatan yang pendidikan dalam mendalami ilmu agama, pusat pendidikan dan pengajaran dilaksanakan di masjid. Walaupun saat ini beberapa pondok pesantren telah menyediakan kelas-kelas sebagai tempat belajar, namun peran masjid sebagai pusat pendidikan dan pengajaran dipondok tetaplah ada. Penanaman kedisiplinan sholat lima waktu dan masjid sebagai tempat membaca Al-Qur'an dan juga sebagai tempat mengkaji ilmu pengetahuan dan tausiah dari kiai dan pengurus pondok pesantren.

3) Santri.

Santri adalah murid yang mukim atau tinggal di dalam pesantren, beberapa pondok pesantren dalam pembangunan fasilitas pondok yang menjadi tenaga kerjanya adalah santrisantrinya. Dan beberapa pondok yang lain hanya dana saja

yang berasal dari santrinya. Hal ini dikarenakan jumlah santri yang bertambah sehingga kediaman kiai tidak mencukupi akhirnya perlu dibangun kamar-kamar disekitar kediaman kiai. Secara umum terdapat dua macam santri. Pertama santri yang mukim atau menetap dan menginap di pondok dan mengikuti 24 jam kegiatan di pondok. Kedua santri kalong atau santri yang hanya beberapa kegiatan saja yang diikuti dan menginap di rumah.

4) Asrama.

Asrama dan fasilitas-fasilitas pendukung yang lain seperti kelas, lapangan, kamar mandi, dapur umum dan perumahan guru. Kebanyakan fasilitas-fasilitas ini jauh dari kemewahan. Hal ini adalah upaya menanamkan jiwa kesederhanaan. Walaupun tidak dipungkiri saat ini dalam pandangan masyarakat kondisi pesantren terkesan kumuh dan tidak layak. Stigma negatif ini menjadi pendorong bagi pesantren untuk berbenah dan memperbaiki kesan ini karena Allah mencintai kecantikan dan juga kebersihan.

Asrama berfungsi sebagai tempat tinggal para santri selama mereka menempuh pendidikan di pondok pesantren. Ini mencakup tidur, makan, dan aktivitas sehari-hari mereka. Asrama bermanfaat sebagai tempat pembinaan akhlak dilakukan.

Asrama juga berfungsi sebagai tempat pengawasan dan pengendalian para santri. Ini mencakup pengaturan waktu, pemantauan aktivitas, dan pembinaan untuk menghindari perilaku yang tidak diinginkan. Asrama membantu dalam membentuk dan memelihara komunitas islami di antara santri. Mereka belajar hidup bersama dalam kebersamaan dan saling mendukung dalam perjalanan pendidikan mereka. Semua fungsi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan spiritual, intelektual, dan sosial santri di pondok pesantren.

5) Kitab.

Kitab merupakan bahan ajar yang diberikan kiai dan guru dalam memperdalam ilmu agama dan umum. Materi yang diberikan berupa ilmu agama seperti akidah, fikih, hadis, dan ilmu bahasa seperti nahwu dan shorof sedangkan ilmu umum seperti matematika, fisika dan ilmu pengetahuan alam dan sosial.

Sebagian pondok ada yang menerapkan dan sebagian yang lainnya hanya khusus mempelajari ilmu agama saja. Istilah kitab kuning biasanya digunakan sebagai simbol kitab klasik berbahasa Arab yang memang ditulis oleh ulama pada abad pertengahan. Kitab-kitab ini dipelajari dengan berbagai metode seperti sorogan, bandongan ataupun musyawarah

Pola dalam pendidikan yang diselenggarakan di pesantren cukup beragam, fungsi yang diemban pondok pesantren tidak keluar dari itu. Kesamaan tersebut dapat dilihat dari jenis.

Kitab kuning dalam tradisi pesantren merupakan karya para ulama dalam menginterpretasikan al-Qur'an dan al-Hadis dan menjadi kitab yang dianggap memiliki nilai barokah jika dipelajarinya. Kitab ini layak guru yang paling sabar dan tidak pernah marah, harus dihormati dan dihargai atas jasanya yang telah banyak mengajar santri. Kitab kuning sebagai sumber belajar santri disajikan dengan 3 pola yaitu kitab dasar (matn atau mukhtashar), kitab menengah (syarah atau mutawasithah) kitab besar (hasyiyah atau muthawalah). Penyajian secara bertahap ini menurut Ibnu Khaldun sangat penting untuk mempermudah penerimaan bahan ajar. Menurutnya ada tiga tahap dalam penyampaian bahan ajar.

- UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
- a) Penyajian Global Bahan ajar yang akan disampaikan berupa keterangan-keterangan yang bersifat global berupa hal-hal pokok dengan memperhatikan potensi intelek dan kesiapan siterdidik
 - b) Pengembangan (al-syarah wa al-bayan) Bahan ajar pada tahap ini berupa keterangan disertai ulasan ragam pandangan yang berkaitan dengan pokok bahasan.

- c) Penyimpul-khasan (takhallus) Tahap terakhir materi disajikan secara lebih mendalam dan rinci dalam konteks yang menyeluruh. Semua masalah yang dianggap urgen dan sulit pada tahap ini dituntaskan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan Kualitatif³⁸. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang lebih menekankan kepada Analisa atau deskriptif. Metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data sedalam-dalamnya. penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan bisa menggambarkan secara naratif dari segala kegiatan yang dilakukan.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek atau subjek yang diteliti secara mendalam dan terperinci yang di peroleh dari hasil pengamatan, wawancara, serta dokumentasi

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung jember yang terletak di Jl. Karang Duren Balung Jember.

Pertimbangan peneliti dalam menentukan lokasi penelitian ini adalah Lembaga Pondok Pesantren Baitul Arqom merupakan lembaga yang terbilang

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : UIN KHAS Jember, 2022) Hal 78

memakai Strategi Pemasaran dengan 4 Bauran di Pondok Pesantren Baitul Arqom. Maka dari itu peneliti tertarik dalam mendalaminya.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber utama dalam data penelitian. Dalam subjek penelitian diperoleh keterangan yang dapat memberikan informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian atau sasaran penelitian.³⁹

Dalam penelitian ini subjek penelitian yang dijadikan informasi diantaranya:

1. Pimpinan Pondok Pesantren (Ust Izzad Fadh)
2. Alumni Pondok Pesantren Baitul Arqom (Salman Alfarisi)
3. Staf Guru Pondok Pesantren Baitul Arqom (Ust Adi Putra Sanjaya, Ust Nur Ahmad Yusuf, Ust Dadang Prawira, Ust Ali)

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (participant observation), wawancara mendalam (indepth interview) dan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang valid, akurat, dan dapat dipercaya. Teknik pengumpulan data ini penting untuk menjamin kredibilitas informasi dalam melakukan kegiatan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian

³⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : UIN KHAS Jember, 2022) Hal 78-79

kualitatif adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memeriksa suatu objek yang akan dipelajari, menganalisis dan mencatat temuan di lokasi yang diamati.

Jenis observasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi partisipasi pasif

Observasi yang menerangkan bahwasanya peneliti tidak ikut andil dalam kegiatan, Jadi peneliti hanya mengamati dan mencatat mengenai objek penelitian. Dengan adanya observasi dilapangan maka peneliti akan lebih mudah mendapatkan pandangan langsung dan pengalaman di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi partisipasi pasif yakni proses pengamatan yang melibatkan partisipan dalam kegiatan pengamatan akan tetapi tanpa berpartisipasi secara aktif. Maksud digunakanya metode ini yaitu untuk memahami suatu

fenomena dengan terjun langsung didalam komunitas atau organisasi yang terlibat, namun tetap terpisah dari aktivitas yang diamati dan diharapkan mendapat hasil alipbut serta valid sesuai fenomena yang sedang diteliti.

Observasi diterapkan dengan cara peneliti mendatang lokasi penelitian secara langsung kemudian melihat fenomena yang terjadi dengan mata kepala peneliti sendiri lalu dengan sebenarnya mendengar dengan telinga peneliti sendiri kemudian mencatat dan menganalisis apapun yang dilihat,

didengar dan dipikirkan oleh peneliti. Namun peneliti tidak mengambil bagian aktif dalam situasi yang diamati.

Hasil yang diperoleh oleh Teknik observasi yang dilakukan peneliti terhadap Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom sesuai dengan pedoman yang ada di lampiran sesuai dengan fokus Penelitian :

1) Bagaimana Pemasaran *Product* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

2) Bagaimana Pemasaran *Price* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

3) Bagaimana Pemasaran *Place* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

4) Bagaimana Pemasaran *Promotion* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih untuk

memperoleh sebuah informasi berdasarkan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang memberikan

pertanyaan dan yang diwawancarai yang menjawab pertanyaan dari pewawancara. Dalam proses wawancara ini, peneliti menggunakan teknik

wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan teknik wawancara yang pertanyaannya sudah di siapkan oleh peneliti

sebelumnya.

Hasil yang diperoleh oleh Teknik wawancara yang dilakukan peneliti terhadap Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom sesuai dengan pedoman yang ada di lampiran sesuai dengan fokus Penelitian :

- 1) Bagaimana Pemasaran *Product* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
 - 2) Bagaimana Pemasaran *Price* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
 - 3) Bagaimana Pemasaran *Place* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
 - 4) Bagaimana Pemasaran *Promotion* dalam Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan gambar dan karya-karya monumental dari seseorang. dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto gambar hidup sketsa dan lain-lain. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

- a. Dokumentasi Pemasaran *Product* : Penghargaan Santri Tahfid, Wisudawan Santri, Murojaah Al- Qur'an Santri/wati, Pidato/Muhadloroh, Ujian Syafahi, Pramuka Paselba, Delegasi Santriwati Beasiswa Internasional.

- b. Dokumentasi Pemasaran *Price* : Aplikasi Go Cashless seamless.
- c. Dokumentasi Pemasaran *Place* : Foto Pondok Pesantren Baitul Arqom Nampak dari luar.
- d. Pemasaran *Promotion* : Brosur pendaftaran gelombang I & II, Pendaftaran gelombang III, Web Pondok Pesantren, Instagram, Facebook, Youtube.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang sudah diwawancarai. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Dalam penelitian kualitatif menurut Miles and huberman analisis data dilakukan dengan model interaktif dan berkesinambungan. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data model interaktif ini sesuai dengan teori miles dan huberman yaitu ada tiga yakni (1) kondensasi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan simpulan.

1. Kondensasi data

Reduksi data merupakan salah satu bagian dari analisis data. Hal ini dilakukan melalui proses memilih, mengklasifikasikan,, menyederhanakan dan membuang yang tidak diperlukan, sehingga dengan demikian dapat diambil kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, analisis

pada umumnya bersifat naratif yaitu mencari persamaan dan perbedaan suatu informasi.

2. Penyajian data

Setelah data kondensasi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan simpulan

Menarik kesimpulan dan memverifikasinya. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan yang diajukan pada tahap awal dikatakan kredibel jika didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan kegiatan penelitian di mana untuk memperoleh keabsahan temuannya dengan memperoleh temuan yang valid. Mengingat data sangat penting dalam penelitian kualitatif, maka keabsahan data perlu diperoleh melalui teknik pengecekan validitas seperti saran Lincoln

dan Kuba, validitas data meliputi : kredibilitas (credibility), transferabilitas (transferability), dependabilitas (dependability), konfirmasiabilitas (confirmability). Untuk menyajikan data dan menguji data yang diperoleh peneliti, peneliti menggunakan dua metode yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah pengujian keterpercayaan suatu data dengan memperolehnya dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik yang sama. Menggunakan hasil wawancara dengan kepala sekolah, peneliti membandingkan hasil wawancara kepala sekolah dengan informan lainnya yang ada di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember. Kemudian dilakukan pengecekan data dari berbagai sumber data untuk mendapatkan data yang sebenarnya.

2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengumpulkan data yang berbeda dari sumber yang sama. Fenomena yang terjadi di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember dianalisis, dideskripsikan dan dirangkum. Sehingga data yang diperoleh akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, triangulasi sumber dan triangulasi teknik digunakan untuk menghasilkan data yang lebih padat dalam temuan penelitian yaitu Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru

G. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam Bagian ini menuliskan rencana yang akan dilaksanakan oleh pengkaji, berawal dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sesungguhnya dan hingga pada penulisan laporan.⁴⁰ Adapun langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Tahap Pra Lapangan atau Persiapan

a. Menyusun Rencana Penelitian

Pada Tahap pra lapangan merupakan tahap yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari gambaran dari permasalahan dan latar belakang serta referensi terkait dengan judul penelitian sebelum terjun ke lapangan. Tahap-tahap yang akan diidentifikasi seperti, memilih lembaga

b. Perizinan

Menyelesaikan Administrasi kampus meliputi Langkah Langkah meminta izin penelitian ke Akademik atau melakukan Pembuatan Surat izin Penelitian melalui SALAMI yang sudah disediakan oleh Fakultas Tabiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK). Setelah itu, surat izin diajukan kepada Lokasi penelitian yang telah di tetapkan.

c. Penyusunan instrumen

Penelitian Hal ini meliputi penyusunan perdoman wawancara, membuat transkrip observasi, menulis dokumen yang dibutuhkan.

⁴⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : UIN KHAS Jember, 2022) Hal 48

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan lapangan peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melihat atau memantau serta meninjau Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember sebagai objek yang di teliti. Dalam tahap pelaksanaan lapangan ini peneliti mencari serta mengumpulkan data dengan menggunakan alat yang sudah di siapkan, baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

Berikut tahap-tahap yang dilakukan oleh peneliti

a. Pengumpulan data

Dengan menggunakan Tahap ini adalah fase pengumpulan data di mana peneliti menjalankan agenda yang telah ditetapkan dengan metode observasi, interaksi, serta analisis bahan-bahan tertulis untuk menghimpun informasi yang relevan dengan penelitian.

b. Peneliti mengelola data

Pengelolaan data yang baik sering melibatkan pengelompokan data untuk mempermudah analisis. Dengan mengelompokkan data yang serupa, Anda dapat mengidentifikasi pola, tren, dan insight yang lebih jelas dalam data tersebut

c. Tahap Analisis Data

Dalam tahap ini penulis memaparkan hasil analisis dalam bentuk uraian data dan temuan dalam penelitian. Pada tahap ini peneliti melaksanakan analisis kualitatif yakni hasil peneliti yang

mengutarakan gambaran pada hasil yang sudah di dapatkan selama data disajikan dalam pembahasan berita temuan penelitian. Analisis lainnya untuk memahami pola-pola yang muncul dalam data. Selanjutnya, validitas dan kredibilitas data juga perlu diuji untuk memastikan keandalannya dan keakuratannya dalam merepresentasikan fenomena yang diteliti. Ini sering melibatkan pemeriksaan terhadap metodologi pengumpulan data, kemungkinan bias, dan konsistensi antara hasil dengan teori atau konsep yang mendasarinya.

d. Tahap Pelaporan

Pada tahapan ini merupakan tahap akhir dalam melakukan proses penelitian, di mana peneliti mulai menyusun laporan hasil penelitian ke dalam bentuk karya tulis ilmiah (skripsi) sesuai dengan pedoman yang berlaku. Proses penulisan skripsi melibatkan penyusunan struktur yang sistematis, pembahasan temuan-temuan penelitian, interpretasi hasil, serta penyajian data dan analisis dengan cara yang jelas dan terstruktur.

Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa laporan hasil penelitian dapat dipahami dengan baik oleh pembaca dan memenuhi standar akademik yang ditetapkan. dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang sesuai dengan pedoman yang berlaku di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Baitul Arqom

Dari hasil dalam penelitian yang telah peneliti lakukan terkait tentang Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom, dapat di deskripsikan sebagai berikut :

Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam bab I Bahwa dalam penelitian ini Fokus terhadap Strategi Pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Baitul Arqom dan. Dalam bab 2 peneliti menjelaskan tentang bauran pemasaran, tujuan dan fungsi pemasaran serta sedikit sejarah, fungsi dan tujuan, ciri – ciri, elemen dan klasifikasi yang dimiliki oleh pondok pesantren, sesuai Fokus masalah yaitu :

1. Pemasaran *Product* Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Dalam strategi pemasaran pendidikan kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas, sebab konsumen lebih memilih yang berkualitas walaupun harga mahal.

Pondok Pesantren Baitul Arqom merupakan lembaga islam non formal yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Di zaman sekarang yang sudah kebanyakan melalui digital, menjadikan tantangan baru bagi pondok pesantren karena menjadi banyak pesaing yang memasarkan lembaganya melalui media sosial yang hampir semua orang memakainya. Terlebih dari itu pondok pesantren Pesantren Baitul Arqom yang terbilang

pondok pesantren yang masih mengedepankan tradisi harus lebih maju dalam hal pemasaran pondok pesantren.

Dalam lembaga pendidikan pemasaran merupakan pengelolaan dalam rangka menarik minat / perhatian pada calon santri. Pondok pesantren Baitul Arqom melakukan strategi pemasaran yang dapat dikelompokkan berdasarkan 4 bauran pemasaran, antara lain : *Product, Place, Price, Promotion*. Lebih rincinya akan dijelaskan dibawah ini sebagai berikut

a. Product

Product yang ditawarkan pondok Baitul Arqom memang tidak banyak tetapi selalu menjadi banyak peminat. Ketrampilan yang menyangkut komunikasi, kerjasama, kreatifitas, dan ketrampilan emosional.

Adapun soft skill yang dimiliki pondok pesantren Baitul Arqom diantaranya ialah : Tahfidz al – quran, Khitobah, Kitab Kuning, Tilawatil quran, dan Rebana atau Hadrach. Diantara keunikan soft skill yang dimiliki pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember yang beda dari pondok pesantren lainnya yaitu :

1) Tahfidz

Berdasarkan yang diketahui masyarakat bahwa pondok pesantren ini cenderung pondok pesantren yang kebanyakan santrinya menghafalkan alquran, setelah peneliti melakukan observasi untuk membuktikan. Memang dari pengasuh sendiri

seorang tahfidz al- quran, untuk menyambung nasab dan ijazah keilmuan yang beliau miliki sehingga kebanyakan santrinya menghafalkan al-quran.



Sumber : Dokumentasi Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.1

Penghargaan Santri Tahfid⁴¹

Foto diatas menunjukkan bahwa santri putra yang mendapat wisudawan Tahfidz Atas Nama Haikal Nawawi. Menurut hasil wawancara dengan Ust Dadang merupakan ust Pendamping setoran Al Qur'an banyak yang menghafalkan alquran namun tidak diwajibkan seluruh santri dapat menjadi tahfidz.⁴²



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.2

Dokumentasi Wisudawan Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom⁴³

⁴¹ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Penghargaan Santri Tahfid*, 2024

⁴² Ustdz Dadang , diwawancara oleh penulis (Jember 10 Oktober 2024)

⁴³ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Wisudawan Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom*

Wisuda tahfidz Qur'an oleh peserta didik Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember yang berlangsung di gedung Auditorium KH.Masykur Abdul Mu'id L.M.L. menciptakan suasana haru serta kagum. Kegiatan ini dihadiri oleh jajaran pimpinan Pondok, santri dan santriwati, serta segenap guru-guru pengabdian.

Dari hasil wawancara dan foto diatas ustdz izzat Fahd mengatakan :

“Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember menyediakan kamar khusus bagi anak didik yang memiliki hafalan Al-Quran dan yang ingin berusaha untuk menghalalkannya. Dengan ini bertujuan agar mereka bisa lebih fokus dalam menambah hafalannya. Mereka juga akan dibimbing oleh ustadz/ustadzah pengabdian yang sudah diberi amanah oleh pimpinan Pondok KH.Izzat Fahd M.Pd.I untuk bisa tetap mengontrol dan membantu mereka untuk hafalan dan muraja'ah. Wisuda tahfidz Qur'an adalah agenda yang diadakan setiap tahunnya di akhir semester. Kegiatan ini bertujuan agar dapat memotivasi santri dan santriwati lainnya supaya bisa menghafalkan Al-Qur'an minimal 1 juz. Karena dengan menghafal Al-Qur'an kita bisa menjaga, memelihara, dan melestarikan bacaan serta tulisan ayat-ayat suci Al-Qur'an”⁴⁴

Sebanyak lebih dari 30 santri dan santriwati yang mengikuti. Diantara mereka ada yang menghafal juz 1, 2, 3, 28, 29, dan 30. Alhamdulillah telah terpilih 2 peserta tahfidz diantara mereka yang menjadi wisudawan dan wisudawati terbaik di tahun ini dan mereka bernama Ilyas Dzulfikri dan Nadia Cahaya Putri.

Semoga santri dan santriwati mau bersemangat untuk menambah hafalan al-qur'an nya, sehingga bisa menjadikannya bekal

⁴⁴ Ust Izzad Fadh, Diwawancara Oleh Penulis 10 Oktober 2024

di akhirat nanti. Bukan hanya menghafal saja melainkan juga harus paham makna serta kaidah-kaidah yang terkandung di dalamnya.

وَعَلَّمَ الْقُرْآنَ تَعَلَّمَ مَنْ خَيْرٌكُمْ

“Sebaik-baik kalian adalah yang mempelajari Al-Qur’an dan mengajarkannya.” (HR. Tirmidzi).

Dan ada juga Program Tahfidz untuk santri/santriwati untuk menjelang liburan. Pada hari Ahad tanggal 23 Juni 2024, seluruh santri akhir Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember berkumpul di gedung auditorium KH. Masykur Abdul Mu’id bersama Al-Ustadz Dadang Prawira.

Adanya perkumpulan ini bermaksud untuk menjelaskan sekaligus membuka program *tasmi*’ hafalan juz 30 bagi seluruh siswa akhir sebelum acara wisuda. *Tasmi*’ artinya membaca Qur’an *bil ghoib* yang didengarkan dan disimak oleh ustadz/ustadzah

pembimbing. Dibimbing oleh sekitar 5 orang ustadz dan ustadzah, kegiatan *tasmi*’ berlangsung selama kurang lebih satu Minggu sampai menjelang wisuda Hasil wawancara dan foto ustadz Dadang Prawira juga mengatakan :

“Program ini mendidik seluruh santri kelas 6 untuk selalu memurojaah dan menambah hafalan Qur’an, khususnya juz 30. Diharapkan dengan adanya kegiatan *tasmi*’ menjadi bekal santri dan santriwati akhir Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember bukan hanya sekedar bisa diajarkan di

masyarakat, namun juga menjadi bekal yang mahal dan berat timbangannya di akhirat kelak.”⁴⁵



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.3

Murojaah Al Qur'an Santri/Santriwati kelas Akhir (6)⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara, Observasi dan Dokumentasi diatas, dapat Peneliti, simpulkan dan kegiatan Tahfidz santri di Pondok Pesantren Baitul Arqom merupakan kegiatan/ Program Unggulan yang bisa dijadikan Syiar Pondok dan dari kegiatan ini bisa menjadi daya Tarik kepada calon Santri Baru dan bisa meningkatkan citra Pondok Pesantren dalam Religius/ Tahfidz. Dan yang kegiatan ini yang berdampak Positif bisa mengajak santri lainya agar lebih banyak lagi santri yang di wisudakan.

2) Khitobah/pidato

Sebagai pengembangan bakat minat pondok pesantren menyediakan kegiatan khitobah yang dilaksanakan satu minggu 2 kali setiap malam ahad dan Hari kamis siang dan Malam. Hal tersebut dilakukan para santri dengan cara bergilir pada setiap

⁴⁵ Ustdz Dadang Prawira, diwawancar oleh penulis (Jember, 13 oktober 2024)

⁴⁶ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Murojaah Al Qur'an Santri/Santriwati kelas Akhir (6)*

kelompok atau Firqoh. “Untuk kegiatan mingguan ada khitobah, ya biasanya santri menyiapkan beberapa hiburan lalu dilanjut dengan pidato. Untuk membentuk biar percaya diri. Siapa tau kalau sudah mukim dari pondok bisa jadi pembicara disuatu kegiatan atau acara, jadi sudah terlatih sejak dipondok”

Berdasarkan hasil Observasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa life skill ini sesuai kebutuhan seorang Santri untuk dapat mengembangkan Bakat dan Minat yang mereka miliki. Santri dapat memilih kegiatan ekstrakurikuler yang mereka minati.⁴⁷

Hasil wawancara dan Foto ustdz Adi putra Sanjaya mengatakan :⁴⁸

“Kegiatan *muhadhoroh* di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung adalah salah satu ekstrakurikuler yang wajib diikuti oleh seluruh santri. Biasanya aktivitas ini diadakan rutin setiap hari Kamis. Bukan hanya menjadi sarana belajar berpidato, *muhadhoroh* juga melatih santri agar cakap berbicara dengan dua bahasa di depan khalayak dengan penuturan bahasa yang baik, benar, efektif, dan teratur. Selain itu, hal ini menjadi media pembelajaran untuk menumbuhkan rasa percaya diri saat tampil di hadapan para audiens. Karena bagaimanapun, seorang santri dididik untuk menjadi seorang pemimpin muslim masa depan bahkan ulama”

Pada zaman sekarang, kemampuan ini dirasa penting untuk dikembangkan sehingga anak memiliki kualitas berbicara dan berpidato yang baik. Dengan kemampuan bicara yang baik, kita akan mampu mempengaruhi dan menginspirasi orang lain dengan ajakan

⁴⁷ Observasi, di Pondok Pesantren Baitul Arqom, Jember 7 Oktober 2024

⁴⁸ Ustdz Adi Putra Sanjaya, diwawancara oleh Penulis (Jember 13 Oktober 2024)

baik kita, dan mampu dengan mudah menyalurkan ilmu-ilmu yang telah didapat sebagai amalan jariah.

Kegiatan *muhadhoroh* bagi para santri ini diharapkan mampu membuat santri berinteraksi dengan baik di hadapan ummat, sehingga dapat menjadi penerus dakwah agama Islam yang berkualitas demi terwujudnya insan kamila.



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.4

Kegiatan Pidato/Muhadholroh MMI Pondok Pesantren Baitul Arqom⁴⁹



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.5

Kegiatan Pidato/Muhadholroh MMI Pondok Pesantren Baitul Arqom⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara, Observasi dan Dokumentasi tersebut, dapat Peneliti, simpulkan dan kegiatan Muhadloroh/Pidato

⁴⁹ Pondok Pesantren Baitul Arqom, Kegiatan Pidato/Muhadloroh MMI

⁵⁰ Pondok Pesantren Baitul Arqom, Kegiatan Pidato/Muhadloroh MMI

santri di Pondok Pesantren Baitul Arqom merupakan kegiatan/ Program OSBA (Organisasi Santri Baitul Arqom) dalam dampingan Pengurus Bagian Ta'lim dan dari kegiatan ini Santri belajar berbicara dihadapan banyak orang dengan menggunakan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris yang sudah dijadwalkan.

3) Kurikulum Pembelajaran

Pembelajaran kitab kuning memang sudah banyak dipondok pesantren yang melakukannya. Dipondok pesantren Baitul Arqom pembelajaran kitab kuning dibagi sesuai kelas kemampuan dasarnya. Jadi setiap santri memahami pembelajarannya. Pembelajaran kitab kuning ini masih menggunakan metode bandongan, yaitu ustad membacakan dan santri mencatat dan mendengarkannya. Untuk melanjutkan kelas madrasah diniyah ini santri mengikuti tes sebagai pembuktian bahwa santri tersebut layak melanjutkan ke jenjang lebih tinggi lagi. Hasil wawancara Program kurikulum Pembelajaran ustdz

Nur Ahmad Yusuf mengatakan :

“Pondok Pesantren Baitul Arqom dalam program pendidikannya bagi siswa siswi akhir selalu mengadakan praktek mengajar. Dimulai dengan materi dan teori ajar lantas disambut dengan ujian praktek mengajar yang berlangsung selama satu bulan. Hal ini lantas dilakukan karena siswa siswi akhir setelahnya akan menjadi calon alumni dan mengabdikan dirinya kepada masyarakat. Oleh karena itu, pondok perlu mempersiapkan santrinya agar menjadi calon ulama unggul di tengah-tengah Masyarakat”⁵¹

Salah satu ujian yang disiapkan yakni *Amaliyatu Tadris* atau praktek mengajar. Adanya praktek mengajar ini agar para santri

⁵¹ Ustdz Nur Ahmad Yusuf , diwawancara oleh Penulis (Jember, 13 Oktober 2024)

mengetahui akan pentingnya kualitas mengajar. Menjadi guru tidak hanya memberikan tugas lalu pulang, namun juga menjelaskan dan memastikan siswa mengerti tentang materi yang sedang dipelajari, oleh karena itu praktek *Amaliyatu Tadris* ini sangat penting untuk diketahui oleh calon alumni.

Dalam salah satu pesannya, KH. Masykur Abdul Mu'id, LML menyampaikan,

“Jadi guru itu, Dipuji tidak terbang, dihina tidak tumbang.” Selain bisa menyampaikan materi dengan baik, seorang guru juga harus memiliki mental yang kuat. Kiranya, ujian praktek *Amaliyatu Tadris* diberikan kepada santri guna Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember dapat terus melahirkan generasi penerus bangsa yang unggul dalam segala bidang.”



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.6
Seorang Santri Melaksanakan Ujian Syafahi⁵²

Berdasarkan hasil wawancara, Observasi dan Dokumentasi diatas, dapat Peneliti, simpulkan dan kegiatan Kurikulum di Pondok Pesantren Baitul Arqom merupakan kegiatan yang harus dihadapi oleh santri .kelas 6 (Akhir) dengan metode Praktek belajar mengajar. Dan menjadikan Alumni yang bermanfaat bagi Masyarakat.

⁵² Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Seorang santri Melaksanakan Ujian Syafahi*

4) Kegiatan Pramuka

Dalam Kegiatan Pramuka di Pondok Pesantren Baitul bisa sebagai Promosi dengan skill dan ilmunya. Dan selalu mendapatkan Piala Tingkat nasional ataupun Internasional dan juga ada pasukan Khusus nya yaitu PASELBA Pasukan Elite Baitul Arqom dan jenis kegiatan yang dilombakan :

- a) Pionering Putra (Juara 3 dan Juara 1)
- b) Pionering Putri (Juara 2)
- c) SMS (Semaphore, Morse, Sandi-sandi) Putra (Juara 2)
- d) SMS (Semaphore, Morse, Sandi-sandi) Putri (Juara 1)
- e) PPGD Putra (Juara 3)
- f) PBB Tongkat Putra (Juara 3 dan Juara 2)
- g) Pentas Seni (Juara 3)
- h) Regu Tergiat Putra (Juara 3 dan Juara 2)
- i) Regu Tergiat Putri (Juara 3)

Ustadi Izzad fadh mengatakan selaku Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom,

“Keberhasilan tidak hanya melalui usaha saja tapi juga disandigkan dengan doa para peserta, pelatih, bahkan para guru. Semoga dengan diadakan kegiatan ini dapat lebih meningkatkan rasa semangat para santri-santriwati untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang baik bahkan mereka bisa mendapatkan pengalaman serta pengetahuan yang lebih luas lagi. Menjadi syiar untuk Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember sehingga lebih dikenal oleh kalangan masyarakat luas. Aamiin ya Rabbal Aalaamin.”⁵³

⁵³ Ust Izzad, Diwawancara oleh penulis 20 Oktober 2024



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.7

Dokumentasi Kegiatan Pramuka PASELBA



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.8

Dokumentasi Kegiatan Pramuka PASELBA⁵⁴

Hasil gambar tersebut kegiatan Pramuka Tingkat Penggalang dan Penegak (SMP dan SMA) Ust Adi Putra Sanjaya selaku Pembina Pramuka Paselba mengatakan dengan kegiatan ini dan para alumni bisa menyiarkan pondok yang lebih baik dan bisa membawa nama baik pondok pesantren Baitul arqom.

Dalam upaya mengasah kemampuan dan minat bakat santri, serta untuk meningkatkan kreativitas santri, pada tanggal 1 sampai dengan 3 Maret 2024, Pondok Pesantren Baitul Arqom

⁵⁴ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Kegiatan Pramuka PASELBA*

Jember mengirimkan PASELBA (Pasukan Elite Baitul Arqom) untuk mengikuti lomba kepramukaan se-Kabupaten Jember.

LOGIKA (Lomba Galang Inovatif dan Kreatif SMP/MTs) ini diselenggarakan di SMA negeri Tanggul 1, dan diikuti oleh seluruh SMP/MTs se-Kabupaten Jember. Dengan jumlah perwakilan dari Pondok Pesantren Baitul Arqom 4 regu, 2 regu putra (20 orang santri), 2 regu putri (20 orang santriwati), serta 4 pembina putra dan putri. Ust Adi Putra Sanjaya mengatakan dalam kegiatan LOGIKA,

“Alhamdulillah dengan izin Allah SWT, pada hari Ahad 03 Maret 2024 kemarin, perwakilan santri dan santriwati Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember atau yang biasa disebut PASELBA mendapatkan JUARA UMUM dalam LOGIKA ini. Selain itu, banyak penghargaan-penghargaan yang diperoleh, diantara penghargaan tersebut ialah: juara 1 dan 3 lomba SSC, juara 3 dan 2 lomba PBB kreasi, juara 1 dan 3 lomba yel-yel, juara 1 lomba PPGD, juara 1 dan 2 lomba pionering, dan masih banyak penghargaan-penghargaan lain. Tak lupa setelah diumumkan sebagai jawara, PASELBA melakukan sujud syukur atas prestasi yang telah tercapai”.⁵⁵

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Hasil wawancara dan dokumentasi tentunya, Penghargaan-penghargaan yang telah diperoleh tersebut tidak luput dari kerja keras serta kekompakan santri serta didikan dan doa para ustadz- ustadzah.

Harapannya, semoga dengan diadakannya LOGIKA ini menambah pengalaman serta pengetahuan santri, dan juga menjadi syiar

⁵⁵ Ust Adi Putra Sanjaya, diwawancara oleh penulis dalam Penanggung Jawab Pramuka, (Jember, 13 Oktober 2024)

untuk Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

5) Bahasa Arab dan Bahasa Inggris

Sebagai Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom mewajibkan untuk memaki 2 Bahasa tersebut dalam kesehariannya. Dan ada yang mengatur dari bagian Bahasa / Lughoh dan kegiatan ini agar santri bisa melekat / menghafal kosa kata diadakan Pemberian kosa kata dalam sehari 3 – 4 kali di waktu shubuh.

Dan tidak dipungkiri Alumni kita ada yang kuliah di Mesir, Kairo di bagian luar barat. Dikarenakan menguasai Bahasa arab dan inggri dan tidak hanya itu seorang santri juga mengimbangi dari segi belajar Nahwu dan Shorofnya.

Salman Alfarisi diwawancarai oleh penulis, berkat ini bisa mempromosikan Pondok Pesantren Baitul Arqom lebih luas. Dan juga bisa dijadikan contoh untuk adek adek selanjutnya sebagai penerus. Dan pondok pesantren akan berkerjasama untuk kedepanya dengan kampus Kairo, Maroko dll agar santri bisa diakui dan bisa untuk bersaing dengan orang lain.⁵⁶

Salah satu santriwati Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember telah terpilih menjadi delegasi perwakilan yang mendapatkan beasiswa Internasional melalui jaringan pondok. Inilah salah satu

⁵⁶ Salman Alfarisi, diwawancara oleh Penulis (Jember 15 Oktober 2024)

bentuk kesyukuran kami para guru-guru dan keluarga besar pondok atas kesuksesan santriwati kami.

Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember memang merekomendasikan dan mendorong santriatinya untuk bisa menjalankan program studi dengan baik setelah lulus dari pesantren ini dan alhamdulillah terpilih menjadi salah satunya. Proses ini berjalan dengan lancar karena pondok kita sudah menjadi bagian dari FPAG (Forum Pesantren Alumni Gontor).

Jalur beasiswa ini, didapatkan dari KH. Asep Sulaiman Subanda yang merupakan Pendiri Pondok Pesantren Al-Ihya Subang. Al-Ustadz KH. Izzat Fahd, M.Pd.I menyampaikan,

“Menerangkan bahwa beasiswa ini diraih dengan tanpa tes. Dengan jalur tanpa melalui tes apapun karena kami melihat prestasi yang didupakannya selama dia mondok ini adalah satu penilaian yang cukup luar biasa dan merupakan suatu bentuk kesyukuran sendiri,” tutur beliau.⁵⁷

Adapun beberapa tokoh hebat sehingga program bisa terlaksana dengan baik diantaranya yang paling utama ialah Bapak Pimpinan Pondok, Al-Ustadz KH. Izzat Fahd M.Pd.I yang juga mempunyai hubungan langsung dengan FPAG, KH. Anang Rikza Masyhadi Pimpinan Pondok Tazakka yang bertanggung jawab di FPAG, Ustadz dan Ustadzah keluarga pondok, donatur beasiswa yaitu KH. Asep Sulaiman Subanda Pimpinan Pondok Pesantren Al-Ihya Subang, Prof. Sangidu dari UGM sebagai tokoh yang mawadahi

⁵⁷ Ustdz Izzat Fahd , diwawancara oleh Penulis (Jember, 21 Oktober 2024)

berjalannya program ini, Ustadz Fardana Hirzul Haq sebagai penanggung jawab program, Ustadzah Agishna Rahmatika dan Ustadzah Haniatul Mabruroh sebagai pembimbing.

Santriwati tersebut bernama Dewi Intan Galih Subroto, alumni Pondok Pesantren Baitul Arqom Jember pada tahun 2023. Saat ini ia berada di Muassasah Alsun University dan dalam sepekan ini akan melaksanakan ujian setelah itu akan langsung melanjutkan ke Ain Shams University. Dengan begitu, selama 1 semester yaitu semester 4-5 di Muassasah Alsun dan selebihnya akan dilanjutkan di Ain Shams University yaitu semester 6-7 dan terakhir semester 8 yang akan dilaksanakan di UNIDA Gontor.



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.9

Foto Delegasi Santriwati Beasiswa Internasional⁵⁸

KH. Izzat Fahd mengatakan dalam pendelgasian Beasiswa internasional,

“Semoga program ini bisa menjadi motivasi penunjang bagi seluruh santri dan santriwati untuk berprestasi dan meningkatkan intelektualnya. Semangat belajar penuh keikhlasan dan ikhtiar yang menentukan siapa kita dimasa depan. Berani hidup tak takut mati, takut mati jangan hidup, takut hidup mati saja. Sekali hidup hiduplah yang bearti. Bondo bahu pikir lek perlu sak nyawane pisan”.⁵⁹

⁵⁸ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Delegasi Santriwati Beasiswa Internasional*

⁵⁹ Ust izzad, Diwawancara oleh Penulis 20 Oktober 2024

6) Prestasi

- a) Juara Lomba Perkemahan Pramuka Santri Nusantara di Jambi,
- b) Juara Lomba pidato Bahasa arab tingkat provinsi,
- c) Juara pidato Bahasa arab tingkat Kabupaten,
- d) Juara lomba melukis tingkat Kabupaten,
- e) Juara Kepramukaan LOKATEGAK tingkat Nasional,
- f) Juara pidato Bahasa Indonesia tingkat Jawa & Bali,
- g) Juara lomba memasak tingkat Kabupaten,
- h) Juara lomba pidato Bahasa Inggris tingkat Provinsi,
- i) Juara lomba silat se-Jawa dan Bali.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi serta dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Produk di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember yaitu berupa Program yang memiliki keunggulan diantaranya Tahfid, Murojaah santri, Pramuka, Muhadloroh/Pidato Khutbah, Berbicara menggunakan dua Bahasa Asing (Arab dan Inggris) dalam kesehariannya atau disebut istilah Bahasa adalah Mahkota Pondok.

b. Pemasaran *Price* Pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk jasa. Untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan, maka dibutuhkan adanya harga. Dalam hal ini, Pondok Pesantren Baitul Arqom menentukan kepada konsumen dengan melihat kondisi sosial

ekonomi masyarakat dan kebutuhan guru. Sesuai dengan apa yang disampaikan bahwa :

“ Jadi untuk kebijakan dalam pembayaran dan penentuan nominal sangat cukup terjangkau dan sudah mendapatkan semua fasilitas yang dibuthkan oleh santri, berupa Lemari, Buku/Kitab Madrasah, Seragam santri, dan pondok pesantren juga menyediakan tempat pembayaran lewat aplikasi yang mana wali santri ada diluar pulau jawa, jadi, tidak perlu lagi mengujungi dengan jarak jauh.”⁶⁰

Harga merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Tujuan biaya di pondok pesantren ini untuk mencapai keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk produksi dalam institusi tersebut dengan konsumen yang membeli produk.

Seperti dalam penemuan peneliti di pondok pesantren tentang harga yang ditawarkan mencakup relative murah dibandingkan dengan pondok pesantren yang disekitarnya. Harga yang harus dibayar oleh santri dalam memperoleh jasa pendidikan selama satu bulan di Pondok Pesantren Baitul Arqom.

Tabel 4.1
Biaya Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom⁶¹

No	KUBUTUHAN	TEBILANG
1	Biaya Formulir	Rp. 100.000
2	Biaya Pendaftaran	Rp. 1.430.000,-
3	Biaya Kitab Penunjang	Rp. 295.000,-
4	Biaya Perlengkapan	Rp. 1675.000,-
	Total	Rp. 3.500.000,-

⁶⁰ Ust Izzad Fadh, Diwawancara oleh penulis Jember 10 Oktober 2024

⁶¹ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Biaya Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom*

Dan Riciannya sebagai berikut untuk Biaya Pendaftaran :

No	NAMA BIAYA PENDAFTARAAN	BIAYA
1	Uang Pangkal	Rp. 150.000
2	Uang Pemeliharaan Gedung	Rp. 200.000,-
3	Infaq Pendidikan dan Pengajaran	Rp. 620.000,-
4	Uang Makan 1 Bulan	Rp. 350.000,-
5	Uang Map Raport	Rp. 30.000
6	Uang Kalender	Rp.30.000
7	Infaq Qurban	Rp.50.000
	Total	Rp. 1.430.000'-

(Sumber Website Pondok)

Tabel 4.2

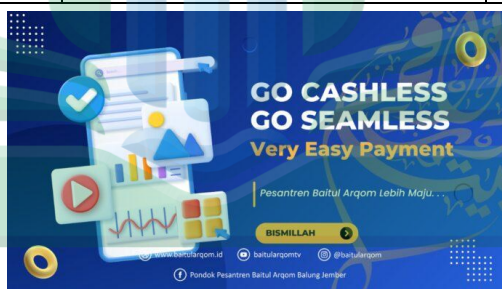
Rincian Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom⁶²

Rician Biaya Kitab Penunjang Santri -Santriwati :

No	NAMA BIAYA KITAB PENUNJANG	BIAYA
1	Bahasa Arab (Durusul Lughoh 1)	Rp. 32.000
2	Bahasa Arab (Durusul Lughoh 1I)	Rp. 32.000
3	Pelajaran Fiqh 1	Rp. 32.000
4	Pelajaran Fiqh II	Rp. 21.000
5	Pelajaran Tajwid	Rp. 15.000
6	Pelajaran Tajwid II	Rp. 15.000
7	Ushuluddin	Rp. 20.000
8	Mutholaah Arobiyah	Rp.27.000
9	English Lesson	Rp.30.000
10	Tarikh Islam	Rp. 35.000
11	Buku Praktikum Biologi	Rp. 7.000
12	Kamus Mahmud Yunus (Arab – Indonesia)	Rp. 40.000
	Total	Rp. 295.000-

⁶² Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Rincian Pendaftaran Pondok Pesantren Baitul Arqom*

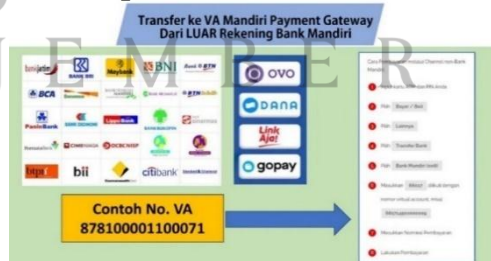
No	BIAYA PERLENGKAPAN	BIAYA
1	Sewa Alamari 1 Tahun	Rp. 175.000
2	Kasur	Rp. 300.000
3	Seragam Se- Tingkat MTs/MA (3 Pasang)	Rp. 630.000
4	Seragam Olah Raga	Rp. 120.000
5	Seragam Perpulangan	Rp.95.000
6	Bed Seragam	Rp. 30.000
7	Uang Kegiatan OSBA/KOOR 1 Tahun	Rp. 80.000
8	Tas Sandal	Rp. 30.000
9	Dasi Hitam	Rp. 30.000
10	2 Buah Papan Nama	Rp. 30.000
11	Buku Muhadhoroh	Rp. 17.000
12	Buku Kosa Kata Bahasa	Rp. 17.000
13	Buku Conversation	Rp. 17.000
14	Buku Pramuka	Rp. 17.000
15	Buku Kegiatan Ceramah	Rp. 17.000
16	Perlengkapan Pramuka	Rp. 70.000
	JUMLAH	Rp. 1.675. 000



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.10

Aplikasi Go Cashless Go Seamless⁶³



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.11

Cara Transfer VA dari luar Bank Mandiri⁶⁴

⁶³ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Aplikasi Go Cashless Go Seamless*

Gambar tersebut menunjukkan tutorial pembayaran SPP, uang makan dll. Sudah bisa digunakan dengan aplikasi **Go Cashless Go Seamless** dan dapat di unduh playstore. Dan semoga pondok pesantren lebih canggih lagi dan bisa bersaing dengan pondok lainya.

Pondok Pesantren Sudah mengikuti zaman di era digital, dan untuk mempermudah walisantri untuk memabayar SPP dengan Transfer maka dari itu pondok pesantren menyediakan sebuah aplikasi yang bisa dipakai oleh wali santri dan tdak perlu lagi untuk ke pondok yang jarak rumahnya jauh (Luar Jember)

Harga yang ditawarkan pondok pesantren sangat terjangkau untuk semua kalangan dengan mendapatkan fasilitas dan sarana prasarana pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Hasil Observasi yang dilakukan oleh peneliti, dalam pengambilan Keputusan dalam pembayaran SPP cukup relevan

dikarenakan santri sudah mendapatkan semua fasilitas yang santri butuhkan.⁶⁵

Dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi, dapat diperoleh kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran Price di Pondok Pessantren Baitul Arqom berupa penentuan jumlah SPP yang cukup relevan karena setiap bisa mendapatkan fasilitas dengan pembiayaan tersebut .⁶⁶

⁶⁴ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Cara Transfer VA dari luar Bank Mandiri*

⁶⁵ Ust Ali, Observasi Oleh Penulis Jember 13 Oktober 2024

⁶⁶ Ust Ali, wawancara Oleh Penulis Jember 16 Oktober 2024

c. Pemasaran *Place* Pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Dalam konteks jasa pendidikan, *place* berarti lokasi Lembaga berada. Lokasi Pondok Pesantren Baitul Arqom sedikit lebih banyak menjadi referensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik sendiri. Terbukti dari banyaknya wali murid yang menyekolahkan anaknya ke Pondok Pesantren Baitul Arqom, mengingat lokasi sekolah yang strategis dan mudah dijangkau.

seperti yang diungkapkan oleh Ust Nur Ahmad Yusuf :

“Pondok Pesantren Baitul Arqom memiliki letak yang strategis yaitu di lokasi urban tidak jauh dari pusat kota yang mana hal tersebut bisa menjadi salah satu opsi orangtua untuk menyekolahkan anaknya disini.”⁶⁷

Hal yang sama juga disampaikan oleh ust Izzad fadh selaku Pimpinan Pondok :

“Tempat yang disediakan pondok pesantren cukup luas dan bikin nyaman untuk belajar maupun istirahat. Tempat pondok pesantren pun mudah dijangkau walaupun berada di tengah perdesaan. Tempat antara kamar santri dan tempat belajar atau berkumpulnya santri dibagi sesuai dengan fungsinya. Dalam temuannya seperti teori para pemimpin sepakat bahwa lokasi pondok pesantren yang mudah dijangkau akan lebih dipilih lebih awal karena mudahnya dijangkau, karena lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri.”⁶⁸

Sedangkan tempat dipondok pesantren termasuk sudah memadai. Untuk tempat banyak Maskan Atau Asrama santri lama dan

⁶⁷ Ust Nur Ahmad, diwawancara oleh Penulis, 10 Oktober 2024

⁶⁸ Ust Izzad fadh, diwawancara oleh Penulis, 13 Oktober 2024

Baru yang dibedakan untuk memudahkan dalam pengontrolan dan mudah lebih kerasan jika dengan satu Angkatan.

Lokasi yang dimiliki Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember memang tidak berada persis dipinggir jalan raya akan tetapi siasat dari pada saya dan guru-guru yaitu dengan mengatur penjemputan dan pengantaran dengan cara satu arah lewat jl udang windu dan diakhiri di jalan lumba-lumba, hal tersebut efektif untuk mengurangi penumpukan kendaraan di depan sekolah



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.12

Foto Pondok Pesantren Baitul Arqom dari Luar⁶⁹

Dari hasil wawancara dengan Pengurus Pondok Pesantren Baitul Arqom mengatakan bahwa tempat tinggal untuk para santri termasuk memadai dan mendapatkan fasilitas seperti Kasur, Almari. Hasil Penelitian tersebut dibuktikan oleh observasi tetapi tidak dapat dengan langsung kamar santri karena sedang PPKM dan pondok pesantren sangat menjaga dengan ketat tamu yang datang.

⁶⁹ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Pondok Pesantren Baitul Arqom dari Luar*

d. Pemasaran *Promotion* Pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

Promosi yang dilakukan pondok pesantren menggunakan dua metode yaitu melalui media sosial dan konvensional. Hal tersebut sudah peneliti observasi dari sebelum menyusun skripsi. Karena sudah banyak terkenal dikalangan anak muda zaman sekarang. Apalagi pondok pesantren memiliki jaringan sosial media sehingga orang awampun dapat melihat profil dan kegiatan – kegiatan lainnya.

1.) Promosi Konvensional

Dalam wawancara dengan Pengasuh Pondok Putra mengatakan,

“Ada beberapa pendekatan yang dilakukan sekolah dalam promosi ini yang pertama biasanya sebulan sebelum pendaftaran dibuka, kita akan menginformasikan dalam perkumpulan dengan wali santri, Jadi disitu kita mempromosikan agenda kepada pihak luar, yang kedua, kita membagikan brosur kepada Santri /Wati dan alumni, siapa tau ada keluarganya atau tetangganya yang sedang mencari sekolah untuk mendaftarkan dirinya”⁷⁰

Banyak cara yang dilakukan pondok pesantren dalam melakukan promosi, ya lebih banyak melalui media sosial sih. Karena lebih cepat menyebar aja informasinya. Selain itu juga pondok pesantren memberikan kalender dan brosur kepada santri ketika perpulangan liburan agar bisa diberikan ke tetangga atau kerabat yang sedang mencari sekolah jenjang berikutnya

Adapun caranya sebagai berikut :

⁷⁰ Nur Ahmad Yusuf, diwawancara oleh penulis, 5 November 2024

1) Brosur

Brosur pondok pesantren yang mencantumkan beberapa kegiatan santri, kegiatan harian hingga kegiatan tahunan. Bukan hanya itu saja namun pondok pesantren juga mencantumkan syarat pendaftaran, waktu dan alur pendaftaran serta mencantumkan biaya bagi santri baru. Dan tentu dalam brosur tersebut mencantumkan media sosial dan alamat untuk memudahkan pembaca mencari tahu lebih lanjut mengenai pondok pesantren tersebut.



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.13

Brosur Pendaftaran Gelombang I&II⁷¹

Selain itu Adi Putra Sanjaya juga Mengatakan,

“Brosur biasanya dibagikan kepada santri ketika hendak pulang liburan, untuk dibagikan ke masyarakat sekitar rumahnya. Bukan hanya santri saja namun ke wali santri atau alumni yang berkunjung ke pondok pesantren. Tujuannya bukan lain untuk mempromosikan pondok pesantren agar tersebar luas ke penjuru kota”⁷²

⁷¹ Pondok Pesantren Baitul Arqom, Brosur Pendaftaran Gelombang I&II

⁷² Adi Putra Sanjaya, diwawancara oleh penulis, 5 November 2024



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.14

Pendaftaran Gelombang III

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi secara konvensional di pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember Melibatkan Santri/wati, Alumni, dan Wali santri dalam mempromosikan dengan lidah kelidiah. Yang sudah sesuai dengan Brosur pendaftaran gelombang I sampai III.

2) Web

Adanya web Pondok Pesantren Baitul Arqom yaitu untuk memudahkan para calon snatri mengetahui sejarah, alamat, dan ulasan dari masyarakat. Sehingga bagi calon santri yang tidak

sempat datang langsung untuk survey bisa melakukan melalui web tersebut. Hal ini memudahkan bagi calon santri karena meski pondok pesantren belajarnya masih menggunakan metode tradisional namun dalam hal pemasaran pondok pesantren selalu mengikuti era yang berkembang.

Ust Ali Mengatakan terkait web pondok pesantren,

“Web tersebut juga bisa digunakan untuk mendaftar santri baru secara online, bukan hanya mendaftar pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember saja melainkan dalam web tersebut juga mencantumkan sekolah yang berada dalam lingkungan pondok pesantren dan segala kegiatan bisa diakses dalam web pondok tersebut. Sehingga sangat memudahkan dan menjadikan waktu yang lebih efisien karena bisa melakukannya dimana saja dan kapan saja.”⁷³



Sumber : Dukomentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom
Gambar 4.15
Web Pondok Pesantren Baitul Arqom⁷⁴

Adapun web yang dimiliki Pondok Pesantren Baitul Arqom yaitu <https://www.baitularqom.id> web tersebut bisa diakses oleh semua orang yang mengunjunginya.

⁷³ Ust Ali, diwawancara oleh Penulis, 10 November 2024

⁷⁴ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Web Pondok Pesantren Baitul Arqom*

3) Media sosial

Media sisoal yang dimiliki oleh pondok pesantren yaitu instagram, Youtube, Facebook, Twiter



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.16

Media Web Pondok Pesantren Baitul Arqom⁷⁵



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.17

Media social Instagram dan Facebook⁷⁶

Akun diatas diisi foto kegiatan dan informasi yang sengaja disebar oleh pondok pesantren. Dan **facebook** dengan nama **Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember** Dan Instagram dengan nama **baitularqom**. Ust Ali mengatakan terkait media pondok,

“Media Instagram dan Media Facebook guna dalam menyiarkan kegiatan pondok pesantren Baitul Arqom dan

⁷⁵ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Media Web Pondok Pesantren Baitul Arqom*

⁷⁶ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Media social Instagram dan Facebook*

segala kegiatan bisa di upload di media tersebut diantaranya, Instagram, facebook dan youtube. sebagai daya Tarik ke calon Santri baru dan Masyarakat sekitar”⁷⁷

Hasil wawancara dan dokumentasi web/ media pondok Pesantren Baitul Arqom sangatlah penting untuk lembaga sendiri dan orang luar dalam merekrut santri baru. Dan sudah mengikuti zaman di era digital agar bisa diakses oleh siapapun.



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.18

Media Youtube Pondok Pesantren Baitul Arqom⁷⁸

Gambar diatas menunjukkan bahwa pondok pesantren juga

memiliki akun youtube yang diisi beberapa kegiatan dan siaran langsung untuk beberapa kegiatan besar. link tersebut bisa diakses oleh semua orang melalui smartphone masing - masing. Alasan dan tujuan pondok pesantren mempunyai media sosial selain mengikuti zaman juga mempermudah menyebarkan kegiatan – kegiatan yang dilakukan selama di pondok pesantren.

⁷⁷ Ust Ali, diwawancara oleh Penulis 7 November 2024

⁷⁸ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Media Youtube Pondok Pesantren Baitul Arqom*

Memang tidak semua kegiatan dapat dipublish dimedia sosial, namun seperti hari – hari tertentu yang memang pondok pesantren melakukan kegiatan atau acara tersendiri. Bukan hanya kegiatan saja namun pondok pesantren juga melakukan banyak cara agar media sosial terisi dan dapat dilihat banyak orang sehingga mampu menarik perhatian.⁷⁹

e. Elemen Pondok Pesantren Baitul Arqom

Mengenai 5 elemen yang biasa dalam pondok pesantren tradisional, sebagai berikut :

1) Kiai.

Kriteria pengajar di Pondok Pesantren Baitul Arqom adalah mengedepankan alumni-alumni dari Pondok Baitul Arqom atau alumni dari Pondok Modern Gontor Ponorogo. Bukan berarti bahwa Pondok Baitul Arqom tidak menerima tenaga pengajar dari lembaga lain. Namun hal ini bertujuan untuk memanfaatkan kekayaan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pondok sendiri.

Beberapa tenaga pengajar merupakan guru pengabdian yang baru lulus di pondok tahun yang lalu, jadi menjadi sebuah syarat dapat mengambil ijazah pondok setelah mengabdikan selama satu tahun.

Beberapa tenaga pengajar masih menjadi mahasiswa yaitu 7 tenaga pengajar masih proses menempuh S1, dua mahasiswa S2 dan satu mahasiswa S3. Dan beberapa tenaga pengajar merupakan lulusan

⁷⁹ Observasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

universitas dalam dan luar negeri baik itu dari Timur Tengah dan Eropa. Setidaknya terdapat 1 orang pengajar lulusan Al- Azhar Kairo, 1 orang 84 pengajar lulusan International Islamic University Of Islamabad Pakistan dan 1 orang pengajar lulusan Eropa yaitu The University of York, United Kingdom

Tabel 4.3
Data Guru Pondok Pesantren Baitul Arqom⁸⁰

No	Nama	Tempat, Tanggal Lahir	L/P	Pendidikan Terakhir
1.	K.H. Izzat Fahd, M.Pd.I	Jember, 13 Oktober 1982	L	S2 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN Khas Jember)
2.	K.H. Ismat Syauqi, S.H.I. M.E.I.	Jember, 18 Oktober 1984	L	S2 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UIN Surabaya)
3.	K.H. Mohammad Imaduddin, M.H.I.	Jember, 04 Januari 1990	L	S2 Universitas Muhammadiyah (UNMU Malang)
4.	H. Syamsul Hadi, S.Ag	Jember, 11 Desember 1962	L	S1 Institut Studi Islam Darussalam
5.	Drs. Mukhlis Wahidi	Jember, 25 Desember 1969	L	S1 Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah AlAmien Perenduan (STIDA AlAmien)
6.	Farihin, S.E	Lamongan, 25 Agustus 1980	L	S1 Universitas Muhammadiyah Jember (UNMU Jember)
7.	Mukhson Syafi'i, S.H.I	Jember, 2 Nopember 1977	L	S1 Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin (IAIRM Wali Songo Ngabar)
8.	Nanang Saepudin, S.Pd. M.Pd.	Cianjur, 28 Juli 1973	L	S2 Universitas Sunan Giri (UNSUURI Surabaya)
9.	H. Taufik Qurrohman, Lc	Jember, 1 September 1977	L	S1 Al Azhar Kairo
10	Ir. Hidayat Ariyadi	Jember, 28 Februari 1962	L	S1 Universitas Muhammadiyah (UNMU Jember)
11.	Khairul Anam, S.Pd.	Jember, 19 September 1972	L	S1 Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP PGRI Jember)
12.	Amiruddin, S.Th.I, M.Pd.I.	Jember, 10 Juni 1969	L	S1 Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP PGRI Jember)
13.	H. Badrul Edi, S.Pd	Jember, 26 September 1976	L	S1 Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP PGRI Jember)
14.	Burhanudin, SE.	Jember, 04 Februari	L	S1 Universitas Muhammadiyah

⁸⁰ Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Data Guru Pondok Pesantren Baitul Arqom*

		1974		(UNMU Jember)
15.	Nashrulloh Hadi, S.H.	Gresik, 13 Maret 1987	L	S1 Universitas Muhammadiyah
16	Ir. Fajar Hariyadi	Jember, 16 Desember 1964	L	S1 Universitas Muhammadiyah (UNMU Jember)
17	Kholil Makky, S.Pd	Jember, 13 Juni 1973	L	S1 Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP PGRI Jember)
18	Arius Salim, S	Jember, 14 Maret 1973	L	S1 Universitas Muhammadiyah (UNMU Jember)
19	Mudzakkir, S.E	. Jember, 6 April 1963	L	S1 Universitas Jember (UNEJ)
20	Khoirul Anwar, S.Pd.I.	Jember, 4 Juli 1989	L	S1 Universitas Muhammadiyah (UNMU Jember)
21	Alfandi Ahmad	Jember, 15 Januari 1999	L	SI INAFAS Kencong

Sumber : Diolah oleh Penulis dari hasil wawancara dengan beberapa informan dan dari buku dokumentasi

Kriteria pengajar di Pondok Pesantren Baitul Arqom adalah mengedepankan alumni-alumni dari Pondok Baitul Arqom atau alumni dari Pondok Modern Gontor Ponorogo. Bukan berarti bahwa Pondok Baitul Arqom tidak menerima tenaga pengajar dari lembaga lain. Namun hal ini bertujuan untuk memanfaatkan kekayaan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pondok sendiri.

Beberapa tenaga pengajar merupakan guru pengabdian yang baru lulus di pondok tahun yang lalu, jadi menjadi sebuah syarat dapat mengambil ijazah pondok setelah mengabdikan selama satu tahun.

Dan beberapa tenaga pengajar merupakan lulusan universitas dalam dan luar negeri baik itu dari Timur Tengah dan Eropa. Setidaknya terdapat 1 orang pengajar lulusan Al- Azhar Kairo, 1 orang 84 pengajar lulusan International Islamic University

Of Islamabad Pakistan dan 1 orang pengajar lulusan Eropa yaitu The University of York, United Kingdom.⁸¹

2) Santri

Data Santri dan Lembaga di Bawah Naungan Pondok Pesantren Baitul Arqom Lembaga dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Baitul Arqom terdapat 6 lembaga pendidikan yaitu: Madrasah Tsanawiah (Mts), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasatul Mualimin Al-Islamiyah (MMI) dan Madrasatul Mualimat Al-Islamiyah (MMAI).

Tabel 4.4
Data Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom

LEMBAGA	JUMLAH SANTRI
SMP	39
MTS	168
SMA	263
MA	24
MMAI	489
MMI	348
TOTAL	1.331

Santri yang ada di Pondok Pesantren Baitul Arqom ada yang menetap dan ada yang tinggal di rumah. Yang diwajibkan untuk menetap di pondok adalah MMI dan MMAI sedangkan untuk SMP, Mts, MA dan SMA tinggal di rumah masing-masing. Santri yang menetap di pondok 60 % berasal dari Jawa Timur dan sisanya

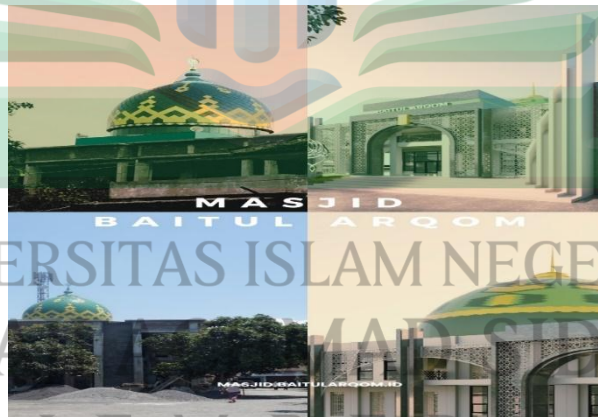
⁸¹ Nur Ahmad Yusuf, Wawancara , Jember 20 September 2024

berasal dari berbagai daerah yaitu, Lombok, Ambon, Papua, Kalimantan, Sumatra dan Bali.

3) Masjid

Masjid merupakan tempat ibadah bagi saantri dalam melakukan sholat dengan jaamah dan tidak dipungkiri juga tempat belajar Ketika dimalam hari. Selain itu pondok pesantren melibat sebuah Organisasi yang mengurus dalam Ketertiban,

Kebersihan Masjid yang dimanakan dengan Ta'mir yang masih mengampu ilmu kelas 2 SMA. Dan perkemangan Allhamdulillah begitu Pesat dari tahun ketahun Masjid yang ada dipondok kit ini.



Sumber : Dokumentasi Pondok Pesantren Baitul Arqom

Gambar 4.19
Masjid Pondok Pesanten Baitul Arqom⁸²

Keberhasilan sebuah lembaga pendidikan tentunya tidak terlepas dari strategi pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan

⁸² Pondok Pesantren Baitul Arqom, *Masjid Pondok Pesanten Baitul Arqom*

dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dengan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dengan kata lain, Pemasaran adalah suatu kegiatan analisis, perencanaan, penalaran produk atau jasa, dan pengendalian program-program yang diformulasikan dengan hati-hati untuk menghasilkan pertukaran nilai-nilai secara sukarela dengan target pasar yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan dari implikasi strategi pemasaran produk pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember dapat dilihat dari konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh lembaga pendidikan tentunya orang tua kembali memasukkan anaknya di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember, ada juga bentuk komitmen dari masyarakat atau warga sekitar terhadap Pondok Pesantren Baitul Arqom setiap mengadakan kegiatan selalu mendapat dukungan penuh serta partisipasi dari masyarakat dan warga sekitar.

Tabel 4.5

Hasil Temuan

NO	FOKUS PENELITIAN	HASIL TEMUAN
1.	Bagaimana Pemasaran <i>Product</i> di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	Berdasarkan Pemaparan beberapa Indikator tentang bagaimana Pemasaran Produk di Pondok Pesantren Baitul Arqom yang sesuai fakta dengan hasil Wawancara, Observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa : Produk Kegiatan Ektralikulier Pramuka, Pidato/Muhadloroh, alumni lulusan di mesir

2.	Bagaimana Pemasaran <i>Price</i> di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	Harga yang cukup relevan dari pondok pesantren lainya. Dan mendapatkan Fasilitas yang layak seperti Lemari, Buku, dan tempat tidur.
3.	Bagaimana Pemasaran <i>Place</i> di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	Tempat merupakan yang penting bagi dalam pemasaran dan letaknya cukup mudah dijangkau bagi masyarakat sekitar.
4.	Bagaimana Pemasaran <i>Promotion</i> di Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	Promosi di pondok melibatkan Walisantri dan Alumni santri dalam promosi dengan berbagai media misalnya Facebook, Instagram, Youtube, Saluran Whatsapp

B. Pembahasan Temuan

Setelah memperoleh data melalui Proses Wawancara, Observasi dan Dokumentasi, data dapat disajikan dan dianalisis melalui pembahasan temuan yaitu tanggapan terhadap pokok pemikiran dan metode penelitian yang dibahas sebelumnya. Hal ini didiskusikan dengan temuan temuan penelitian selama dilapangan yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian berlangsung pembahasan ini meliputi :

1. Strategi Pemasaran *Product* Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Berdasarkan Pemaparan beberapa Indikator diatas tentang Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember dari hasil wawancara, Observasi dan Dokumentasi dapat disimpulkan dalam menggunakan segala aspek yang dilakukan dalam pemasran diantaranya sebagai berikut :

Pertama Produk dalam Kegiatan yang bisa dibaca Oleh masyarakat dan minat dalam calon santri ataupun santri (Program Tahfidz, Program Ekstralidikuler Pramuka, Muhadlhoroh/ Pidato, Kegiatan Berbicara 2 Bahasa Arab dan Inggris.)

Menurut Kloter dan Amstrong, Produk adalah merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada santri agar menarik perhatian, akusisi, penggunaan atau komsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Selanjutnya produk dalam arti luas meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas entitas ini.⁸³

Produk dalam layanan jasa pendidikan itu dapat berupa; kurikulum, kegiatan-kegiatan, prestasi, dan karya. Pondok Pesantren Baitul Arqom menjadikan semua produk tersebut sebagai optimalisasi publikasi. produk yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai sarana publikasi atau pemasaran adalah lebih kepada Quality Assurance yang terejawantahkan dari Visi pondok pesantren itu sendiri yaitu; Qur'ani, Berprestasi, Terampil Berbahasa dan Berkahlak Mulia. Pondok pesantren itu adalah lembaga nonprofit, maka produk yang kita tawarkan adalah berupa layanan yang kemudian melahirkan sebuah output profil alumni yang Qur'ani, Berprestasi, Terampil Berbahasa dan Berkahlak Mulia sesuai dengan Visi Pondok.

⁸³ “Maria Nurhayaty, Strategi Marketing (Product,Price, Place,Promotion,Eople,Proses,Physical,Evidence) 7P Di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis, Jurnal Media Teknologi Vol. 08 No. 02 Maret 2022. Hal 9

2. Strategi Pemasaran *Price* Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Kedua Harga peneliti menemukan harga hasil wawancara cukup relevan dari kalangan pondok lainya. sebagaimana peneliti tulis diatas. Dan Pondok Pesantren menyediakan pembayaran dengan menggunakan aplikasi yang sudah disediakan oleh lembaga pesantren.

Menurut Nana, Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat ukur untuk memperoleh produk dan jasa. Harga dapat juga diartikan penentuan nilai produk di benak konsumen.⁸⁴

Menurut Kloter dan Amstrong, ada 2 Faktor umum yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu :

- a. Faktor Internal Perusahaan meliputi : Tujuan Pemasaran, Perusahaan, Strategi Bauran Pemasaran, Biaya Produksi.
- b. Faktor Eksternal Perusahaan Meliputi : Sifat Pasar dan Permintaan, Adanya Persaingan, Kebijakanaksanaan dan Peraturan Pemerintah.

3. Strategi Pemasaran *Place* Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Ketiga Tempat Peneliti menemukan hasil dari wawancara Tempat Pondok Pesantren Baitul Arqom cukup luas dan nyaman dan cocok untuk dijadikan tempat menimba ilmu dan beribadah. Tak hanya itu juga sanatri mendapatkan Fasilitas yang layak seperti Lemari, Kasur dan ruang Tempat

⁸⁴ “Maria Nurhayaty, Strategi Marketing (Product,Price, Place,Promotion,Eople,Proses,Physical,Evidence) 7P Di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis, Jurnal Media Teknologi Vol. 08 No. 02 Maret 2022. Hal 9

Tidur serta penjemuran baju yang di sediakan oleh Lembaga Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember.

4. Strategi Pemasaran *Promotion* Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Ke empat Promosi Peneliti Menemukan hasil dari wawancara serta dokumentasi yang berupa dengan cara pondok Pesantren Baitul Arqom mempromosikan Lembaganya dengan banyak cara dan peneliti tulih ialah menggunakan media digital (web, facebook, Instagram, Youtube dan Pembayaran uang SPP berupa Online) dan dengan cara ini calon santri atau masyarakt lebih mudah mengenal pondok pesnatren dnegan keterbukaan website.

Jadi dapat disimpulkan dari strategi pemasaran pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember tidak lepas menggunakan 4 Bauran yang diatas agar daya tarik calon santri ataupun masyrakat bisa memilih dengan adanya Produk dari segi kegiatan yang telah pondok laksanakan (Tahfidz, Pramuka, Bahasa Arab dan Inggris)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta analisis data sebagaimana yang telah peneliti paparkan, dapat ditarik kesimpulannya bahwa : *Pertama* Strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember meliputi bauran pemasaran 4p, yaitu produk, harga, tempat/lokasi, dan promosi. Dalam temuannya peneliti menyimpulkan sesuai bauran pemasaran yaitu :

1. *Product*, melalui produk yang ditawarkan oleh Pondok Pesantren Baitul Arqom yaitu melakukan kegiatan Tahfidz, Khitobah, Pramuka, b dan Madrasah diniyah yang merupakan keunggulan dari pondok pesantren tersebut. Dan kegiatan ini merupakan memikat daya minatnya santri dan bisa menjadi generasi yang baik.
2. *Price* yang ditawarkan relative murah dan tidak membedakan setiap santrinya. Dan santri mendapatkan haknya seperti dalam pondok. Dan setiap santri mendapatkan fasilitas yang telah di sediakan oleh pondok pesantren Baitul Arqom berupa sewa lemari, atribut sekolah, kitab dalam pembelajaran dll.
3. *Place* pondok pesantren mudah ditemukan walaupun Lokasi di tengah pedesaan, namun masih dekat dengan jalan raya jadi mudah dijangkau oleh Masyarakat dan tempat yang disediakan oleh pondok pesantren

sudah termasuk lengkap mulai dari kamar untuk istirahat dan tempat untuk pembelajaran dan Gedung Auditorium, Albana.

4. *Promotion* yang dilakukan pondok pesantren Baitul Arqom menggunakan 2 metode yaitu konvensional dengan membagikan brosur, dan metode digital dengan cara media sosial yang menyebarkan informasi mengenai pondok pesantren dengan web Pondok, Instagram maupun media lainnya yang penulis teliti sebelumnya, selain itu juga dibantu oleh walisantri dan alumni yang ikut serta menyebarluaskan Brosur pendaftaran.

B. Saran – Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi suksesnya kegiatan pemasaran di pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember agar berjalan dengan lebih lancar dan memperoleh hasil yang maksimal, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam strategi pemasaran sebaiknya pondok pesantren Baitul Arqom melakukan lebih banyak cara lagi yang diupayakan. Sehingga tidak tertinggal oleh lembaga pendidikan yang lain. Dan selalu melakukan inovasi dalam pemasaran sesuai dengan perkembangan zaman. Yang meliputi 4 bauran pemasaran (*Produk, Price, Place dan Promotion*)
2. Membuat target objek khusus dalam implementasi digital marketing. Misal target objeknya adalah calon wali santri atau langsung calon santrinya. Sehingga dengan adanya target objek dalam implementasi digital marketing akan menentukan kebijakan konten-konten yang akan dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Khoirul. "Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan." *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2013): undefined-undefined. <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170>.
- B. Marjani, Alwi. "Pondok Pesantren: Ciri Khas, Perkembangan, Dan Sistem Pendidikannya | Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan." Accessed December 4, 2024. https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/lentera_pendidikan/article/view/509.
- Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi pesantren: studi tentang pandangan hidup kyai*. Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, 1980.
- "Esei-Esei Intelektual Muslim Dan Pendidikan Islam by Azyumardi Azra | Open Library." Accessed December 4, 2024. https://openlibrary.org/books/OL151908M/Esei-esei_intelektual_Muslim_dan_pendidikan_Islam.
- Hasanah, Dian Uswatun, Ahmad Alfi, and Imam Mujahid. "Implementasi Strategi Pemasaran lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta." *Improvement: Jurnal Ilmiah untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (December 30, 2021): 72–81. <https://doi.org/10.21009/improvement.v8i2.21615>.
- Khikmatul Khasanah, Nur. "Strategi Pemasaran produk Tahfidz Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal)." Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.
- Kusumaningrum, Desi. "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Benang Raja Semarang)." Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2020.
- Lukitaningsih, Ambar. "Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya." *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship* 3, no. 1 (December 31, 2013). <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.85>.
- "Maria Nurhayaty, Strategi Marketing (*Product, Price, Place, Promotion, Eople, Proses, Physical, Evidence*) 7P Di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis, Jurnal Media Teknologi Vol. 08 No. 02 Maret 2022. Hal 9
- Meizullianti, Dian. "Startegi Pemasaran produk Usaha Ekonomi Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Fadhlul Fadhlan Semarang)." Skripsi, Program

Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2022.

Narsa, I. Made. "What Is Startegy?" *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 6, no. 1 (2008). <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i1.1788>.

Nisa, Khoerun. "Skripsi "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah." UIN Raden Intan Lampung, n.d.

Nopriawan Mahriadi "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya kab Ogan Ilir Sumatera Selatan." Skripsi, Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19601/>.

NU Online. "Khutbah Jumat: Kemuliaan Menjadi Seorang Guru." Accessed December 5, 2024. <https://islam.nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-kemuliaan-menjadi-seorang-guru-JCZiW>.

Nurhayaty, Maria. "Startegi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotio, Eople, Process, Physical Evidence) 7P DI PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis" *Jurnak Media Teknologi* 07 (March 2, 2022): 9.

Nurmalasari, Neneng, and Imas Masitoh. "Manajemen Statetik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial." *Journal of Management Review* 4, no. 3 (November 26, 2020): 543–48. <https://doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>.

"Pencarian - KBBI VI Daring." Accessed December 4, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

Perwiranegara, Alamsyah Ratu. *Pembinaan pendidikan agama*. Departemen Agama R.I., 1982.

"Qur'an Kemenag." Accessed December 3, 2024. <https://quran.kemenag.go.id/>.

Raya, Moch Khafidz Fuad. "Marketing Jasa Di Intitusi Pendidikan (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan)," 2016. <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-Jasa-Di-Intitusi-Pendidikan-%28Analisis-Raya/df6a50ff23900c282769bc273cb1c440e9e9a0e4>.

Rusdi, Moh. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (December 6, 2019): 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.

Sumarsid, Sumarsid, and Atik Budi Paryanti. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)." *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12, no. 1 (2022).

<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiah-progress/article/view/867>.

Syafe'i, Imam. "Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter." *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (May 16, 2017): 61. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v8i1.2097>.

Taqiyah, Fuziya Baratu. "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Kemajren Banyumas Di Era Digital." Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 1**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Fikri Yanto
NIM : 202101030032
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Lembaga : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM BALUNG JEMBER “ Ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Jember, 16 Oktober 2024
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Saya Menyatakan



Ahmad Fikri Yanto
202101030032

Lampiran 2

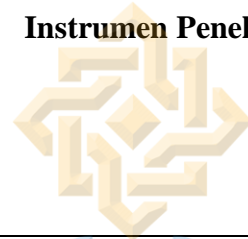
Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Fokus Masalah Penelitian	Metodologi Pendidikan
STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM BALUNG JEMBER	Strategi Pemasaran	Bauran Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Strategi Pemasaran Pondok Pesantren 	A. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?	Pendekatan Penelitian : Kualitatif Jenis Penelitian : Diskriptif Lokasi Penelitian : Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember Teks Pengumpulan Datan: Observasi partisipasi pasif wawancara semi terstruktur dokumentasi Analisis Data : Pengumpulan Data Kondensasi Data Penyajian Data Penarikan Kesimpulan Keabsahan Data : Triangulasi Sumber Triangulasi Teknik Tatap -tahap Penelitian : Tahap Pra Lapangan Tahap Pekerjaan lapangan Tahap Analisi Data Tahap Laporan
				B. Bagaimana Strategi Pemasaran Price Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?	
				C. Bagaimana Strategi Pemasaran Place Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?	
				D. Bagaimana Strategi Pemasaran Promosion Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Lampiran 3

Instrumen Penelitian



1. Pedoman Observasi dan Dokumentasi

No	Judul	Indikator	Data	Teknik Pengambilan Data		Sumber Data
				O	B	
1.	Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	a.Bauran Pemasarn	1.Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan pemasaran 2.Sarana prasarana yang menunjang kegiatan santri 3.Tempat pondok pesantren yang relative mudah ditemukan 4.Pembentukan tim pemasaran	✓ ✓ ✓	✓ ✓	Tim media, Tim pemasaran Tim pondok pesantren Ust Pondok Pesantren Baitul Arqom

		b.Elemen Pondok Pesantrem	<p>5. Pembentukan tim media dalam pemasaran</p> <p>1.Jumlah santri dalam 3 tahun terakhir</p> <p>2. Fasilitas yang didapatkan santri</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>Tim media, Tim pemasaran</p> <p>Sekretaris pondok pesantren</p>
--	--	---------------------------	--	-------------------------------------	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

2, Pedoman Wawancara

No	Variabel	Indikator	Deskripsi	Instrumen / Pertanyaan
1	Pemasaran	Bauran Pemasaran	Upaya dalam Pemasaran Pondok Pesantren	<p>1. Apa saja yang dilakukan dalam Upaya Pemasaran Pondok Pesantren ?</p> <p>2. Apakah Biaya Selama di Pondok Pesantren dijadikan Daya Tarik Pemasaran ?</p> <p>3. Adakah kegiatan yang bekerja sama dengan pihak luar Pondok Pesantren ?</p>
		Fungsi Pemasaran	Perencanaan dan pelaksanaan dalam pemasaran	<p>1. Apakah pondok pesantren melakukan promosi melalui media sosial?</p> <p>2. Media sosial apa saja yang digunakan pondok pesantren dalam upaya pemasaran?</p>

				3. Adakah pihak lain yang berperan dalam pemasaran pondok pesantren?
		Tujuan Pemasaran	Memberikan Nilai lebih ke calon santri/Masyarakat	1. Pernahkah pondok pesantren melakukan kegiatan bersama masyarakat untuk pemasaran? 2. Apakah pondok pesantren memiliki target dalam menerima jumlah santrinya?
2.	Pondok Pesantren	Fungsi Pondok Pesantren	Upaya meyakinkan calon santri belajar dipondok pesantren Sebagai tempat belajar ilmu agama islam	1. Bagaimana meyakinkan calon santri agar memilih pondok pesantren ini? 2. Apa yang didapat setelah lulus dari pondok pesantren? 3. Apa yang diharapkan santri ketika lulus dari pondok pesantren?

		Tujuan Pondok Pesantren	Upaya mempertahankan Pondok Pesantren	<p>1. Bagaimana cara mempertahankan pondok pesantren di zaman sekarang?</p> <p>2. Apa tujuan pondok pesantren melakukan pemasaran?</p> <p>3. Apa harapan pondok pesantren dalam meningkatkan jumlah santrinya?</p>
		Ciri-Ciri Pondok Pesantren	Bagaimana kehidupan di Pondok Pesantren	<p>1. Kegiatan apa saja yang dilakukan santri?</p> <p>2. Apa saja yang dipelajari di pondok pesantren?</p> <p>3. Adakah ekstrakurikuler untuk menambah bakat santri</p>
		Elemen Pondok Pesantren	Peran pengasuh terhadap pemasaran Fasilitas yang	1. Apakah pengasuh sangat berperan dalam meningkatkan jumlah santri?

			diperoleh dipondok pesantren	<p>2. Apakah fasilitas yang didapat memuaskan bagi santri?</p> <p>3. Apa saja fasilitas yang didapat ketika berada dipondok pesantren?</p> <p>4. Bagaimana cara pondok pesantren membagi fasilitas yang ada dengan jumlah santri yang banyak?</p>
--	--	--	------------------------------------	---

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Transkrip wawancara dengan Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom .

1. Apakah piha lain yang ikut dalam Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom ?

Jawaban : Ada , Maka dari itu justru banyak dari santri /wati yang disini tahu tentang pondok pesantren lewat dari saudara dan Dimana mereka dari seorang alumni pondok pesantren Baitul Arqom Balung jember. Selain itu wali santri juga semangat dalam mengikuti serta membagikan brosur baik lewat online melalui whats App maupun selebaran yang dikasihkan ke saudara disekitanya.

2. Apakah santri dituntut untuk belajar agama saja ?

Jawaban :Santri harus serba bisa , selain mengaji dan menghafal santri juga dituntut untuk bisa mendapatkan serta mengembangkan bakat dan minatnya. Oleh karena itu dengan memilih kegiatan apa yang akan dipelajari lebih lanjut. Maka dari itu pondok pesantren mengadakan banyak kegiatan seperti contohnya : Muhadloroh/ Pidato Bahasa Arb dan Bahasa Inggrri, Prmuka, Kitab Kuning dll

3. Kegiata napa saja yang dilakukan santri Ketika libur sekolah ?

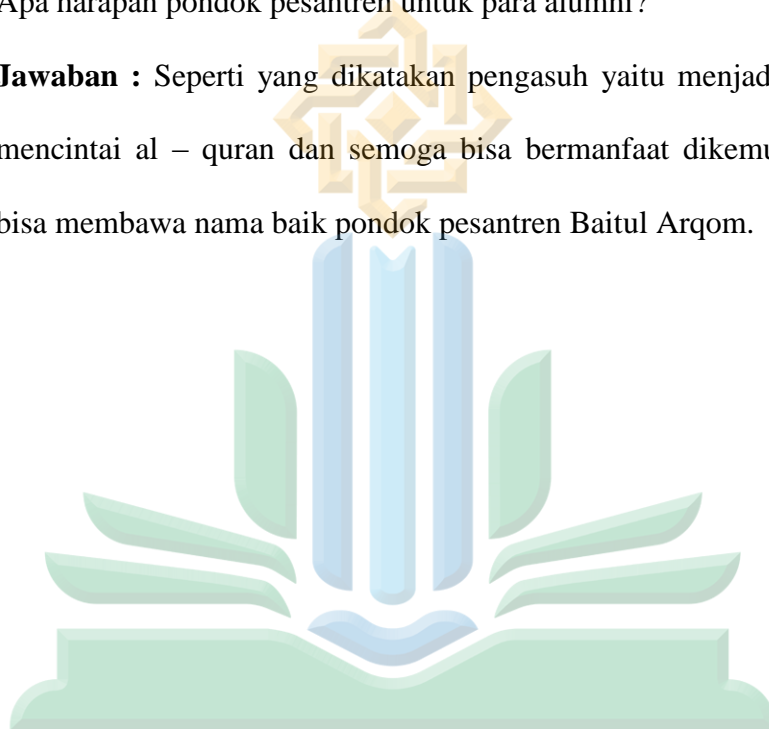
Jawaban : Lari pagi di hari Jum'at , lalu dilanjut dengan kegiatan ekstrakulikuler seperti pelatihan Silat dan maupun bersih bersih jadi tidak ada libur untuk seorang santri hanya saja pergantian kegiatan sebagai mana mestinya.

4. Adakah kegiatan ketrampilan di pondok pesantren ?

Jawaban : Ada kegiatan perlombaan untuk menyambut haflah khotmil quran yaitu lomba – lomba antar kamar. Biasanya lomba tersebut banyak kategorinya seperti pendidikan, ketrampilan, kebersihan, kekompakan.

5. Apa harapan pondok pesantren untuk para alumni?

Jawaban : Seperti yang dikatakan pengasuh yaitu menjadi pribadi yang mencintai al – quran dan semoga bisa bermanfaat dikemudian hari dan bisa membawa nama baik pondok pesantren Baitul Arqom.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Transkrip wawancara dengan Tim Media

1. Apa saja yang pondok pesantren lakukan dalam pemasaran jasa pendidikan?

Jawaban : Pondok pesantren Baitul Arqom melakukan kegiatan promosi berupa dengan di instagram, youtube, facebook, web, menyebarkan brosur dan kalender.

2. Media apa yang sering dipakai dalam pemasaran Promosi Pondok Pesantren Baitul Arqom ?

Jawaban : Menggunakan media sosial dan menyebarkan brosur akan tetapi melalui media sosial lebih mudah dan efisien serta lebih nyampe ke masyarakat, jadi untuk beberapa tahun belakang memang sudah sering menggunakan media sosial. Juga tidak terikat dengan waktu tetapi informasi sudah sangat cepat menyebar.

3. Lebih berpengaruh pemasaran melalui media apa?

Jawaban : Mungkin semuanyaimbang antara melalui media sosial atau menyebarkan brosur,tetapi pada dasarnya kebanyakan santri – santri mengetahui pondok pesantren ini karena dari alumni. Mungkin alumni juga ikut serta menyebarluaskan informasi mengenai pondok pesantren melalui media sosialnya atau bahkan melalui Lidah ke Lidah.

4. Apakah biaya selama dipesantren bisa dijadikan daya tarik untuk dalam pemasaran?

Jawaban : Sebenarnya tiidak difokuskan, tetapi kebanyakan calon konsumen melihat mahal tidaknya biaya selama dipesantren. Tetapi di

web kami tetap dicantumkan biaya. Sehingga bisa langsung dengan jelas untuk memilih atau tidaknya, karena biaya yang kami tawarkan pun sudah sebanding dengan apa yang akan didapatkan selama dipondok pesantren.

5. Media apa saja yang digunakan pondok pesantren dalam pemasaran ?

Jawaban : Kami mempunyai akun instagram yang sering mengunggah tentang kegiatan – kegiatan. Lalu ada akun youtube yang sengaja kami buat untuk menayangkan keasyikan konten yang kami buatkan sebagai miniature kegiatan disini. Lalu ada web yang mencantumkan mengenai profil, kegiatan sehari – hari, biaya selama dipesantren bahkan untuk pendaftaran online kami sediakan. Ada facebook yang biasanya kami isi dengan berbagai informasi.

6. Adakah target pondok pesantren dalam menerima santri baru setiap tahunnya?

Jawaban : Kami tidak mentarget santri yang masuk, seberapapun santri yang mendaftar akan kami terima dengan sepenuh hati. Karena seperti dawah pengasuh sendiri yang pada intinya seberapapun santri yang mendaftar akan kami terima dan kami ikhlas.

7. Apa tujuan pondok pesantren melakukan pemasaran ?

Jawaban : untuk mempertahankan pondok pesantren karena sudah banyak pesaing diluar sana yang semakin ketat dalam lingkup pemasaran.

Wawancara dengan santri Putra

1. Sudah brapa lama mondok di Pesantren Baitul Arqom Akhy ?

Jawaban : Sekita 5 tahun, dari awak masuk SMP sehingga SMA saat ini

2. Dari mana informasi tentang pondok pesantren Baitul Arqom?

Jawaban : Dari saudara yang kebetulan sudah jadi alumni di Pondok ini

3. Kenapa kok bisa tertarik belajar di dalam pondok pesantren Baitul Arqom ?

Jawaban : Dikarenakan sudah dikenal dengan Bahasa Arab dan Inggrisnya serta kegiatan yang mendukung seorang santri.

4. Belajar dipondok pesantren Baitul Arqom dengan keinginan sendiri atau perintah dari orang tua ?

Jawaban : Keinginan sendiri karena sudah melihat saudara saya yang berhasil ketika sudah menjadi alumni dari pondok pesantren jadi minat ke sini.

5. Kitab apa saja yang sudah dipelajari di pondok pesantren Baitul Arqom Balung Jember ?

Jawaban : Kitab sesuai dengan tingkatan kelasnya dari yang dasar sehingga pada intinya

6. Untuk Akhyi sendiri sudah mencapai kitab apa saja?

Jawaban : Saya sudah berada dikelas tinggi yang mempelajari tentang kitab tafsir jalalin, tafsir yasiin, bulughul maraam, ushulul fiqh dan sebagainya.

Wawancara dengan santri putra

1. Sudah berapa tahun nyantri disini Akhy ?

Jawaban : Udah masuk 5 tahun ini setelah SMP melanjutkan SMA Alhamdulillah sekarang sudah memasuki kelas Santri Akhir

2. Apa saja kegiatan dalam sehari – hari ?

Jawaban : Bangun pagi persiapan sholat subuh, lalu ngaji al – quran. Setelah itu menghafal kosa kata dari Bagian Qismul Lughoh dan dilanjut Belajar Pagi dan untuk yang sekolah formal persiapan berangkat kesekolah seperti sarapan, mandi dan lainnya. Sampai jam 1 sekolah selesai santri lanjut Sholat Dhuhur dan makan siang di dapur masing masing dan melanjutkan kegiatan Kursus Sore sampai jam 3 sore dan di lanjut olahraga maupun mencuci pakaian yang kotor. Lanjut berjamaah Magrib dan mengaji al – quran kembali. Setelah maghrib madrasah diniyah sesuai kelasnya masing – masing. Lalu berjamaah isya dan melanjutkan madrasah tetapi dengan kitab yang berbeda. Tetapi tidak setiap hari kegiatannya seperti itu saja. Untuk malam jumat biasa diisi dengan yasiin tahlil dan arahan pimpinan pondok.

3. Bagaimana cara kamu yakin untuk melanjutkan di pondok pesantren Baitul Arqom ? Jawaban : ingin menghafalkan al- quran dan dipondok ini sudah membuktikan lulusannya menjadi orang yang mencintai al – quran dan istiqomah menghafalkannya. Dan ingin menguasai 2 bahasa dan ingin melanjutkan jenjang Pendidikan di di kairo.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
 Website: [www.http://ftik.uinkhas-jember.ac.id](http://ftik.uinkhas-jember.ac.id) Email: tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B-8445/In.20/3.a/PP.009/10/2024

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala Pondok Pesantren Baitul Arqom

Pondok Pesantren Baitul Arqom, Jl. Karang Duren 32 Balung-Jember-Jawa Timur Kode Pos 68

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

NIM : 202101030032
 Nama : AHMAD FIKRI YANTO
 Semester : Semester sembilan
 Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom terhadap Masyarakat" selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu KH. Izzat Fahd, M.Pd.I

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 03 Oktober 2024

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER



KHOTIBUL UMAM



BALAI PENDIDIKAN PONDOK PESANTREN
B A I T U L A R Q O M
 BALUNG JEMBER INDONESIA

Jl. Karang Duren No. 32 Balung Jember Jawa Timur Telp. (0336) 621315
<https://www.baitularqom.id/> email : admin@baitularqom.id / ponpes.batar@gmail.com

SURAT KETERANGAN SELESI PENELITIAN

Nomor : 3588/BP/I-E/XI/2024

Yang bersangkutan di bawah ini Pimpinan Balai Pendidikan Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Ahmad Fikriyanto
 NIM : 202101030032
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Jenjang : S - 1

Benar - benar telah mengadakan penelitian di Satuan Pendidikan Mu'adalah Madrasatu-l-Mu'allimin / Mu'allimat Al - Islamiyyah Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember terhitung sejak tanggal bulan Oktober sampai dengan November 2024 dengan tema :

Strategi pemasaran Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember

Demikian Surat ini dibuat untuk dimaklumi dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.





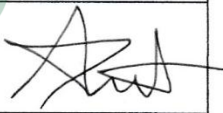


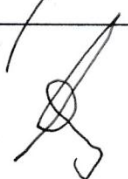
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 Balung, 15 November 2024
 J E M B E R
 Pimpinan Balai Pendidikan Pondok Pesantren
 Baitul Arqom



KH. Izzat Fahd, M.Pd.I

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

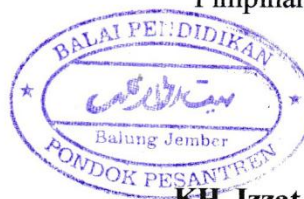
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI PONDOK PESANTREN BAITUL ARQOM

NO	TANGGAL PELAKSANAAN	JENIS KEGIATAN	TANDA TANGAN
1.	13, Oktober 2024	Penyerahan Surat Izin Penelitian kepada Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	
2.	15, Oktober 2024	Wawancara kepada Ustd Izzad Fadh selaku Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom balung Jember	
3.	15, Oktober 2024	Wawancara kepada Ust Adi Putra Sanjaya selaku Pembina Pramuka Pondok Pesantren Baitul Arqom	
4.	15, Oktober 2024	Wawancara Kepada Usr Dadang Prawira Selaku Pembimbing Tahfid di Pondok Pesantren Baitul Arqom	
5.	20, Oktober 2024	Wawancara Kepada Santri Pondok Pesantren Baitul Arqom MMI	
6.	23, Oktober 2024	Wawancara dengan Ust Nur Ahmad Yusuf Pesantren Baitul Arqom Tentang kurikulum	
7.	24, Oktober 2024	Wawancara dengan Ust Ali di Pondok Pesantren Baitul Arqom Tentang Website	
8.	13, November 2024	Minta Surat Izin Penelitian kepada Sekretaris Pondok Pesantren Baitul Arqom Balung Jember	

Jember, 13 November 2024

Mengetahui,

Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom



KH. Izzat Fahd, M.Pd.I

Dokumentasi

No	Keterangan	Dokumentasi
1.	Wawancara dengan Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom Ust izzat Fahd	
2.	Wawancara dengan Ust Adi Puta Sanjaya Kegiatan Pramuka di Pondok Pesantren Baitul Arqom	
3.	Wawancara dengan Pimpinan Pondok Pesantren Baitul Arqom Ust Irfan Sekretaris Pondok	

4.	Wawancara dengan Ust Nur Ahmad Yusuf Pesantren Baitul Arqom Tentang kurikulum	
5.	Wawancara dengan Ust Dadang Prawira di Pondok Pesantren Baitul Arqom Tentang Tahfidz	
6.	Wawancara dengan Ust Ali di Pondok Pesantren Baitul Arqom Tentang Website	

Dokumentasi



Kegiatan Pemberian Penghargaan Tahfidz

Kegiatan Wisuda Tahfidz



Kegiatan Murojaah Santriwati

Kegiatan Muhadhoroh/ Pidato



Kegiatan Perwakilan kuliah di Kairo

Kegiatan Lomba Pramuka

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. IDENTITAS

1. Nama Lengkap : Ahmad Fikri Yanto
2. Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 6 Maret 2001
3. Alamat Rumah : Petung PTP, Banjarsari RT/RW 02/05
Kec. Bangsalsari Kab. Jember
4. Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
5. Fakultas : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
6. No Hp : 085812410317
7. Email : fikriahmad2021@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Teobroma Banjarsari
2. UPTD SDN Petung 01
3. MMI Baitul Arqom
4. UIN KHAS Jember

C. Pengalaman Organisasi

1. Ketua Pengajaran (OSBA)
2. Sekretaris HMPS MPI
3. Sekum Rayon PMII FTIK
4. Dema FTIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER