

**STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN  
ROUDHOTUL QURAN KEMRANJEN BANYUMAS  
DI ERA DIGITAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Manajemen Pendidikan  
Islam



Oleh :

**Fuziya Baratu Taqiyah**

NIM 1703036046

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Fuziya Baratu Taqiyah

NIM : 1703036046

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN  
ROUDHOTUL QURAN KEMRANJEN BANYUMAS  
DI ERA DIGITAL**

Secara keseluruhan hasil penelitian/ karya saya sendiri,  
kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 13 September 2021

Pembuat pernyataan,



Fuziya Baratu Taqiyah

NIM 1703036046



KEMENTERIAN AGAMA R.I.  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN ROUDHOTUL  
QURAN KEMRANJEN BANYUMAS DI ERA DIGITAL  
Penulis : Fuziya Baratu Taqiyah  
NIM : 1703036046  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.

Semarang, 2 November 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua

Sekretaris

**Drs. Wahyu M. M.Pd**  
NIP.19680314199508100

Penguji I

**Agus Khunafi M.Pd**  
NIP.197602262005011004

Penguji II

**Prof. Dr. Hj. Nur Ubhiyati, M.Pd.**  
NIP.195202081976122001

**Mukhamad Rikza, S.Pd.I., M.Si**  
NIP. 198003202007101001

Pembimbing

**Agus Khunafi M.Pd**  
NIP. 197602262005011004

**NOTA DINAS**

Semarang, 13 Oktober 2021

Kepada  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

*Assalamu 'alaikum wr. wb*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi naskah skripsi dengan :

Judul : STRATEGI PEMASARAN PONDOK  
PESANTREN ROUDHOTUL QURAN  
KEMRANJEN BANYUMAS DI ERA DIGITAL

Nama : Fuziya Baratu Taqiyah

NIM : 1703036046

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah.

*Wassalamu 'alaikum wr. Wb*

Pembimbing,



Agus Khunaifi, M.Ag.  
197602262005011004

## ABSTRAK

Judul : **STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN ROUDHOTUL QURAN KEMRANJEN BANYUMAS DI ERA DIGITAL**  
Penulis : Fuziyya Baratu Taqiyah  
NIM : 1703036046

Kajian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya lembaga pendidikan islam yang bermunculan sehingga persaingan semakin ketat dengan menunjukkan keunggulannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui permasalahan (1) Bagaimana pemasaran yang dilakukan di era digital, (2) Bagaimana strategi pondok pesantren dalam meningkatkan jumlah santri, (3) Apa hambatan dan pendukung dalam pemasaran di era digital. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif melalui study lapangan yang dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas. Adapun perolehan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan bauran pemasaran meliputi produk tahfidz, khitobah, dan pembelajaran kitab kuning, harga yang ditawarkan murah dan tidak membedakan, tempat yang disediakan nyaman dan sesuai dengan harga, promosi melalui brosur dan media sosial. (2) Faktor pendukung dalam pemasaran meliputi adanya produk tahfid, harga yang murah, tempat yang mudah dijangkau, dan promosi melalui media sosial. Hambatan yang dilalui produk output yang kurang setiap tahunnya, harga tidak sesuai dengan fasilitas, tempat ada di beberapa titik masih kotor, dan promosi menggunakan brosur semakin menurun sehingga mengalami kerugian dana.

***Keyword : Strategi Pemasaran, Pemasaran Pondok Pesantren***

## TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	ṣ	ع	.
ث	ṣ	غ	g
ج	J	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	z	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	“
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أو

ai = يَا

iy = اِي



**MOTTO ;**

*“Kegagalan akan terjadi bila kita menyerah”*

*-B.J Habibie*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya, sehingga penulis diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital”

Penulis sadar bahwa memiliki banyak kekurangan dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga dalam menyelesaikannya penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang Dr. Hj. Lift Ma`sumah, M.Ag
3. Ketua jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkuroji, M.Pd
4. Dosen pembimbing skripsi Agus Khunaifi, M.Pd, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
5. Wali dosen ibu Baqiyatus Sholihah yang telah memberikan arahan, motivasi serta dorongan sehingga mempunyai semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Staf dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Pengasuh dan jajarannya kepengurusan serta santri pondok pesantren Roudhotul Quran yang telah memberikan kesempatan, data, serta waktunya kepada penulis.
8. Nisful Adji, S. Ag selaku bapak, Ida Hikmawati selaku ibu, serta Rabiya Ziditaliya Nafa Khatin selaku adek. Yang selalu

memberikan doa, motivasi, dukungan serta pengertiannya sehingga mampu menyelesaikan pendidikan S1 dengan baik.

9. Keluarga besar yang tak pernah lupa mendoakan kelancaran menuntut ilmu hingga sampai saat ini dan nanti
10. Teman – teman kelas MPI B 2017 atas bantuan dan kerjasamanya selama perkuliahan
11. Teman – teman yang selalu memberikan motivasi agar terus menyelesaikan skripsi dengan cepat walau banyak kendala.

Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat untuk kita semua. Aamiin.

Semarang, 13 Oktober 2021

Penulis



Fuziya Baratu Taqiyah

NIM 1703036046

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	
<b>PENGESAHAN.....</b>	
<b>NOTA DINAS.....</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	
<b>MOTTO .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	
B. Rumusan Masalah .....	
C. Tujuan Penelitian .....	
D. Manfaat Penelitian.....	
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	
1. Strategi Pemasaran .....	
2. Pemasaran .....	
3. Pondok Pesantren .....	
4. Era Digital .....	
B. Kajian Pustaka .....	
C. Kerangka Berfikir.....	

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....
- B. Tempat dan Waktu Penelitian .....
- C. Sumber Data .....
- D. Fokus Penelitian .....
- E. Teknik Pengumpulan Data .....
- F. Uji Keabsahan Data .....
- G. Teknik Analisis Data .....

### **BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

- A. Deskripsi Data .....
- 1. Gambaran umum Pondok Pesantren  
Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas .....
- 2. Strategi Pemasaran Pondok Pesantren di Era  
Digital .....
- 3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam  
Pemasaran Pondok Pesantren .....
- B. Analisis Data .....
- C. Keterbatasan Penelitian .....

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan .....
- B. Saran .....

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL DAN GAMBAR**

Tabel 4.1 pembiayaan santri baru putri.....	
Tabel 4.2 pembiayaan santri baru putra.....	
Tabel 4.3 jumlah santri dalam 3 tahun terakhir.....	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Simaakan Santri Tahfidz.....
Gambar 4.2	Santri Khitobah.....
Gambar 4.3	Pembelajaran Kitab Kuning.....
Gambar 4.4	Lorong Pondok Pesantren.....
Gambar 4.5	Pondok Pesantren Tampak Luar.....
Gambar 4.6	Brosur Pondok Pesantren.....
Gambar 4.7	Website Pondok Pesantren.....
Gambar 4.8	Akun Instagram Pondok Pesantren.....
Gambar 4.9	Akun Facebook Pondok Pesantren.....
Gambar 4.10	Akun Youtube Pondok Pesantren.....

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Instrumen Penelitian

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Wakil Ketua Pondok Pesantren

Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Tim Media

Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Santri Putri

Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Santri Putri

Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 7 Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Putri

Lampiran 8 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing

Lampiran 9 Surat Izin Riset

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Memasuki zaman yang semakin canggih dan serba digital ini, lembaga pendidikan harus mempunyai strategi yang digunakan untuk memasarkan lembaganya. Strategi diadopsi dari dunia bisnis, jika di dunia pendidikan yaitu yang memproses pemasaran pendidikan tidak mampu menyesuaikan dengan zaman sekarang.<sup>1</sup>

Persaingan antar sekolah semakin ketat sehingga pemasaran sangat diperlukan bagi lembaga pendidikan. Pemasaran yang dilakukan pun harus mempunyai strategi yang berbeda atau bahkan dapat menjadi yang berbeda dalam memasarkan suatu lembaga pendidikan tersebut.

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam suatu lembaga atau organisasi dalam meningkatkan kualitas dan kepercayaan suatu lembaga dalam lingkungan sekitar. 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

---

<sup>1</sup> Neneng Nurmalasari, Imas Masitoh. "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial" Vol,4 No. 3, Pogram Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Galuh Ciamis, 2020. Hal 544

pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan.

Konsep bisnis dan pemasaran sudah seharusnya diterapkan dalam lembaga pendidikan sehingga dapat berkembang dan menyesuaikan dengan zaman dan 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.<sup>2</sup>

Pada hakikatnya konsep pemasaran adalah menekankan pada efisiensi, kreatifitas, dan meningkatkan produktifitas serta menjaga kualitas. Konsep bisnis dan pemasaran sudah diterapkan dalam lembaga pendidikan. Sehingga memiliki competitive advance. Lembaga pendidikan harus mencapai keunggulan memberikan layanan prima dan menghasilkan lulusan yang berkualitas, karena kualitas 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 diberikan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Neneng Nurmalasari, Ibid

8. Moch, Khafid Fuad Raya, *Jurnal Marketing Jasa di Inatitusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)* Vol. 7 No. 1 Maret 2016

Dunia telah memasuki era 4.0 dimana teknologi menjadi basis dalam kehidupan manusia. Segala hal menjadi tanpa batas dan tidak terbatas akibat perkembangan internet dan teknologi digital. Era ini sudah mencampuri diberbagai kehidupan politik, ekonomi, bahkan pendidikan.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran dalam dunia pendidikan merupakan pilihan yang tepat karena media sosial sangat mudah dijangkau dan oleh siapapun. Media sosial sudah memiliki peran penting dalam strategi pemasaran dunia pendidikan, kini pemasaran melalui media sosial bukan selalu soal bisnis tetapi juga bisa digunakan untuk memperkenalkan lembaga pendidikan kepada pembaca dan pengunjung.<sup>4</sup>

Berkembangnya zaman banyak masyarakat yang memandang pondok pesantren sebelah mata. Karena pondok pesantren identic dengan pembelajaran ilmu-ilmu agama islam. Maka untuk memajukan pondok pesantren harus melakukan pemasaran agar yang lain mengetahui pondok pesantren, dan penerus agama islam akan selalu ada.<sup>5</sup>

Pondok pesantren merupakan system pendidikan agama islam yang tertua sekaligus merupakan ciri khas yang

---

<sup>4</sup> Neneng Nurmalasari, Ibid

<sup>5</sup> Khoerun Nisa', Skripsi "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah" (Lampung: UIN RADEN INTAN, 2017), hal. 20

mewakili islam tradisional Indonesia yang eksistensinya teruji oleh sejarah yang sudah berlangsung hingga sekarang. Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan islam mengalami perkembangan bentuk sesuai dengan perubahan zaman dan dampak dari kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan.

Menurut definisi pondok pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional islam untuk belajar memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran – ajaran agama islam dengan menekankan pentingnya moral agama sebagai pedoman hidup masyarakat dalam sehari – hari. (Abawihda, 2002 : 86)

Dalam sejarahnya peran 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.<sup>6</sup>

Harus diakui bahwa pondok pesantren menjadi salah satu peran penting dalam meningkatkan sumber daya manusia.

---

6. Alamsyah Ratu Prawiranegara, *Pembinaan Pendidikan Agama*, (Jakarta, Depag. RI) 41

Banyak pondok pesantren yang cikal bakalnya merupakan lembaga pendidikan al – quran. Tetapi didalam pondok pesantren para santri juga diajarkan membaca al – quran dan kitab, menghafal, dan memahami bacaan al – quran dan kitab kuning. Bahkan jika dilihat dari perkembangan pondok pesantren sudah melahirkan banyak pemimpin yang hebat dan berhasil.<sup>7</sup>

Dalam praktik kehidupan pondok pesantren Roudhotul Quran juga melakukan pemasaran berupa promosi, yang merupakan suatu tantangan strategi pemasaran bagi pondok pesantren karena banyak pesaing dan semakin majunya teknologi. Berbagai cara dilakukan oleh pondok pesantren sebagai upaya pemasarannya. Ada beberapa hal yang belum mampu dicapai oleh pondok pesantren Roudhotul Quran karena lokasi pondok pesantren yang cukup jauh dengan perkotaan, namun dengan kekurangan itu pondok pesantren mampu membuktikan bahwa pondok pesantren Roudhotul Quran ini mempunyai keunggulan tersendiri sehingga banyak yang belajar di pondok pesantren tersebut.

Dalam meningkatkan daya saing diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar program yang dipromosikan menjadikan masyarakat lebih tahu, minat menggunakan jasa yang dipromosikan, menambah minat konsumen pengguna

---

7. Abdurrohman Mas'ud, *Menuju Paradigma Harmonis*, (Yogyakarta : Gama Media, 2003, V) hlm 259

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

Iklan sebenarnya bukan satu – satunya cara meningkatkan penjualan, meskipun banyak cara lain yang bisa mempengaruhi penjualan. Namun periklanan menjadi posisi paling 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 pengguna jasa untuk masuk kedalam lembaga pendidikan yang dimaksud. Yaitu mengubah peserta didik yang belum tahu menjadi tahu, memahami, mengambil sikap, membuat sikap, dan mengambil keputusan untuk memilih lembaga pendidikan tersebut. Dengan itu peneliti memiliki inisiatif untuk meneliti di pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di era digital.

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 sosial, dan pamflet yang dipasang dipinggir jalanan.

Pondok pesantren Roudhotul Quran berdiri sejak tahun 1956 yang berawal dari bangunan kecil tempat untuk mengaji santri sekitar rumah, dan mulai berkembang maju ketika Nyai Sochifah dengan K.H Attabik Yusuf Zuhdi menikah sekitar tahun 1986, santri mulai banyak dan mulai membangun sekolah. Yang bermula dari 6 santri menjadi kurang lebih 300 santri yang belajar dan nyantri di pondok pesantren tersebut. Walaupun pondok pesantren terletak di pelosok namun tetap banyak peminatnya dan selalu dikenal dikalangannya. Selain pondok pesantren menyediakan asrama untuk tinggal juga menyediakan berbagai jenjang pendidikan formal disekitar komplek pondok pesantren sehingga

menjadikan pondok pesantren ini sangat strategis bagi santri yang ingin mendalami ilmu agama islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pemasaran yang dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan pondok pesantren yang terkait. Secara ideal penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dari beberapa aspek, diantaranya :

### **1. Secara Teoris**

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengamalkan yang telah dipelajari selama belajar diperkuliahan dan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan umum tentang manajemen pendidikan islam terutama bagian manajemen pemasaran pondok pesantren.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pondok pesantren dalam promosi, dan menjadi bermanfaat bagi pondok pesantren. Bisa menjadi pertimbangan atas saran dan masukan yang diberikan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

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

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

Strategi berasal dari bahasa latin “*strategia*” yang diartikan sebagai penggunaan rencana untuk mencapai sebuah tujuan. Menurut Roun Dirgantoro mengatakam bahwa strategi berasal dari Yunani lalu diartikan sebagai “kepemimpinan dan ketentraan” yaitu istilah yang dipakai dalam hal ketentaraan.<sup>8</sup>

Bittel mengatakan dalam buku *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi* bahwa strategi yaitu suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau lembaga.<sup>9</sup> Sedangkan menurut KBBI diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus<sup>10</sup>

---

8. Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, (Jakarta : Grasindo, 2001) hlm 5

9. Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.(Bandung: Alfabeta,2011)hlm. 199

10. KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 4th edn (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)

Strategi merupakan serangkaian kegiatan yang terarah untuk mencapai sasaran dan dengan pola pikir yang kreatif dan inovatif, untuk menghadapi kecenderungan yang terjadi didalam organisasi itu sendiri atau dari pihak luar yang bisa mempengaruhi jalannya kedepan suatu organisasi tersebut.<sup>11</sup>

### **b. Strategi Pemasaran**

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

Strategi pemasaran pendidikan merupakan sebuah upaya, cara, dan langkah – langkah pemimpin sekolah atau mandrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui penawaran informasi kepada masyarakat, atau melalui penawaran layanan jasa pendidikan serta meyakinkan pengguna jasa pendidikan agar tetap menggunakannya.<sup>12</sup>

---

11. Khoirul Anam, *Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan*, Ta'alum: Jurnal Pendidikan Islam, 1.2 (2013) hlm 159 - 170

12. Ari Prayoga dan Jaja Jahari, *Manajemen Jejaring Kerjasama Pondok Pesantren*, Al- Ma'arief : Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya, 01.02 (2019) 125-133

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.

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

## **2. Pemasaran**

### **a. Pengertian Pemasaran**

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

tersebut dengan harapan barang atau jasa dapat dibeli dan digunakan oleh konsumen.

Pemasaran menurut Kotler adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka inginkan dan tuju melalui penawaran, pencitpaan, pertukaran jasa dan produk yang bernilai.<sup>13</sup>

Jika menurut W Stanton pemasaran adalah seluruh dari sebuah kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat menguntungkan kebutuhan pembeli barang atau jasa.

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

---

13. Philip Buckley and Irawan Irawan, ‘The Scientific Paradigm of Islamic Education Management: Phenomenology Perspective’, Jurnal Pendidikan Islam, 02.01 (2015), 1–29.

Pemasaran pendidikan adalah tentang mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif. Dalam dunia industry sering dianggap tentang pengeloaan pertukaran antara produsen dengan konsumen tetapi beda dalam dunia pemasaran pendidikan yaitu pengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan siswa, atau orangtua walimurid. Pemasaran pendidikan meliputi dari promosi hingga bimbingan belajar<sup>14</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha strategis kepada konsumen dan usaha pemuas kebutuhan suatu lembaga yang diharapkan melalui proses pertukaran dan transaksi. Pemasaran sendiri berperan menentukan posisi suatu produk dengan melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pemasar sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi dan diharapkan bisa menjadi konsumen tetap untuk kedepannya.

Etika pemasaran dalam dunia pendidikan yaitu menawarkan layanan mutu intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Hal tersebut dikarenakan pendidikan bersifat kompleks yang dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab, hasil

---

14. <http://e-journal.uajy.ac.id/6157/3/MM201756.pdf>

pendidikan yang menentukan masa depan, membina kehidupan warga Negara, dan sebagai generasi ilmuwan dimasa yang akan datang.<sup>15</sup>

#### **b. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan**

Bauran pemasaran adalah factor utama yang mempengaruhi apakah suatu bisnis dapat menjual produk secara menguntungkan<sup>16</sup>

Kolter mengatakan bahwa jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak ke pihak yang lain yang pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>17</sup> Berikut adalah ciri – ciri jasa :

- 1) Sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- 2) Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik
- 3) Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan

---

15. Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005) hlm 53

<sup>16</sup> <https://cerdasco.com/bauran-pemasaran/>

17. Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005) hlm 3

- 4) Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa<sup>18</sup>

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

- 1) Tidak berwujud. Artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, ataupun diraba sebelum konsumen membelinya
- 2) Tidak terpisahkan. Artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan yang menghasilkannya
- 3) Bervariasi. Jasa yang didapat seringkali berubah – ubah tergantung siapa yang menyampaikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut
- 4) Mudah musnah berarti jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual dimasa yang akan datang.<sup>19</sup>

Dalam dunia pendidikan juga tidak terlepas dari bauran pemasaran. Adapun uraian mengenai bauran pemasaran menurut Kotler dalam jurnal yang berjudul *The Scientific Paradigm of Islamic Education*

---

18. Ratih Hurriyati, *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm 28

19. Mudie, Peter dan Angela Pirrie, *Service Marketing Management*, (London: Elsevier, 2006) hlm 3-5

Management : Phenomenology Perspective mengatakan bahwa bauran pemasaran ada 4 p yaitu produk, price/harga, place/tempat, promosi namun dalam dunia pendidikan maka bauran tersebut bersangkutan dengan jasa pendidikan. Berikut adalah penjelasan mengenai produk, harga, tempat, dan proosi sebagai berikut :

#### 1) Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Barang yang ditawarkan lembaga pendidikan merupakan jasa, yang tidak ada bentuk wujudnya namun dapat dirasakan dan diterima.<sup>20</sup> Produk yang pondok pesantren tawarkan merupakan jasa yang dapat dimiliki namun tidak ada bentuk wujudnya.

Produk dalam dunia pendidikan yaitu segala hal yang ditawarkan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan merupakan jasa pendidikan<sup>21</sup>

#### 2) Harga

Harga adalah pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dengan pendapatan

---

<sup>20</sup> <https://cerdasco.com/bauran-pemasaran/>

<sup>21</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta,2005) hlm 37

pelanggan jasa pendidikan dan penentuan harga atau harga yang dikenakan kepada pelanggan jasa pendidikan.<sup>22</sup>

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

### 3) Tempat atau lokasi

Tempat yaitu lokasi keseluruhan pondok pesantren mulai dari alamat sampai tempat yang dijadikan sebagai tempat belajar dan tempat istirahat.<sup>23</sup>

Tempat atau lokasi pondok pesantren menjadi salah satu factor dipilihnya lembaga

---

<sup>22</sup> <https://islamicstudents15.blogspot.com/2018/06/kelompok-5-mpp-bauran-pemasaran-jasa.html>

<sup>23</sup> ibid

tersebut. Jika tempat yang ditawarkan tidak bisa memuaskan pelanggan maka tidak akan ada pelanggan yang mau memilihnya.

#### 4) Promosi

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan. Metode yang digunakan biasanya bervariasi menggunakan media sosial, brosur, spanduk dan lain-lain<sup>24</sup>

Promosi bentuk dari pemasaran atau memasarkan informasi mengenai lembaga pendidikan atau organisasi yang bertujuan untuk menarik pelanggan dan menyebarluaskan keberadaan mengenai lembaga tersebut.

### **c. Fungsi Pemasaran**

Menurut Muhaimin fungsi pemasaran di lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik lembaga pendidikan tersebut dan untuk menarik minat calon siswa. Beberapa ahli berpendapat bahwa untuk bersaing antar lembaga pendidikan melalui pemasaran yang dilakukan lembaga tersebut dengan

---

<sup>24</sup> Pijar Suciati, Mareta Maulidiyanti, "Kekuatan 7p Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Mahasiswa Berkuliah di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia" Vol 1, No 2, Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 2019

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.<sup>25</sup>

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.<sup>26</sup>

### 3) Pengendalian

---

<sup>25</sup> Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006) hlm 12

<sup>26</sup> Wibowo, *ibid*, hlm 13

Pengendalian merupakan kegiatan untuk meyakinkan bahwa semua hal berjalan seperti yang telah direncanakan dan memantau kinerja yang telah diterapkan sudah sesuai atau belum.<sup>27</sup>

#### **d. Tujuan Pemasaran**

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

- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk – produk lembaga pendidikan
- 2) Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan
- 3) Dapat membedakan lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain
- 4) Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan

---

<sup>27</sup> Wibowo, ibid, hlm 14

- 5) Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.<sup>28</sup>

### 3. Pondok Pesantren

#### a. Pengertian Pondok Pesantren

Pesantren berasal dari kata santri dengan awalan *pe* dan akhiran *an* yang berarti tempat tinggal atau tempat belajar para santri<sup>29</sup> menurut KBBI kata santri yaitu orang yang belajar mendalami ilmu agama islam. Kata santri yang berarti siswa atau murid dalam bahasa jawa. Sedangkan pondok berasal dari bahasa arab *funduuq* yang berarti penginapan.

Istilah pondok pesantren sebagai asrama para santri yang disebut pondok atau tempat tinggal yang berasal dari bahasa arab *funduuq* artinya asrama besar yang digunakan untuk persinggahan atau penginapan sekarang lebih dikenal dengan nama pondok pesantren.

Menurut Abdurrohman Wahid mendefinisikan pesantren secara teknis yaitu tempat dimana santri tinggal<sup>30</sup> Menurut Muzayin Arifin mendefinisikan bahwa pesantren sebagai suatu lembaga pendidikan

---

28. Iman Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, Jurnal Madaniyah, vol 7 No 2 Edisi 2017. ISSN 2548-6993

29. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990) hlm 783

30. Abdurrohman Wahid, *Menggerakkan Tradisi, Esai – esai Pesantren*, (Yogyakarta, LKIS,2001) hlm 17

agama yang tumbuh serta diakui oleh masyarakat sekitar engan system asrama. Santri – santri mendapatkan ilmu agama melalui system pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada dibawah kedaulatan seorang atau beberapa kiai dengan ciri – ciri khas yang bersifat kharismatik serta independen dalam segala hal<sup>31</sup>

Menurut terminology pesantren adalah merupakan tempat dimana dimensi ekstorik (penghayatan secara lahir) islam diajarkan, jika dilihat dari segi bentuk dan sistemnya berasal dari India. Sebelum proses penyebaran islam di Indonesia, system tersebut telah digunakan secara umum untuk pendidikan dan pengajaran agama Hindu<sup>32</sup>

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

---

31. Muzayin, Arifin, *Kapita Selektu Pendidikan Umum dan Agama*, (Semarang : Toha Putra, 2003) hlm 34

32. Said Aqil Siraj, *Pesantren Masa Depan, Wacana Pemberdayaan dan Transformasi Pesantren*, (Bandung : Pustaka Hidayah, 1999) hlm 85

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.

#### **b. Fungsi dan Tujuan Pondok Pesantren**

Fungsi pondok pesantren ini bisa berubah–ubah sesuai dengan zaman yang berlaku, pada awalnya lembaga pondok pesantren berfungsi sebagai lembaga sosial dan penyebaran agama islam. Azyumardi Azra mengatakan ada tiga fungsi pondok pesantren, sebagai berikut :

- 1) Transmisi dan transfer ilmu – ilmu agama islam
- 2) Sebagai tempat pemeliharaan ajaran agama islam
- 3) Mencetak generasi baru para ulama<sup>33</sup>

---

33. Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta : Diva Pustaka, 2004) hlm 90

Sedangkan tujuan pondok pesantren dibagi menjadi dua, tujuan secara umum yaitu menjadikan santri mempunyai akhlakul karimah, dan dapat berguna bagi masyarakat dengan mempelajari ilmu – ilmu agama islam. Dapat membantu masyarakat yang kurang paham dalam ilmu agama islam ketika santri sudah bermasyarakat nantinya.

Tujuan pondok pesantren secara khusus menurut H. M Arifin (1995: 148) 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 :

عُلَمَاءٌ وَيُقَالُ الرَّبَّانِيُّ الَّذِي يُرَبِّي النَّاسَ كِبَارَ قَبْلِ الْعِلْمِ صِغَارَ  
كُونُوا رَبَّانِيَّيْنَ حُلَمَاءَ فَفَهَاءَ

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

### c. Ciri – ciri Pondok Pesantren

Pondok pesantren mempunyai beberapa metode pembelajaran dan pengajaran kitab klasik yang kerap dilakukan berbagai pondok pesantren. Yaitu dengan metode bandongan, metode sorogan dan metode hafalan atau biasanya lalaran. Metode bandongan merupakan metode yang sering digunakan yaitu kiai membacakan kitab dan menjelaskan sedangkan santri duduk dengan mendengarkan dan membuat catatan masing-masing agar tidak lupa. Sedangkan metode sorogan yaitu santri menghadap seorang diri ke kiai dengan membawa kitab yang akan dipelajarinya. Dan sedangkan hafalan atau lalaran biasanya santri bersama-sama melakukan hafalan nadhom dengan lalaran yang dilafalkan secara bersama demi untuk mengingat hafalan yang telah dihafalkan sebelumnya.

Kitab-kitab yang dipelajari pun memiliki tingkatan yang berbeda-beda santri satu dengan yang lainnya sesuai dengan kemampuan belajar dan kelas yang santri ikuti. Tingkatan tersebut berawal dari tingkat dasar, menengah atas. Santri yang baru masuk pondok pesantren biasanya memulai belajar dengan mengikuti kelas dasar atau awal agar kedepannya bisa mengikuti karna telah mempelajari ilmu dasar terlebih dahulu. Lalu kemudian berlanjut hingga tingkat akhir

tentunya dengan kitab yang lebih mendalam atau lebih banyak. Kemampuan santri juga tidak dilihat dari tingkatan santri belajar namun dilihat dari kemampuan santri membaca kitab yang belum ada harokatnya dan maknanya, serta dilihat dari keikhlasan santri dalam mengamalkan ilmu yang telah dipelajari selama di pondok pesantren.

Selain metode hafalan yang biasanya digunakan untuk lalaran nadhom, di beberapa pondok pesantren juga menerapkan hafalan bagi yang menghafal al-quran, namun berbeda yang dilakukan oleh santri yang menghafalkan alquran cenderung melafalkan sendiri atau bisanya dengan temannya melakukan simak menyimak satu sama lain. Selain tahfidz yang menghafalkan alquran santri juga diharuskan menghafalkan beberapa ayat saja yang ada dalam tafsir, hadis yang dipelajarinya. Selain alquran santri mempelajari ilmu fiqih, tasawuf, hadist, bahasa arab, tafsir alquran, dan lain sebagainya. Hafalan yang dimaksud diatas yaitu hafalan nadhom seperti nadhom jurumiah alimriti, alfiyah ibn malik, dan nadhom lainnya. Selain menghafalkan santri juga dibiasakan belajar berkelompok atau jam belajar bersama dengan menggunakan musyawarah untuk lebih mendalami ilmu

yang telah disampaikan guru, ustadz maupun kiai yang dirasa belum dipahami santri, atau sekedar berbagai ilmu yang lainnya.

Penerapan akhlaq di pondok pesantren justru paling dinilai dan diperhatikan, baik sikapnya terhadap teman sebaya, kakak kelas atau adik kelas, serta terhadap guru, orang tua dan kiai pun sangat berbeda. Pergaulan antar teman pun sangat dijaga agar tidak ada persaingan. Pergaulan dengan masyarakat pun harus dijaga untuk menjaga citra baik pondok pesantren dan agar santri dapat menjadi contoh dan panutan bagi masyarakat. Lalu kemudian adab terhadap kiai yang paling diutamakan karena kiailah yang menjadi sumber ilmu dan ridho. Jika tidak patuh terhadap kiai pun dapat menimbulkan tidak ridhonya dan tidak berkahnya ilmu tersebut, maka dengan mendengarkan nasihat, patuh dan melakukan perintahnya merubakan bentuk takdim santri ke kiai nya.<sup>34</sup>

#### **d. 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

---

34. Ari Agung Pramono, *Model Kepemimpinan Kiai Pesantren Ala Gus Mus*, (Jakarta : Pustaka Ilmu, 2017) hlm 80-82

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<sup>35</sup>

Berikut penulis memaparkan dan menjelaskan secara singkat dan rinci mengenai 5 elemen yang biasa dalam pondok pesantren tradisional, sebagai berikut :

#### 1) Kiai

Kiai merupakan tokoh penting dalam pondok pesantren karena menjadi salah satu unsur adanya pondok pesantren dan sumber ilmu serta nasab keilmuan yang nantinya akan didapatkan oleh santri<sup>36</sup>

Dalam perkembangan, gelar kiai tidak hanya dinobatkan ke pimpinan pondok pesantren saja, tetapi ke orang yang dianggap mumpuni

---

35. Departemen Agama RI, *Pedoman Pembinaan Pondok Pesantren*, (Jakarta : Ditjen Binbaga Islam) hlm 8

<sup>36</sup> <https://alikhlastaliwang.com/post/lima-elemen-dasar-pesantren>

dalam berbagai ilmu pun dianggap sebagai kiai walaupun tidak memiliki pondok pesantren. Dengan maksud gelar kiai dapat dipakai bagi seorang ulama yang mempunyai ikatan dengan kelompok islam trasional.<sup>37</sup>

Kiai merupakan tokoh yang ikut serta dalam penyebaran ilmu agama islam pada zaman sekarang, hal tersebut ada dalam aurah Al imron ayat 104, yang berbunyi

رُذُو لَمَعْرِفِيَا عَيْنِيْهُوَنُو الْمُنْكَرِ وَوَلَيْكَ هُمْ لَمَفْلِحُوْنَ  
وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ أَيْ

Artinya “Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh perbuatan yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q-S Alimron:104)

Ayat diatas bersangkutan dengan adanya kiai di tengah masyarakat itu sangat penting karena untuk dijadikan contoh dan panutan dalam mempelajari ilmu agama islam sehingga nasab yang didapat pun jelas menyambung sampai dengan Rosululloh SAW.

## 2) Santri

---

37. <https://pengertianartidefinisidari.blogspot.com/2019/10/pengertian-pesantren-kyai-dan-santri.html>

Menurut KBBI santri yaitu orang yang mendalami agama islam, orang yang mendalami ngajinya beragama islam dengan berguru ditempat yang jauh seperti pondok pesantren.

Istilah santri mempunyai 2 pengertian, yang pertama santri diartikan sebagai orang-orang yang taat menjalankan dan melaksanakan perintah agama islam, yang kedua santri diartikan sebagai orang-orang yang sedang menuntut ilmu agama islam atau lembaga pondok pesantren, keduanya jelas berbeda namun dapat disamakan yaitu orang yang taat dalam menjalankan syariat islam.

Santri juga merupakan orang yang ikhlas dan tulus dalam mencari ilmu agama islam, hal tersebut selalu diingatkan dalam firman Allah sebagaimana dalam surah Almujudilah ayat 11, sebagai berikut :

يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات

“ Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

Para santri yang belajar dalam satu pondok pesantren biasanya lebih memiliki solidaritas kekeluargaan yang baik antara santri dengan santri

ataupun antara santri dengan kiainya. Kehidupan bersosial ini terbentuk secara tersendiri ketika para santri bersama dalam asrama, dengan tanpa sengaja kehidupan seperti ini menjadikan santri belajar bermasyarakat, berorganisasi, memimpin, dan dipimpin. Dan juga dituntut untuk selalu menaati dan meneladani kehidupan kiai.

### 3) Masjid

Masjid merupakan tempat ibadahnya umat muslim dan juga menjadi tempat belajar. Selain itu masjid merupakan tempat sumber berkumpulnya para umat muslim selian menjalankan ibadah solat juga menjadikan tempat berkumpulnya untuk mencari ilmu dalam majelis ataupun perseorangan.<sup>38</sup>

Bahkan bagi pondok pesantren yang dijadikan pusat kegiatan thariqoh masjid menjadikan tempat amaliyah ke – tasawuf –an seperti dzikir, wirid, tawajjahan dan lain sebagainya.<sup>39</sup>

### 4) Asrama atau Pondok

---

<sup>38</sup> <https://alikhlastaliwang.com/post/lima-elemen-dasar-pesantren>

<sup>39</sup>. <http://e-journal.uajy.ac.id/8476/3/TA213714.pdf>

Asrama ini merupakan bangunan kamar – kamar fasilitas pondok pesantren bagi santri yang mukim.

Ada beberapa alasan kenapa pondok pesantren menyediakan tempat asrama untuk tempat tinggal santrinya, yaitu pertama kemasyhuran seorang kiai dalamnya pengetahuan tentang islam merupakan daya tarik para santri dari jauh untuk dapat menggal ilmu dengan kiai tersebut dan membutuhkan waktu yang cukup lama, maka dari itu santri harus menetap. Yang kedua hamper semua pesantren berada ditengah – tengah kota kecil atau bahkan pedesaan dimana tidak adanya penginapan yang tersedia maka pesantren menyediakannya. Yang ketiga adanya timbal balik antara kiai dan santri seolah kiai dianggap seperti bapaknya dan santri dianggap seperti anaknya sendiri.<sup>40</sup>

Di asrama santri juga terbiasa dengan patuh dan hormat kepada kiai maupun guru ataupun ustadznya. Hal tersebut sudah menjadi kebiasaan para santri dihadapan para masyayikh,

---

40. Amin Haedari dkk, *Masa Depan Pesantren Dalam Tangan Modernitas dan Tantangan Komplexitas Global*, hal 31

hal tersebut juga terkandung dalam hadist riwayat

At-Thabrani yang berbunyi sebagai berikut :

مِنْهُ تَتَعَلَّمُونَ لِمَنْ وَتَوَاضَعُونَ وَالْوَقَا السَّكِينَةَ لِلْعِلْمِ وَتَعَلَّمُوا تَعَلَّمُوا الْعِلْمَ

“Belajarlah kalian ilmu untuk ketenangan dan ketentraman, serta rendah hatilah pada orang yang kamu belajar darinya” H.R. AT-THABRANI

#### 5) Kajian kitab kuning

Elemen yang sudah menjadi tradisi pondok pesantren adalah adanya pengajaran kitab – kitab klasik yang dikarang ulama – ulama terdahulu tentang berbagai macam ilmu pengetahuan agama islam dan bahasa arab. Kitab klasik biasanya diajarkan d pondok pesantren yang mengikuti madzhab Syafi’iyah.<sup>41</sup>

Menurut perkembangan zaman pelajaran kitab kuning merupakan jalan untuk memahami keseluruhan ilmu agama islam. Dalam pesantren masih terdapat keyakinan bahwa ajaran – ajaran yang terkandung dalam kitab kuning tetap merupakan pedoman dan kehidupan yang sah dan relevan. Sah disini berarti bahwa ajaran itu bersumber pada kitab Allah dan sunah Rosul. Relevan berarti bahwa tetap mempunyai

---

<sup>41</sup> <https://alikhlastaliwang.com/post/lima-elemen-dasar-pesantren>

kesesuaian dan berguna untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat kelak.

#### **e. Klasifikasi Pondok Pesantren**

Pembaruan pesantren dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

##### 1) Pesantren salaf

Pesantren salaf merupakan bentuk lembaga asli dari lembaga pesantren. Secara istilah pesantren salaf yaitu pesantren yang mengajarkan ilmu-ilmu agama islam saja kepada santrinya<sup>42</sup>

Pesantren salaf juga identic dengan kitab kuning, yang menjadi acuan dalam belajar sehari – hari hingga sampai saat ini. Dengan system pembelajaran yaitu sorogan dan bandhongan. Pembelajaran dipesantren salaf dilihat dari kemampuan santri membaca kitab kuning, dengan kemampuan itu menjadikan penentu bahwa santri layak melanjutkan jenjang selanjutnya atau bahkan diperbolehkan pulang ke masyarakat. Selain itu ijazah pesantren salaf bukan menggunakan selebar kertas melainkan cukup dengan ijazah doa dan pengakuan dari seorang kiai

---

<sup>42</sup> <https://www.alkhoiroth.com/beda-pondok-modern-dan-pesantren-salaf/>

bahwa santri tersebut berkah menyampaikan ilmunya ke masyarakat. Ijazah inilah yang akan menjaga sanad keilmuannya agar tetap tersambung dengan Rosululloh SAW.

Dalam tradisi pesantren salaf penghormatan kepada kyai dan guru sangat kental seperti yang telah digambarkan dalam kitab *ta'limul muta'allim* kitab ini memang menjadi strandar etika untuk mengatur pola hubungan antara santri dengan kyai, guru dan dalam berkehidupan sehari – hari. Umumnya biaya dipesantren salaf relative murah dikarenakan kyai atau ustadz niat untuk mengabdikan dan mencari barokah, santri hanya membayar untuk menanggung berkehidupan selama dipesantren, misalknya membayar iuran listrik, makan, dan kebersihan lainnya.<sup>43</sup>

## 2) Pesantren kholaf

Pesantren kholaf atau yang biasa disebut pesantren modern yaitu pendidikan yang menerapkan system pengajaran klasikal (madrasah), memberikan ilmu umum dan agama, serta memberikan ketrampilan. Pesantren yang

---

<sup>43</sup> Ibid hlm 39

telah melakukan pembaharuan dalam system pendidikan, kelembagaan, pemikiran dan fungsi.

Pesantren kholaf bukan berarti merubah dan memodernisir system asuhnya yang berlandaskan jiwa keimanan, ketaqwaan, keikhlasan, kesederhanaan, ukhuwah, dan kebebasan.<sup>44</sup>

Pendidikan sekolah dengan mengadaptasi system klasikal, penggunaan bangku dan meja, memasukan pengetahuan umum sebagai bagian dari kurikulumnya, itu dikatakan sebagai pesantren modern. Pendidikan keagamaan dengan system sekolah, umumnya disebut dengan madrasah. Kata madrasah dalam bahasa arab dapat diartikan sebagai sekolah, namun secara umum di Indonesia madrasah sebagai isim makan dari akar *darasa* yang berarti tempat duduk untuk belajar. Dan istilah madrasah ini sekarang telah menyatu dengan istilah sekolah atau perguruan tinggi<sup>45</sup>

Ciri khas pesantren modern adalah prioritas pendidikan pada system sekolah formal dan penekanan bahasa arab modern. System

---

44. Sholeh Rasyid, *Sebuah Pembaharuan Dunia Pesantren di Banten*, (Banten: LPPM La Tansa) hlm 249

45. Shaleh Rasyid, *ibid*

pengajian kitab kuning, baik pengajian sorogan, bandongan, maupun madrasah diniyah ditinggalkan sama sekali. Atau minimal sekalipun masih ada, tidak wajib diikuti. Walaupun demikian secara kultural tetap mempertahankan ke – NU-annya seperti tetap menjalankan tahlil, yasin, dan qunut.

#### **4. Era Digital**

Era digital adalah masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital seperti computer, smartpone yang terhubung dengan internet. Yang berawal menggunakan buku di era sekarang sudah ada ebook sehingga mempermudah pengguna dalam mencari pengetahuan lainnya. Bukan hanya buku saja tetapi banyak yang dapat melalui sosial media, seperti sekolah dan pondok pesantren yang sudah menggunakan sebagai sarana pemasaran. Dengan sosial media tersebut pihak sekolah atau pondok pesantren bisa menyebarluaskan kegiatan – kegiatan yang dilakukan yang dijadikan sebagai bahan daya tarik untuk calon santri baru.

Era digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat besar bagi public dan kepentingan bisnis. Namun juga memberikan tantangan terhadap segala bidang

kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Penggunaan teknologi memang sangat memudahkan kehidupan, namun gaya hidup digital pun akan semakin bergantung pada penggunaan ponsel dan computer.

Seperti pada umumnya penggunaan teknologi di era sekarang banyak sekali manfaatnya tetapi jika penggunaan digunakan sebaik mungkin, bisa juga menjadi hal negative karna tidak digunakan sebaik baiknya. Adapun manfaat penggunaan teknologi digital yaitu :

- a. Mudah mendapatkan informasi
- b. Mempermudah komunikasi
- c. Menstimulasi kreativitas
- d. Memudahkan proses belajar

Adapun beberapa resiko yang didapat ketika terlalu sering menggunakan jaringan teknologi tersebut, diantaranya adalah :

- a. Gangguan fisik

Orang yang cenderung terlalu sering menggunakan teknologi digital secara berlebihan dan terus menerus biasanya terkena gangguan kesehatan mata, jam tidur yang jadi tidak teratur, mempengaruhi kemampuan konsentrasi saat belajar dan bekerja, ketidak seimbangan perkembangan motoric kasar dan

halus (tidak banyak menggerakkan tubuh), gangguan pencernaan.

b. Gangguan perkembangan bahasa dan sosial

Menjadikan anak jarang bergaul dengan lingkungan sekitar, mengurangi waktu bersama keluarga, dan bisa menunda perkembangan bahasa anak terutama balita umur 2 tahun.<sup>46</sup>

## **B. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan penelitian untuk mempertajam metodologi, memperkuat kajian teoritis dan memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Dalam menyusun penelitian ini ada beberapa yang dianggap relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah :

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Nisa pada tahun 2017 dengan judul “ *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul ‘Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah*” penelitian ini menjelaskan bahwa pentingnya pemasaran yang dilakukan oleh pondok pesantren agar masyarakat lebih mengenal lembaga tersebut dan pondok pesantrenpun dapat menambah peminat untuk belajar

---

46. Gln.kemdikbud.go.id

mendalami ilmu agama islam.<sup>47</sup> Dalam skripsi tersebut dan penelitian saya sama – sama membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren yang membedakan adalah tempat penelitian, waktu penelitian, dan hasil penelitian.

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Novita Mahmudatur Roisah pada tahun 2019 dengan judul “ *Implementasi Promosi Program Tahfidzul Quran Di Pondok Pesantren Rijalul Quran Pakintelan Gunungpati Kota Semarang*” penelitian tersebut menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan di pondok pesantren Rijalul Quran yaitu dengan menggunakan salah satu keunggulannya yaitu tahfidzul q u r a n a t a u menghafalkan alquran.<sup>48</sup> Penelitian ini sama – sama meneliti tentang bagaimana dan apa yang dilakukan pondok pesantren dalam mengenalkan lembaganya ke masyarakat lebih luas, perbedaannya yaitu penelitian ini mengambil tempat penelitian yang mempunyai keunggulan untuk melakukan promosinya sehingga

---

47. Nisa' Khoirun, Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah, Skripsi, Lampung : Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017

48. Mahmudatur Roisah, Implementasi Promosi Program Tahfidzul Quran di Pondok Pesantren Rijalul Quran Pakintelan Gunungpati Kota Semarang, Skripsi. Semarang : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019

relative mudah, sedangkan penulis mengambil tempat penelitian yang masyarakat belum terlalu mengetahui keberadaan pondok pesantren tersebut.

- 3) Jurnal yang dilakukan oleh Nunung Nurmalasari, Imas Masitoh pada tahun 2017 dengan judul "*Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*" Volume 4, Nomor 3. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kegiatan manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial untuk mengoptimalkan publikasi dalam upaya mempromosikan sekolah MA YPP Babakan Jamanis. Persamaan dalam jurnal tersebut yaitu karena sama-sama membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan di era digital.
- 4) Jurnal yang ditulis dan teliti oleh Dian, Iis Rosbiah, dan Ari Prayoga pada tahun 2020 dengan judul "*Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah*" volume 3, nomer 1, p-ISSN:2615-0212, e-ISSN:2621-2838. Penelitian tersebut sama-sama membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan di lembaga pendidikan islam.

Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu sama – samatentang bagaimana mempromosikan atau pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pondok pesantren yang merupakan kegiatan sangat penting dalam sebuah

lembaga atau organisasi, yang membedakannya adalah waktu, tempat dan tentu hasil yang diperoleh.

### **C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir adalah suatu bentuk dari keseluruhan proses penelitian dimana kerangka berfikir ini menjelaskan mengapa dilakukannya penelitian ( latar belakang masalah ), bagaimana proses penelitian, untuk apa hasil penelitian diperoleh, dalam kesempatan kali ini penulis mengambil judul skripsi “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Quran Sirau Kemranjen Banyumas” berdasarkan latar belakang masih ada permasalahan yaitu mengenai pemasaran jasa untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pendidikan.

Pondok pesantren Roudhotul Quran merupakan lembaga yang cukup baik bila dilihat dari prestasi dan para alumninya. Tetapi masih ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pondok pesantren diantaranya yaitu mengenai pemasaran pondok pesantren yang kurang diketahui masyarakat luas, dan kurangnya informasi yang jelas mengenai pondok pesantren mengingat letak pondok pesantren yang berada di tengah pedesaan. Maka dari itu agar pondok pesantren selalu mendapatkan peminat pelanggan harus melakukan pemasaran pendidikan dengan berbagai cara strategi.

Strategi Pemasaran Pondok  
Pesantren Roudhotul Quran  
Sirau, Kemranjen, Banyumas



1. Lokasi kurang strategis
2. Mempertahankan kehidupan pesantren
3. Persaingan antara lembaga
4. Menambah peminat jasa



Periklanan

1. Media online
2. Brosur/ selebaran
3. Pamflet



Tujuan

1. Agar masyarakat lebih tahu keberadaan pondok pesantren
2. Masyarakat tertarik menggunakan jasa pendidikan
3. Menambah konsumen jasa
4. Organisasi tetap hidup dan semakin berkembang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berarti untuk memahami fenomena apa yang terjadi dalam pelaksanaan penelitian tersebut dan dijelaskan atau deskripsikan secara tulisan, dan bukan berupa angka. Misalnya apa yang terjadi di lapangan saat melakukan penelitian, dengan mendeskripsikan melalui kata – kata dalam satu konteks bahasa alamiah<sup>49</sup> data yang disajikan dalam bentuk verbal bukan dalam bentuk angka. Data penelitian kualitatif ini gambaran umum objek penelitian, misalnya seperti sejarah singkat berdirinya lembaga, letak geografis lembaga, visi, misi, struktur organisasi suatu lembaga tersebut.

Penelitian kualitatif ini cenderung melakukan analisis terhadap kondisi yang sesuai kenyataan dan tidak membutuhkan data statistic karena hasilnya cenderung berupa deskripsi. Selain itu juga mengumpulkan dokumen berupa foto, hasil wawancara, dan lainnya, oleh karena itu pendekatan ini merupakan pendekatan kualitatif deskriptif.

---

49. Lexy J Molong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004) hlm 6

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai keadaan. Penelitian ini dilakukan juga agar memperoleh informasi mengenai keadaan saat itu juga.

Alasan peneliti mengambil metode kualitatif deskriptif yaitu untuk mengetahui secara langsung kegiatan apa yang dilakukan oleh lembaga pondok pesantren dalam pemasaran di lembaganyanya, dan upaya apa saja yang telah dilakukan sehingga mendapatkan pelanggan pendidikan atau santri menjadi banyak dan terus berkembang.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Quran tentang bagaimana pondok pesantren melakukan pemasarannya sehingga pondok pesantren menjadi terkenal bukan hanya dikalangan sekitar pondok saja melainkan sudah menyebar luas dan banyak santri yang belajar di pondok pesantren Roudhotul Quran walaupun pondok pesantren ini berada ditengah pedesaan atau jauh dari perkotaan.

Dari penjelasan diatas penulis ingin meneliti lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana dan cara apa yang digunakan dalam pemasaran pondok pesantren tersebut sehingga bisa menjadi pondok pesantren yang diminati banyak orang. Dan ingin mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan strategi yang telah

digunakan pondok pesantren. Sehingga kemudian diharapkan sebuah kelemahan bisa menjadikan motifasi.

Penelitian ini akan dilakukan cukup memakan waktu yang singkat dikarenakan sedang dalam kondisi PPKM yang mana pihak pondok pesantren pun membatasi orang berkunjung disekitar pondok pesantren, maka dari itu peneliti melakukan wawancara dengan virtual tetapi setelah masa PPKM darurat ini selesai peneliti akan melakukannya dengan melihat kondisi secara langsung.

### **C. Sumber Data**

Sumber data yaitu semua informasi didapat dan peroleh dan dapat dijadikan data peneliti<sup>50</sup> dalam penelitian ini dapat dikelompokan menjadi 2 sumber data, yaitu sebagai berikut :

#### **1. Sumber Data Premier**

Menurut Sugiyono data premier yaitu sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Yaitu berupa wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi maupun pengamatan langsung<sup>51</sup>

Sumber data premier sumber data yang diperoleh dari pengurus pondok pesantren yang telah membantu

---

50. Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hlm 86

<sup>51</sup> <https://www.info.populix.co/post/data-primer-adalah>

memberikan keterangan secara menyeluruh mengenai proses pemasaran yang dilakukan pondok pesantren.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder yaitu sebagai pendukung data primer, data sekunder ini diperoleh dari objek penelitian. Dalam hal ini data sekunder yang didapatkan melalui observasi dan dokumentasi. Adapun data – data yang dijadikan acuan diambil dari beberapa sumber yaitu santri, dan dokumentasi.

### **D. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan hal yang akan diteliti dalam sebuah kegiatan penelitian untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas. Maka dalam penelitian ini harus ada focus yang dijadikan kajian dalam penelitian.

Dalam penelitian ini penulis telah menekankan pada strategi pemasaran di pondok pesantren Roudhotul Quran Sirau Kemranjen Banyumas.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data tersebut diperoleh. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menjabarkan beberapa teknik yaitu sebagai berikut :

## 1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data yang dilakukan dengan cara menanyakan kepada pihak pondok pesantren dengan cara tatap muka mengenai focus penelitian yang dibutuhkan penulis<sup>52</sup>

Metode wawancara digunakan untuk menggali data utama terkait dengan focus penelitian. Data utama yang dimaksud adalah mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul Quran Banyumas, adapun pihak wawancara yaitu antara penulis dengan wakil ketua, tim media, dan santri dari pondok pesantren yang akan memberikan informasi mengenai proses pemasaran yang telah dilakukan. Sebelum wawancara dimulai penulis akan mencatat apa saja yang akan dipertanyakan agar bisa berjalan sesuai dengan rencana dan menjadi terarah.

## 2. Observasi

Observasi menurut Nawawi dan Martini yaitu merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur = unsur yang tampak dalam suatu lapangan penelitian<sup>53</sup>

---

52. Abdur Rohman, *Metode Penelitian Tindakan Sekolah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hlm 176

53. Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009) hlm 134

Jenis observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi partisipasi yaitu ikut mengamati dalam kegiatan yang sedang berlangsung, pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan dan hanya berperan sebagai pengamat kegiatan<sup>54</sup> metode observasi ini digunakan agar dapat memperoleh data tentang strategi pemasaran di pondok pesantren Roudhotul Quran Sirau Kemranjen Banyumas.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data informan dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar, yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Dokumentasi yang diperoleh peneliti yaitu foto kegiatan, dokumentasi mengenai kepengurusan pondok pesantren, daftar biaya dipesantren, jumlah santri dalam 3 tahun terakhir.

### **F. Uji Keabsahan Data**

Triangulasi atau uji keabsahan data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri untuk keperluan pengecekan atau pembanding. Triangulasi data digunakan sebagai proses

---

54. Nana Syaodih Sukmandita, *Metode Penelitian Pendidikan Cet Enam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) hlm 254

pemanfaatan derajat kepercayaan (kreadibilitas/vasilitas) dan konsisten (realibilitas) data, serta manfaat juga sebagai alat bantu analisis data lapangan.<sup>55</sup> Adapun triangulasi yang dilakukan penulis yaitu :

### **1. Triangulasi sumber**

Triangulasi sumber yaitu menguji kreadibilitas sumber dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber<sup>56</sup>

Yang dilakukan peneliti yaitu dengan pengecekan data yang berasal dari wakil ketua putri, tim media, dan santri dari pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas.

### **2. Triangulasi teknik**

Triangulasi teknik berarti menguji kreadibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda<sup>57</sup>

Dalam pelaksanaannya data yang berasal dari wawancara kemudian penulis mengecek dengan hasil observasi yang peneliti lakukan selama masa penelitian

---

55. Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013) hlm 218

56. Sigiyo, *Metode Penelitian Pendidikan Metode Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm 275

57. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2015) hlm 274

untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh pondok pesantren dan tidak lupa akan adanya dokumentasi.

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dan hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi, dengan mengelompokan data dalam kategori, menyusun pola sehingga bisa memilih mana yang lebih penting dan dapat dipelajari sehingga mampu membuat kesimpulan yang dapat dipahami semua orang.<sup>58</sup>

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat proses wawancara, peneliti sudah melakukan analisis jawaban yang diwawancarai, apabila jawaban yang diperoleh belum memuaskan maka peneliti akan menanyakannya lagi sampai memperoleh jawaban yang dianggap memuaskan. Langkah – langkah analisisnya dapat dijabarkan sebagai berikut :

### **1. Reduksi data**

Data yang diperoleh dalam lapangan dikatakan cukup banyak maka perlu dicatat secara rinci dan teliti.

---

58. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm 246

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>59</sup> Peneliti merangkum data yang diperoleh selama penelitian.

## **2. Penyajian data**

Kemudian penyajian data yang biasanya dalam metode kualitatif ini dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik dan sejenisnya. Dengan penyajian yang seperti itu maka akan tersusun dalam pola hubungan dan mudah dipahami oleh pembaca. Penyajian data yang dilakukan yaitu dengan menyajikan data yang dibutuhkan dalam strategi pemasaran pondok pesantren.

## **3. Kesimpulan**

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles Huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang telah dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada saat tahap pengumpulan berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang diberikan pada awal telah didukung oleh bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan menumpulkan data, maka

---

59. Sugiyono, ibid hlm 338

kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.<sup>60</sup>

---

60. Sugiyono, ibid 345

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terkait strategi pemasaran pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital, dapat di deskripsikan sebagai berikut :

##### **1. Gambaran Umum Pondok Pesantren Roudhotul Quran**

Pondok pesantren Roudhotul Quran beralamat di Desa Sirau RT 02 RW 02, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Walaupun di desa yang jauh dari perkotaan namun desa tersebut ramai dengan santri yang merantau dan menuntut ilmu. Banyak warga Banyumas bahkan luar kota pun mengetahui akan desa tersebut karena terkenal dengan pondok pesantrennya.

Pondok pesantren Roudhotul Quran bukan satu-satunya yang berada di desa tersebut, namun pondok pesantren Roudhotul Quran lah yang menjadi dominan untuk santri putri di desa tersebut. Selain itu pondok pesantren juga terkenal akan pondok alquran yang mana pengasuhnya adalah tahfidz quran.

Pondok pesantren sudah berdiri sejak tahun 1986 yang berawal dari 6 santri hingga kini tahun 2021 sudah

mencapai sekitar 600 santri putra dan putri. Santrinya pun berbagai macam usia dan asal daerah. Di sekitar pondok pesantren tersedia banyak sekolah mulai dari TK/RA sampai SMA/SMK.

Fasilitas pondok pesantren sudah memadai mulai dari kamar, ruang belajar, dan kamar mandi. Fasilitas yang didapatkan santri sesuai dengan harga yang dibayarkan setiap bulannya, karena jumlah santri yang banyak sehingga ada beberapa fasilitas yang kurang tercukupi seperti air untuk mandi. Namun semua fasilitas yang diberikan membuat nyaman untuk belajar dan istirahat santri.

## **2. Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di Era Digital**

Pondok pesantren Roudhotul Quran 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 makainya. Terlebih pondok pesantren Roudhotul Quran 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 Roudhotul Quran melakukan strategi pemasaran yang dapat dikelompokkan berdasarkan 4 bauran pemasaran, antara lain : produk, harga, tempat, promosi. Lebih rincinya akan dijelaskan dibawah ini:

a. Produk

Produk yang ditawarkan pondok pesantren Roudhotul Quran memang tidak banyak tetapi selalu menjadi banyak peminat. Keterampilan yang menyangkut komunikasi, kerjasama, kreatifitas, dan keterampilan emosional.

Adapun soft skill yang dimiliki pondok pesantren Roudhotul Quran diantaranya adalah : tahfidz al – quran, khitobah, kitab kuning, tilawatil quran, dan rebana.

Diantara keunikan soft skill yang dimiliki pondok pesantren Roudhotul Quran 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.<sup>61</sup>



*Gambar 4.1 simakan santri tahfidz*

Foto diatas menunjukkan bahwa santri putri yang sedang simakan tahfidz kepada ustadzah.

Menurut hasil wawancara dengan Putri Nazilatun yang merupakan santri Roudhotul Quran mengatakan bahwa santri banyak yang

---

61. Observasi pondok pesantren Roudhotul Quran

menghafalkan alquran namun tidak diwajibkan seluruh santri dapat menjadi tahfidz.<sup>62</sup>

## 2) Khitobah/pidato

Sebagai pengembangan bakat minat pondok pesantren menyediakan kegiatan khitobah yang dilaksanakan satu minggu sekali setiap malam ahad. Hal tersebut dilakukan para santri dengan cara bergilir pada setiap kamar.

“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”<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Putri Nazilatun santri pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

<sup>63</sup>. Wawancara dengan Mamluatul Muarifah wakil ketua pondok pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas, pada 3 September 2021, pukul 14.00



*Gambar 4.2 santri sedang melakukan khitobah*

Gambar diatas menjelaskan bahwa salah satu santri sedang melakukan khitobah atau pidato dalam pembelajaran pengembangan diri.

### 3) Pembelajaran kitab kuning

Pembelajaran kitab kuning memang sudah banyak dipondok pesantren yang melakukannya. Dipondok pesantren Roudhotul Quran 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.

Madrasah diniyah dibedakan menjadi 4, yaitu awaliyah, idadiyah, wusho, dan ulya. Untuk waktu pembelajaran kitab ba'da maghrib dan ba'da isya. Sedangkan untuk simakan atau mengaji juz amma dan al – quran ba'da subuh dan ba'da ashar. Selain itu santri melakukan sekolah formal dan bagi santri takhasus atau yang menghafalkan saja melakukan kegiatan sendiri-sendiri.

Kitab yang dipelajari untuk tingkat awaliyah yaitu mabadiul awaliyah, nahwu shorof dasar, dan juz 'amma. Sedangkan untuk tingkat idadiyah ada bahasa arab, risalatul mahid, tafsir yasiin. Untuk tingkat wustho yaitu risalatul mahid, imrithi, bahasa arab. Sedangkan tingkat ulya' ada bulughul maram, tafsir jalalin, dan lain sebagainya.

Pembagian kelas madrasah dikelompokkan sesuai dengan kemampuan santri

dalam memahami pembelajaran madrasah diniyahnya. Berikut adalah jumlah dalam setiap kelas madrasah serta rentan usia dalam setiap kelasnya :

Kelas	Jumlah	Rentan usia
Awailayah	139	12-13 tahun
Idadiyah A	115	13-16 tahun
Idadiyah B	175	13-16 tahun
Wustho	142	14-16 tahun
Ulya'	66	18-25 tahun

Hal tersebut dikuatkan oleh wawancara dengan salah satu santri yang masih menempuh beberapa tahun dipondok pesantren

“Kalo untuk madrasah itu dibagi menjadi beberapa kelas mba, jadi pembelajaran kitab kuning juga beda-beda setiap kelasnya. Iya dimulai dari kitab dasarnya. Kitabnya juga banyak, kalo saya sudah ditahap tafsir jalalin, bulughul maram, tafsir yaasin. Setiap tahunnya juga diadakan tes seperti sekolah formal. Yang bisa ya berarti

melanjutkan ke kelas yang lebih tinggi lagi.”<sup>64</sup>



*Gambar : 4.3 pembelajaran kitab kuning/madrasah*

Gambar diatas menjelaskan salah satu produk pondok pesantren Roudhotul Quran yaitu dengan pembelajaran kitab kuning metode bandongan yaitu santri mencatat apa yang diterangkan oleh kiai/ustadz.

Hal tersebut dikuatkan oleh Mba Mamluatul Muarifah sebagai pengurus pondok pesantren. “Sebenarnya banyak produk atau kegiatan yang dilakukan pondok pesantren namun dalam kondisi yang sedang pandemic covid 19 banyak juga kegiatan yang akhirnya diliburkan, seperti yang dikatakan pengurus pondok pesantren yaitu “kalau kegiatan untuk menunjang bakat dan minat santri banyak, dari segi ketrampilan, pengembangan diri, serta kesehatan. Namun

---

64. Wawancara dengan Putri Nazilatun santri pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas pada 3 September 2021, pukul 15.21

karena sedang pandemic covid 19 ini pondok pesantren terpaksa meliburkan untuk kegiatan yang mengundang dari luar pihak pondok pesantren. Hal ini dilakukan untuk mencegah penyebaran covid 19 ini sih. Dipondok pesantren juga sangat memperhatikan kesehatan santri jadi untuk berjaga-jaga saja”<sup>65</sup>

b. Harga

Harga yang ditawarkan pondok pesantren Roudhotul Quran lebih murah dibandingkan dengan pesantren tahfidz yang berada disekitar pondok pesantren tersebut. Harga jasa pendidikan selama di pondok pesantren tidak dibedakan antara santri sekolah maupun santri takhasus. Yang membedakan hanya santri putra dan putri. Biaya kehidupan santri atau saku pun dibatasi oleh pondok pesantren hal ini bertujuan agar santri bisa berhemat dan lebih prihatin. Karena tujuan utama masuk kepondok pesantren hanyalah untuk belajar dan untuk mensamaratakan sesama santri. Berikut rincinan biaya selama dipesantren yang bisa diangsur setiap bulannya :

Administrasi pendaftaran santri baru putri

NO		TERBILANG
----	--	-----------

---

65. Wawancara dengan Mamluatul Muarifah wakil pondok pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas, pada 3 September 2021, pukul 14.26

1	Pendaftaran	Rp. 100.000,-
2	Syahriyah 1 Bulan	Rp. 100.000,-
3	Makan 1 Bulan ( 2 x Makan )	Rp. 210.000,-
4	Bisyaroh Diniyah 1 Bulan	Rp. 15.0000,-
5	Jasa Kebersihan 1 Tahun	Rp. 100.000,-
6	Kalender	Rp. 25.000,-
7	Almamater (Jas dan Kerudung)	Rp. 200.000,-
8	Kesehatan 1 Tahun	Rp. 50.000,-
9	Pemakaian dipan (selama di pesantren)	Rp. 300.000,-
10	Pemakaian almari (selama di pesantren)	Rp. 125.000,-
11	Jasa Air Minum	Rp. 100.000,-
12	Seragam Olahraga	Rp. 120.000,-
	Total Keseluruhan	Rp. 1.445.000,-

*Tabel 4.1 pembiayaan santri baru putri*

**\*Infaq/investasi akhirat :**

1. Rp. 3.000.000,- atau
2. Rp. 2.000.000,- atau

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

c. Tempat

Tempat pondok pesantren berada di desa Sirau, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Secara global tempat pondok pesantren termasuk strategis karena sebelah jalan walaupun terhitung desa pelosok, namun mudah untuk dicari dan ditemukan.

Sedangkan tempat dipondok pesantren termasuk sudah memadai. Untuk tempat tinggal memang masih satu atap dan tidak membedakan antara santri satu dengan lainnya, namun yang membedakan antara santri MI, dengan lainnya hanya dengan komplek yang berbeda namun masih satu atap.<sup>66</sup>

Wawancara dengan Mamluatul Muarifah mengatakan bahwa tempat tinggal untuk para santri termasuk memadai dan mendapatkan fasilitas seperti kasur, almari. Hasil penelitian tersebut dibuktikan oleh observasi tetapi tidak dapat melihat langsung kamar santri karena sedang masa PPKM dan pondok pesantren sangat menjaga ketat tamu yang datang.

---

66. Observasi dengan Mamluatul Muarifah Wakil Ketua Pondok Pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas, pada 3 September 2021 pukul 13.10 WIB



*Gambar 4.4 lorong pondok pesantren putri*

Gambar diatas memperlihatkan bahwa pondok pesantren rapih dan bersih.



*Gambar 4.5 pondok pesantren tambak depan*

Gambar diatas menunjukkan pondok pesantren tambak depan.

d. Promosi

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 awam pun dapat melihat profil dan kegiatan – kegiatan lainnya.<sup>67</sup>

Pernyataan itu juga dikuatkan oleh tim media dan tim pemasaran pondok pesantren Roudhotul Quran yaitu Sofia Rahmawati yang mengatakan

---

67. Observasi pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

“Benar mba, pondok pesantren memang melakukan pemasaran melalui media sosial juga. Yaa kan karena sekarang sudah serba digital jadi agar tidak tertinggal dengan pondok pesantren yang lain. Walaupun banyak halangannya karena masih awam. Tetapi Alhamdulillah sekarang sudah semakin berkembang baik baik pemasaran pondok pesantren maupun perkembangan web dan media sosial yang semakin menarik”<sup>68</sup>

Dengan melihat santri yang terus bertambah setiap tahunnya mengartikan sebagai keberhasilan pondok pesantren dalam melakukan pemasaran untuk menarik calon santri hal ini terbukti dalam data jumlah santri dalam 3 tahun terakhir.

Tabel jumlah santri pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas dalam tiga tahun terakhir :

Tahun Pelajaran	Jumlah Santri		
	P	L	Total
2018/2019	601	38	639
2019/2020	615	30	645
2020/2021	675	25	700

---

68. Wawancara dengan Sofia Rahmawati tim media pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas pada 3 September 2021 pukul 14.14 WIB

*Tabel 4.3 jumlah santri dalam setiap tahun*

Tabel diatas yaitu bukti peningkatan jumlah santri dalam setiap tahunnya berdasarkan dengan jumlah pendaftaran yang masuk pesantren.

Dalam wawancara dengan Sofia Rahmawati mengatakan “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”<sup>69</sup>

Adapun caranya sebagai berikut :

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

---

69. Wawancara dengan Sofia Rahmawati tim media pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas pada 3 September 2021 pukul 14.14 WIB

memudahkan pembaca mencari tahu lebih lanjut mengenai pondok pesantren tersebut.

Brosur biasanya dibagikan kepada santri ketika hendak pulang liburan, untuk dibagikan kemasyarakat 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.



Gambar 4.6 brosur pondok pesantren

Gambar brosur pondok pesantren Roudhotul Quran. Brosur tersebut peneliti mengambil sampel brosur terbaru yaitu tahun ajaran 2021-2022, brosur tersebut dibagikan

melalui santri dan wali santri yang berkunjung ke pondok pesantren.

Namun, selain dibagikan secara nyata pondok pesantren juga melakukannya disosial media. Seperti pasang status WhatsApp, instragram bahkan banyak santri, wali santri, alumni, bahkan masyarakat sekitar yang turut serta menebarkan melalui media sosialnya. Dengan begitu mudah menyebar luas dan masyarakat semakin mengetahui akan adanya dan layaknya pondok pesantren Roudhotul Quran sebagai tempat belajar mengaji.<sup>70</sup>

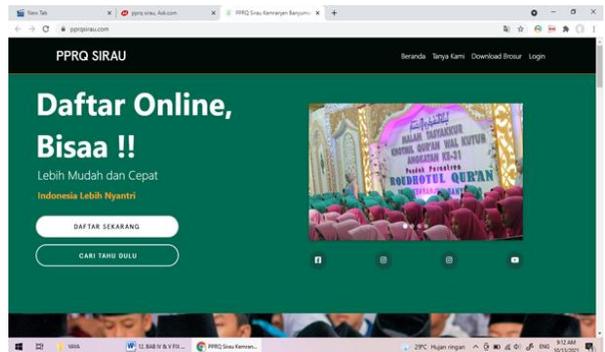
## 2) Web

Adanya web pondok pesantren 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.

---

70. Observasi pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Web tersebut juga bisa digunakan untuk mendaftar santri baru secara online, bukan hanya mendaftar pondok pesantren Roudhotul Quran saja melainkan dalam web tersebut juga mencantumkan sekolah yang berada dalam lingkungan pondok pesantren. Sehingga sangat memudahkan dan menjadikan waktu yang lebih efisien karena bisa melakukannya dimana saja dan kapan saja.



*Gambar 4.7 web pondok pesantren*

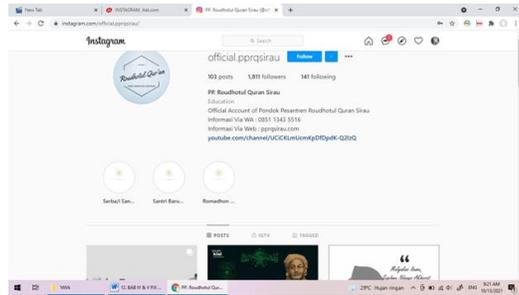
Adapun web yang dimiliki pondok pesantren Roudhotul Quran yaitu <https://pprqsirau.com/> web tersebut bisa diakses oleh semua orang yang mengunjunginya.

### 3) Media sosial

Media sosial yang dimiliki oleh pondok pesantren yaitu Instagram dengan username

@official.pprqsirau dengan link profil

[https://instagram.com/official.pprqsirau?utm\\_m=copy\\_link](https://instagram.com/official.pprqsirau?utm_m=copy_link)



*Gambar 4.8 gambar akun instagram pondok pesantren*

Akun diatas diisi foto kegiatan dan informasi yang sengaja disebar oleh pondok pesantren.

Dan facebook dengan nama P.P Roudhotul-Quran Sirau dengan link profil <https://m.facebook.com/RoudhotulQuranSirau/>



*Gambar 4.9 akun facebook pondok pesantren*

Gambar diatas yaitu akun facebook pondok pesantren yang diisi banyak informasi mengenai pondok pesantren.

Dan youtube PPRQ Sirau yang bisa juga dilihat melalui link <https://youtube.com/channel/UCiCKLmUcmKpDfDpdk-Q2lzQ>



Gambar 4.10 akun youtube pondok pesantren

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 dipondok pesantren.

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.<sup>71</sup>

4) Peran wali santri dan alumni

Wali santri dan alumni juga berperan penting dalam melakukan pemasaran. Setelah melakukan wawancara terhadap santri kebanyakan dari mereka mengetahui pondok pesantren ini karena saudara atau tetangga yang pernah nyantri juga di pondok pesantren Roudhotul Quran. Selain karena wali santri dan alumni peran pengasuh juga sangat kuat, karena terkenalnya pengasuh yang tahfidz al-quran juga karena sosok beliau yang sangat sederhana.

Teknik yang digunakan lumni yaitu dengan cara menceritakan kesanak saudara atau masyarakat sekitar, mengenai bagaimana pembelajaran di pondok pesantren sampai

---

71. Observasi pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

fasilitas yang didapat. Banyak yang mengaguminya dan banyak juga yang tidak berkenan, tetapi banyak juga yang melihat atas keberhasilan dari alumni tersebut sehingga banyak yang tertarik.<sup>72</sup>

### 3. Factor Pendukung dan Hambatan Dalam Pemasaran Pondok Pesantren

Factor pendukung dan penghambat yang dialami oleh pondok pesantren Roudhotul Quran bervariasi dan tidak selalu sama setiap tahunnya. Berikut akan diuraikan factor pendukung dan penghambat dalam pemasaran yang terbagi dengan 4 p :

#### a. Produk

Dengan adanya produk yang ditawarkan di pondok pesantren tentu akan adanya beberapa factor. Factor pendukung dalam pemasaran yaitu tahfidz menjadi keunggulan dalam produk pondok pesantren yang banyak diminati masyarakat luar.

Seperti yang dikatakan Sofia Rahmawati yaitu “Banyak yang tertarik pondok pesantren

---

72. Wawancara dengan Sofia Rahmawati Tim Media Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas, pada 3 September pukul 13.20 WIB

karena pengasuh juga menghafal alquran sehingga orangtua santri tertarik.”<sup>73</sup>

Adapun factor penghambatnya karena setiap tahunnya yang mampu menyelesaikan alquran tidak banyak. Hal tersebut menjadi hambatan karena menjadikan nilai rendah.

b. Harga

Pendukung dari harga yaitu relative murah dan tidak membandingkan dengan penghasilan walisantri atau disamaratakan. Sedangkan factor penghambatnya yaitu banyak walisantri yang protes akan fasilitas yang didapatkan, bahkan tidak banyak yang meminta bayar lebih mahal tetapi harus mendapatkan fasilitas tambahan.

Hal tersebut dikuatkan oleh hasil wawancaranya dengan Mamluatul Muarifah “biaya yang pondok pesantren dibagi antara santri putra dan putri, lalu santri lama dan baru. Kami tidak membedakan antara yang

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Sofia Rahmawati Tim Media Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

ekonomi kelas atas maupun menengah ke bawah”<sup>74</sup>

c. Tempat

Factor pendukung dari tempat tersebut yaitu karena mudah dijangkau walaupun berada ditengah perdesaan. Factor penghambatnya yaitu santri tidak selalu menjaga kebersihan sehingga masih banyak tumpukan sampah yang tidak terbuang dan berserakan. Sehingga hal tersebut menjadi nilai negatif.

“Biasanya santri tidak semuanya menjaga kebersihan sehingga tidak sedikit sampah yang masih berserakan diluar tempat sampah”<sup>75</sup>

d. Promosi

Promosi melalui media sosial menjadikan factor pendukung karena mudahnya tersebar informasi mengenai pondok pesantren, dan memudahkan informan mendapatkan apa yang dicari mengenai pondok pesantren.

Penghambat yang dilaluinya yaitu karena sudah mencetak brosur banyak tetapi justru

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Mamluatul Muarifah wakil ketua pondok pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

<sup>75</sup> Ibid

sedikit peminat yang baca mengenai informasi tersebut.

Yang dikatakan Sofia Rahmawati dalam penjelasannya “adanya media sosial justru sangat membantu dalam proses pemasaran, tetapi ya begitu jadinya brosur yang kami cetak menjadi terbengkalai karena sangat minim pembaca”<sup>76</sup>

## **B. Analisis Data**

### **1.Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Quran**

Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam bab I bahwa penelitian ini focus pada strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul Quran dalam era digital dan mengetahui apa saja yang menjadi hambatan dan pendukung dalam melakukan pemasaran. 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. Berdasarkan pembahasan temuan penelitian berdasarkan focus penelitian dan teori terkait dengan strategi

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Sofia Rahmawati Tim Media pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

pemasaran produk di pondok pesantren Roudhotul Quran yaitu :

Berdasarkan uraian data strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas dapat dianalisis bahwa pondok pesantren Roudhotul *Quran* Kemranjen Banyumas secara tidak langsung menggunakan strategi pemasaran yang meliputi 4 aspek, diantaranya adalah :

#### **a. Produk**

Produk yang ditawarkan oleh pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas yaitu mencetak generasi yang mencintai alquran, banyak santri yang memutuskan untuk menjadi tahfidz alquran walaupun tidak diwajibkan oleh pihak pondok pesantren namun santri-santri bersemangat untuk melanjutkan ke jenjang tahfidz alquran. Selain itu pondok pesantren juga menawarkan madrasah diniyah sebagai pelengkap mempelajari ilmu agama. Karena alquran saja tidak cukup untuk menjalani kehidupan di era seperti sekarang.

Dalam temuan penelitian pondok pesantren juga berupaya memasarkan produk yang dihasilkan pondok pesantren. Seperti teori yang menjelaskan bahwa bauran produk hal yang ingin dicapai yaitu diferensiasi produk, untuk memudahkan konsumen mengenali produk yang

dipasarkan pondok pesantren. Dunia pendidikan produk merupakan jasa yang disediakan oleh lembaga pendidikan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>77</sup>

Dalam strategi pemasaran pendidikan kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas, sebab konsumen lebih memilih yang berkualitas walaupun harga mahal.<sup>78</sup>

#### **b. Harga**

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 tersebut<sup>79</sup>.

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

---

<sup>77</sup> Maskub Abrori, Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/TK Samarinda', SYAMIL : *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal Of Islamic Education)*, 3.2 (2015)

<sup>78</sup> Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*, Jurnal Madaniyah

79. Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta : Rencana Prenada Media Grup, 2012) hlm 110

pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas dibedakan antara santri putra dan santri putri. Untuk santri baru putra Rp. 1.125.000., sedangkan biaya perbulannya Rp. 430.000., sedangkan untuk biaya santri baru putri Rp. 1.445.000., sedangkan untuk biaya perbulannya Rp. 325.000.

Dalam pengamatan peneliti, harga yang ditawarkan pondok pesantren relative standar dan sesuai dengan sasaran, baik untuk kelas menengah atas maupun kelas menengah bawah. Dan harga yang tertera juga sebanding dengan jasa pendidikan yang ditawarkan selama konsumen di pondok pesantren.

### **c. Tempat**

Tempat yang disediakan pondok pesantren cukup luas dan bikin nyaman untuk belajar maupun istirahat. Tempat pondok pesantrenpun 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<sup>80</sup>

#### **d. Promosi**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk agar bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak dapat bermanfaat dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen.<sup>81</sup> Seperti yang dilakukan Pondok pesantren Roudhotul Quran melakukan promosi melalui media sosial dan konvensional.

Menurut penulis, promosi yang dilakukan oleh pondok pesantren cukup baik, karena menggunakan 2 metode walaupun di era yang serba digital. Baik yang melalui media sosial karena lebih cepat tersebar ke seluruh masyarakat yang menggunakan media sosial, dan tentu saja lebih murah dan tidak terikat oleh waktu. Sedangkan menggunakan metode konvensional dengan membagikan kalender dan brosur. Dimana brosur dan kalender tersebut didesain semenarik mungkin dan mencantumkan kegiatan apa saja yang diadakan di pondok pesantren, dan lainnya.

## **2. Factor Pendukung dan Penghambat dalam pemasaran**

Faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul

---

<sup>80</sup> Imam Faizin. Ibid

<sup>81</sup>. Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran*, (Depok, Raja Grafindo Persada, 2013), hlm 121

Quran yaitu berbagai cara dan variasi. Berdasarkan bauran pemasaran yang sudah dijelaskan diatas, peneliti akan menjelaskan beberapa faktor diantaranya :

a. Produk

Pendukung dan penghambat dalam produk sudah menjadi hal biasa. Dimana program tahfidz menjadi keunggulan dalam pondok pesantren. Dan output yang sedikit justru menjadikan penghambat dalam pemasaran.

b. Harga

Harga yang relative murah dibandingkan dengan yang lain menjadi pendukung dalam pemasarannya. Sedangkan dengan harga tesebut tentunya akan membawa hasil yang sesuai seperti fasilitas yang kurang lengkap tentu akan menjadi penghambat bagi beberapa santri.

c. Tempat

Tempat yang mudah dijangkau menjadikan pendukung bagi calon santri maupun santri yang berkunjung. Dan penghambatnya yaitu karena masih banyaksantri yang belum menjaga kebersihan.

d. Promosi

Promosi melalui media sosial menjadikan pendukung bagi pondok pesantren selain murah juga lebih efisien dalam waktunya. Penghambatnya karena pondok pesantren sudah mencetak banyak brosur tetapi tidak banyak yang minat untuk membacanya sehingga menjadi kerugian bagi pondok pesantren.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian tentu banyak kekurangan dan kelemahan yang dimiliki peneliti, walaupun peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin dengan tenaga dan pemikiran yang terbatas untuk membuat penelitian ini menjadi sempurna. Adapun keterbatasan penelitian dalam yang dialami oleh peneliti dalam menyesuaikan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang strategi pemasaran pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas di era digital
2. Keterbatasan waktu dalam penelitian. Penelitian ini dilaksanakan ketika pandemic covid 19 dan disaat peneliti mengerjakan skripsi sehingga menunggu waktu yang pas dan dengan waktu yang singkat.

3. Keterbatasan kondisi dan kemampuan peneliti untuk mengkaji masalah yang diangkat
4. Sebelum melakukan penelitian penulis telah melakukan serangkaian metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data atau informasi yang valid dan reliable sehingga metode penelitian yang digunakan sudah layak untuk mengetahui strategi pemasaran di pondok pesantren Roudhotul Qur'an Kemranjen Banyumas. Namun demikian, pengumpulan data melalui ini masih terdapat kelemahan - kelemahan seperti jawaban informan yang kurang tepat dan sesuai, pertanyaan yang kurang lengkap sehingga kurang dipahami oleh informan, kurang memahami isi dokumentasi dan serta waktu observasi yang singkat.

Terlepas dari adanya kekurangan namun hasil penelitian ini telah memberikan informasi-informasi yang sangat penting bagi lembaga pendidikan khususnya pendidikan non formal yang berbasis pendidikan Islam. Dengan adanya implementasi promosi yang tepat maka lembaga pendidikan akan mencapai tujuan dengan cepat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta analisis data sebagaimana yang telah peneliti paparkan, dapat ditarik kesimpulannya bahwa :

1. 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 (1) Produk, melalui produk yang ditawarkan yaitu tahfidz, khitobah, dan madrasah diniyah yang merupakan keunggulan dari pondok pesantren tersebut. (2) Harga yang ditawarkan relative murah dan tidak membedakan setiap santrinya. (3) Tempat pondok pesantren mudah ditemukan walaupun di tengah pedesaan, dan tempat yang disediakan pondok pesantren sudah termasuk lengkap mulai dari kamar untuk istirahat dan tempat untuk pembelajaran. (4) Promosi yang dilakukan pondok pesantren Roudhotul Quran menggunakan 2 metode yaitu konvensional dengan membagikan brosur, dan metode digital dengan cara media sosial yang menyebarkan informasi mengenai pondok pesantren, selain itu juga dibantu oleh walisantri dan alumni yang ikut serta menyebarluaskan melalui caranya.

2. Faktor pendukung dan hambatan yang dilalui pondok pesantren berdasarkan pemasaran yang dilakukan juga sesuai dengan bauran pemasaran yang dilakukan, melalui produk, harga, tempat/lokasi dan promosi. Yang akan disimpulkan sebagai berikut (1) Produk sebagai faktor pendukung karena menjadikan tahfidz program keunggulan. Faktor penghambatnya karena kemampuan santri yang berbeda sehingga kelambatan santri dalam menghafal sehingga menjadikan nilai negative karena pondok pesantren berbasis quran/tahfidz. (2) Faktor pendukung mengenai harga yaitu karena relative murah dan terjangkau untuk semua kalangan ekonomi. Penghambatnya yaitu banyak walisantri yang menginginkan harga yang mahal tetapi mendapatkan fasilitas lebih untuk anaknya, sedangkan pondok pesantren tidak bisa membedakan antara santri. (3) Tempat yang mudah dijangkau menjadikan pendukung dalam melakukan promosi karena calon pelanggan dengan mudah mencari dan menjangkau untuk survey tempat. Faktor penghambatnya yaitu karena masih ada santri yang belum bisa menjaga kebersihan sehingga dibebberapa titik pondok pesantren terlihat kotor sehingga menjadikan nilai negative untuk calon pengguna. (4) Promosi yang dilakukan mendapatkan dukungan melalui adanya sosial media yang

dengan cepat menyebarluaskan informasi mengenai pondok pesantren. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu semakin berkurangnya peminat brosur sehingga pondok pesantren mengalami kerugian dalam mencetak brosur.

## **B. Saran**

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

1. Dalam strategi pemasaran sebaiknya pondok pesantren 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.
2. Dengan adanya penghambat dalam pemasaran, diharapkan dapat meminimalisir dan mengatasinya dengan baik. Sehingga dapat menjadikan masukan dan tidak menjadikan memperburuk keadaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman Mas'ud, *Menuju Paradigma Harmonis*, (Yogyakarta : Gama Media, 2003, V)
- Abdur Rohman, *Metode Penelitian Tindakan Sekolah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hlm 176
- Abdurrohman Wahid, *Menggerakkan Tradisi, Esai – esai Pesantren*, (Yogyakarta, LKIS,2001)
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009)
- Alamsyah Ratu Prawiranegara, *Pembinaan Pendidikan Agama*, (Jakarta, Depag. RI)
- Amin Haedari dkk, *Masa Depan Pesantren Dalam Tanganan Modernitas dan Tantangan Komplexitas Global*
- Ari Agung Pramono, *Model Kepemimpinan Kiai Pesantren Ala Gus Mus*, (Jakarta : Pustaka Ilmu, 2017)
- Ari Prayoga dan Jaja Jahari, *Manajemen Jejaring Kerjasama Pondok Pesantren*, Al- Ma'arif : Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya, 01.02 (2019)
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.(Bandung: Alfabeta,2011)
- Danang Suntoyo, *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategis dan Kasus*, (Yogyakarta:CAPS, 2014)

Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, (Jakarta : Grasindo, 2001)

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990)

Departemen Agama RI, *Pedoman Pembinaan Pondok Pesantren*, (Jakarta : Ditjen Binbaga Islam)

Dokumen sejarah pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Gln.kemdikbud.go.id

[http://allofinfondunia.blogspot.com/2015/12/pemasaran-  
pendidikan.html?m=1](http://allofinfondunia.blogspot.com/2015/12/pemasaran-<br/>pendidikan.html?m=1)

<http://e-journal.uajy.ac.id/8476/3/TA213714.pdf>

<http://e-journal.uajy.ac.id/6157/3/MM201756.pdf>

[https://newspetropol.com/indonesia-pintar-wajib-belajar-12-tahun-  
gratis/](https://newspetropol.com/indonesia-pintar-wajib-belajar-12-tahun-<br/>gratis/)

[https://pengertianartidefinisidari.blogspot.com/2019/10/pengertian-  
pesantren-kyai-dan-santri.html](https://pengertianartidefinisidari.blogspot.com/2019/10/pengertian-<br/>pesantren-kyai-dan-santri.html)

[https://www.rijal09.com/20166/03/pemerataan-pendidikan-di-  
indonesia.html?m=1](https://www.rijal09.com/20166/03/pemerataan-pendidikan-di-<br/>indonesia.html?m=1)

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

Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013) hlm 218

- KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 4th edn (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- Khoirul Anam, *Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan*, Ta'ulum: Jurnal Pendidikan Islam, 1.2 (2013)
- Lexy J Molong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004)
- Mahmudatur Roisah, Implementasi Promosi Program Tahfidzul Quran di Pondok Pesantren Rijalul Quran Pakintelan Gunungpati Kota Semarang, Skripsi. Semarang : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019
- Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta : Diva Pustaka, 2004)
- Moch, Khafid Fuad Raya, *Jurnal Marketing Jasa di Inatitusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)* Vol. 7 No. 1 Maret 2016
- Mudie, Peter dan Angela Pirrie, *Service Marketing Management*, (London: Elseivier, 2006)
- Muzayin, Arifin, *Kapita Selektta Pendidikan Umum dan Agama*, (Semarang : Toha Putra, 2003)
- Nana Syaodih Sukmandita, *Metode Penelitian Pendidikan Cet Enam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Nisa' Khoirun, Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah, Skripsi, Lampung :

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam  
Negeri Raden Intan Lampung, 2017

Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*,  
(Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

Observasi pondok pesantren Roudhotul Quran

Philip Buckley and Irawan Irawan, 'The Scientific Paradigm of  
Islamic Education Management: Phenomenology  
Perspective', *Jurnal Pendidikan Islam*, 02.01 (2015)

Ratih Hurriyati, *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*,  
(Bandung: Alfabeta, 2012)

Said Aqil Siraj, *Pesantren Masa Depan, Wacana Pemberdayaan  
dan Transformasi Pesantren*, (Bandung : Pustaka Hidayah,  
1999)

Sigiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Metode Kualitatif  
Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015)

Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta,  
2010)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Press,  
2011)

Sholeh Rasyid, *Sebuah Pembaharuan Dunia Pesantren di Banten*,  
(Banten: LPPM La Tansa)

UU RI No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas pasal 4

Wawancara dengan Faizatun Nihla santri putri pondok pesantren  
putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Wawancara dengan Mamluatul Muarifah wakil ketua pondok pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Wawancara dengan Putri Nazilatun santri putri pondok pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Wawancara dengan Sofia Rahmawati Tim Media pondok pesantren putri Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas

Wibowo, 2006. *Manajemen Perubahan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Instrumen Penelitian

##### 1. Pedoman Obsevasi dan Dokumentasi

No.	Focus	Indikator	Data	Teknik pengambilan data		Sumber data
				O	D	
1.	Strategi pemasaran pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas	a. Bauran pemasaran	1. Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan pemasaran	√		Tim media, Tim pemasaran
			2. Sarana prasarana yang menunjang kegiatan santri	√	√	Wakil ketua pondok pesantren
			3. Tempat pondok pesantren yang relative mudah ditemukan	√		Wakil ketua pondok pesantren
		b. Elemen pondok pesantren	1. Jumlah santri dalam 3 tahun terakhir	√	√	Sekretaris pondok pesantren
			2. Fasilitas yang didapatkan santri		√	Wakil ketua pondok pesantren
		c. Era digital	1. Pembentukan tim pemasaran		√	Tim media, Tim pemasaran
			2. Pembentukan tim media dalam pemasaran		√	

## 2. Pedoman wawancara

No	Variabel	Indikator	Deskripsi	Instrumen/Pertanyaan
1	Pemasaran	Bauran pemasaran	Upaya dalam pemasaran pondok pesantren	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja yang dilakukan pondok pesantren dalam upaya pemasaran pondok pesantren?</li> <li>2. Apakah biaya selama dipondok pesantren dijadikan daya tarik pemasaran?</li> <li>3. Adakah kegiatan yang bekerja sama dengan pihak luar pondok pesantren?</li> </ol>
		Fungsi pemasaran	Perencanaan dan pelaksanaan dalam pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pondok pesantren melakukan promosi melalui media sosial?</li> <li>2. Media sosial apa saja yang digunakan pondok pesantren dalam upaya pemasaran?</li> <li>3. Adakah pihak lain yang berperan dalam pemasaran pondok pesantren?</li> </ol>
		Tujuan Pemasaran	Memberikan nilai lebih ke calon santri/masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pernahkah pondok pesantren melakukan kegiatan bersama masyarakat untuk pemasaran?</li> <li>2. Apakah pondok</li> </ol>

				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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana meyakinkan calon santri agar memilih pondok pesantren ini?</li> <li>2. Apa yang didapat setelah lulus dari pondok pesantren?</li> <li>3. Apa yang diharapkan santri ketika lulus dari pondok pesantren?</li> </ol>
		Tujuan Pondok Pesantren	Upaya mempertahankan pondok pesantren	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana cara mempertahankan pondok pesantren di zaman sekarang?</li> <li>2. Apa tujuan pondok pesantren melakukan pemasaran?</li> <li>3. Apa harapan pondok pesantren dalam meningkatkan jumlah santrinya?</li> </ol>
		Ciri – ciri pondok pesantren	Bagaimana kehidupan di pondok pesantren	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan apa saja yang dilakukan santri?</li> <li>2. Apa saja yang dipelajari di pondok pesantren?</li> <li>3. Adakah ekstrakurikuler untuk menambah bakat</li> </ol>

				santri?
		Elemen pondok pesantren	Peran pengasuh terhadap pemasaran Fasilitas yang diperoleh dipondok pesantren	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pengasuh sangat berperan dalam meningkatkan jumlah santri?</li> <li>2. Apakah fasilitas yang didapat memuaskan bagi santri?</li> <li>3. Apa saja fasilitas yang didapat ketika berada dipondok pesantren?</li> <li>4. Bagaimana cara pondok pesantren membagi fasilitas yang ada dengan jumlah santri yang banyak?</li> </ol>
		Era digital	Perubahan pemasaran dalam era digital	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa di era digital ini sangat mempengaruhi bertambahnya jumlah santri?</li> <li>2. Apa hambatan yang dilalui dalam pemasaran melalui sosial media?</li> <li>3. Apa yang menjadi faktor pendukung dalam pemasaran?</li> <li>4. Lebih menguntungkan pemasaran melalui digital atau konvensional?</li> </ol>

## **Lampiran 2**

### **Transkrip wawancara dengan wakil ketua putri Pondok Pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas**

1. Pernahkah pondok pesantren melakukan kegiatan bersama masyarakat untuk pemasaran?

Jawaban : kalau kegiatan yang dilakukan dengan sengaja itu belum pernah karena masih terkendala dengan anggaran keuangan. Tetapi kalau kegiatan pondok pesantren yang melibatkan atau bisa dihadiri oleh masyarakat itu ada kegiatan pengajian ahad pon, hafiah khotmil quran, dan serangkaian sebelum hafiah khotmil quran pun biasanya banyak masyarakat yang datang untuk berpartisipasi dan dengan kegiatan itu pun masyarakat banyak yang mengetahui bahkan tertarik masuk ke pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas.

2. Apakah ada pihak selain dari pondok pesantren yang ikut serta dalam pemasaran pondok?

Jawaban : ada, justru kebanyakan santri yang disini tahu pondok pesantren dari saudara yang mana seorang alumni pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas. Selain itu wali santri juga semangat ikut serta membagikan brosur baik yang online melalui whatsApp maupun selebaran yang dikasihkan ke sanak saudara.

3. Apakah santri dituntut untuk belajar agama saja?

Jawaban : menjadi santri itu harus serba bisa, selain mengaji dan menghafal santri juga dituntut dapat mengembangkan bakat dan minatnya. Dengan memilih kegiatan apa yang akan dipelajari lebih lanjut. Maka dari itu pondok pesantren mengadakan khitobah sebagai ajang pengembangan diri untuk bisa berpidato selayaknya pendakwah.

4. Kegiatan apa yang dilakukan santri ketika libur sekolah?

Jawaban : senam di hari minggu pagi, lalu dilanjut dengan kegiatan ekstrakurikuler seperti pelatihan pembuatan parcel, pelatihan hadroh

5. Adakah kegiatan ketrampilan di pondok pesantren?

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

6. Berapakah harga selama di pondok pesantren?

Jawaban : biaya antara santri baru dan santri lama itu jelas berbeda karena untuk santri baru harus mendapatkan jas almamater yang dibayar hanya sekali dan lain sebagainya. Tetapi untuk santri lama perbedaannya hanya santri putra dan santri putri. Yang membedakannya yaitu untuk santri putra mendapatkan jatah makan 3 kali sehari sedangkan santri putri mendapatkan jatah makan 2 kali sehari. Pembayaran dilakukan dalam satu bulan bukan sekali.

7. Adakah kegiatan yang bekerjasama dengan instansi luar pondok pesantren / yayasan?

Jawaban : ada seperti kegiatan pelatihan make up dari wardah yang pembicaranya dari luar pondok pesantren, lalu ada pelatih pencak silat, ada juga yang bekerja sama dengan puskesmas sehingga langsung dapat penanganan bagi santri yang sakit. Kadang juga diadakan penyuluhan kesehatan karena berada di pondok pesantren yang mana diri sendiri yang harus menjaga kesehatan.

8. 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.

### **Lampiran 3**

#### **Transkrip wawancara dengan Tim Media**

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

Jawaban : pondok pesantren melakukan promosi di instagram, youtube, facebook, web, menyebarkan brosur dan kalender.

2. Dalam pemasaran lebih sering melakukan promosi melalui media apa?

Jawaban : melalui media sosial dan menyebarkan brosur tetapi karena kalau melalui media sosial lebih mudah dan efisien, jadi untuk beberapa tahun belakang memang sudah sering menggunakan media sosial. Juga tidak terikat oleh 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 mulut ke mulut.

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

Jawaban : sebenarnya tidak 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 buuat 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 dawuh pengasuh sendiri yang pada intinya seberapapun santri yang mendaftar akan kami terima dan kami ikhlas.

7. Apa tujuan pondok pesantren melakkan pemasaran?

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

8. Apa hambatan dan pendukung selama melakukan pemasaran?

Jawaban : hambatannya yaitu semakin berkurangnya minat ketika menyebarkan brosur karena kebanyakan tidak membacanya dengan baik dan jelas, tetapi untuk konsumen yang sudah tua atau kurang tau mengenai teknologi ini jadi sangat membantu.

Pendukungnya ya karena jaman yang semakin canggih sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak anggaran untuk mencetak brosur lebih banyak. Dan juga karena internet yang sangat cepat menjadikan mudah tersebarnya informasi mengenai pondok pesantren sangat luas jangkauannya.

## **Transkrip 4**

### **Wawancara dengan santri Putri**

1. Dipondok sudah berapa tahun mbak?

Jawaban : 5 tahun, dari masuk smp sampai lulus sma

2. Tahu informasi tentang pondok pesantren Roudhotul Quran dari mana?

Jawaban : dari saudara yang kebetulan sudah jadi alumni

3. Kenapa kok bisa tertarik belajar di pondok pesantren Roudhotul Quran?

Jawaban : awalnya ingin belajar mandiri jauh dengan orang tua dan belajar lebih giat. Kelamaan di pondok pesantren menginginkan menjadi tahfidz al – quran sehingga sekarang semoga istiqomah

4. Belajar dipondok pesantren Roudhotul Quran dengan keinginan sendiri atau perintah orang tua?

Jawaban : keinginan sendiri karena sudah melihat saudara yang berhasil ketika sudah mukim dari pondok pesantren jadi minat ke sini

5. Kitab apa saja yang dipelajari di pondok pesantren Roudhotul Quran?

Jawaban : setiap kelas madrasah itu berbeda – beda sehingga kitab yang dipelajari pun berbeda sesuai dengan kelas yang diikuti.

6. Untuk mbak Putri sendiri sudah mencapai kitab apa saja?

Jawaban : saya sudah berada dikelas tahfidz yang dipelajari itu kitab tafsir jalalin, tafsir yasiin, bulughul maraam, dan sebagainya

## Lampiran 5

### Wawancara dengan santri putri

1. Sudah berapa tahun nyantri disini mbak?

Jawaban : sudah masuk 5 tahun ini setelah SMP melanjutkan SMA Alhamdulillah sekarang sudah memasuki tahfidz.

2. Apa saja kegiatan dalam sehari – hari ?

Jawaban : bangun pagi persiapan sholat subuh, lalu ngaji al – quran. Setelah itu untuk yang sekolah formal persiapan berangkat kesekolah seperti sarapan, mandi dan lainnya. Sampai jam 2 sekolah selesai santri beristirahat dan melanjutkan kegiatannya masing – masing. Untuk yang tidak sekolah formal melanjutkan kegiatannya masing – masing seperti mencuci baju, membaca al – quran dan lainnya. Dilanjut ashar berjamaah 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 al barzanji.

3. Bagaimana cara kamu yakin untuk melanjutkan di pondok pesantren Roudhotul Quran Kemranjen Banyumas?

Jawaban : ingin menghafalkan al- quran dan dipondok ini sudah membuktikan lulusannya menjadi orang yang mencintai al – quran dan istiqomah menghafalkannya.

4. Apakah fasilitas yang didapatkan memadai?

Jawaban : cukup memadai namanya juga di pondok pesantren jadi tidak semua kita dapatkan secara adil. Kadang kalau bangunnya kesiangan jadi tidak kebagian air untuk mandi, lalu ketika sholat berjamaah telat akan kebagian tempat belakang atau bahkan bergantian. Selain itu ya cukup seperti kamar yang cukup untuk tempat istirahat dan kasur yang selalu ada.

## Lampiran 6

### Dokumentasi



Wawancara dengan santri



Wawancara dengan wakil ketua putri



Wawancara dengan Tim Media

## Lampiran 7

### Struktur Organisasi Pondok Pesantren Putri

**STRUKTUR KEPENGURUSAN  
PONDOK PESANTREN ROUDHOTUL QUR'AN  
PERIODE 2021/2022**

- Pengasuh : Ibu Ny. Hj. Nur Sochifah Mufid Al-Khafidzoh
- Ketua : 1. KH. M. Anis Afiqi, S.H., M.Pd  
2. M. Najih Ari Agung Pramono, M.pd  
3. H. Ahmad Musyaffa, Lc  
4. H. M. Ikfil Chasan, Lc
- Sekretaris : 1. Hj. Rifadatut Diana  
2. Hj. Allina Mustaufiatin Ni'mah, S.H, M.H
- Bendahara : 1. Hj. Nidaul Lailatul Mubarakah, S.H.I.  
2. Siti Zahrotun Khasanah

**Pengurus Harian**

- Ketua : 1. Firda Ayu Mawaddah  
2. Mamluatul Muarifah
- Sekretaris : 1. Sofia Rahmawati  
2. Danita Divka Sajmira
- Bendahara : 1. Haza Ayu Nurragil  
2. Putri Fadilatul Mukaromah

**Seksi Bidang**

- **Seksi Keamanan**  
Koordinator : Faizatun Nihla  
1. Biki Ma'muroh  
2. Elok Farida  
3. Hanna Musfirotul Ummah  
4. Hamida Fitriya  
5. Zulfatun Ni'mah  
6. Tiara Ega Maharani  
7. Latif Istiqomah  
8. Nazila Cholida Ziya  
9. Naila Rizka  
10. Karisma Tri Amanah
- **Seksi Ta'lim dan Tadib**  
Koordinator : Arini Aula  
1. Nila Afifatul Millah  
2. Risqi Kurniasih  
3. Isnaely Faoziah  
4. Khilmah  
5. Indah Cahyani  
6. Ainur Rohmah  
7. Naila Luthfa  
8. Aulia Nafis  
9. Imtihana Umami Nurul Lintang  
10. Keisya Qonita

### Struktur pengurusan Pondok Pesantren Putri Roudhotul Quran

## Lampiran 8

### Surat Penunjukan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : B-2897/Un.10.3/J3/DA.04.09/09/2021 Semarang, 20 September 2021  
Lampiran : -  
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

**Agus Khunaifi, M.Pd**

Di Semarang

*Assalaamu'alaikum wr. wb*

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi Mahasiswa :

Nama : Fuziya Baratu Taqiyah

NIM : 1703036046

Judul : **Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Roudhotul Quran  
Kemranjen Banyumas di Era Digital**

Dan menunjuk :

Pembimbing : **Agus Khunaifi, M.Pd**

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalaamu'alaikum wr. wb.*

A.n. Dekan,  
Ketua Jurusan MPI

**Dr. Fatkuroji, M. Pd**  
NIP. 19770415 200701 1032

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

## Lampiran 9

### Surat mohon izin riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 021-7615387  
www.walisongo.ac.id

Nomor: B-2708/Un.10.3/D.1/PG.00/08/2021

3 September 2021

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n : Fuziya Baratu Taqiyah

NIM : 1703036046

Yth.

Pengasah Pondok Pesantren Roudlotul Quran Kemranjen

di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.,

Diberitabukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Fuziya Baratu Taqiyah

NIM : 1703036046

Alamat : Ajibarang Kulon RT 01/05, Ajibarang, Banyumas

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran di Pondok Pesantren Roudlotul Quran Kemranjen di Era Digital

Pembimbing : Agus Khunafi, M.Ag.

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama tujuh hari, mulai tanggal 3 September 2021 sampai dengan tanggal 5 September 2021.

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Tembusan:

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama lengkap : Fuziya Baratu Taqiyah
2. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 25 Agustus 1999
3. Alamat Rumah : Desa Ajibarang Kulon, jl  
Pejalakan RT01 RW05, Kec.  
Ajibarang, Kab Banyumas
4. No hp : 085879561051
5. Email : [fuziyabaratu1@gmail.com](mailto:fuziyabaratu1@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
  - a. TK/RA Diponegoro 153 Ajibarang Kulon
  - b. MI Ma'arif NU 01 Ajibarang Kulon
  - c. MI Fathul Ulum Sirau Kemranjen Banyumas
  - d. SMP Ma'arif NU 02 Sirau Kemranjen Banyumas
  - e. MA An-nawawi 01 Purworejo
2. Pendidikan Non Formal :
  - a. Tpq Bustanu Usysyaqil Qur'an Ajibarang Kulon
  - b. Madrasah Diniyah Pondok Pesantren An – Nawawi  
Purworejo