STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN

STUDI PONDOK PESANTREN RAUDHATUL ULUM SAKATIGA KEC INDRALAYA KAB OGAN ILIR SUMATERA SELATAN

Skripsi
Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Serjana Strata 1

Disusun oleh:

Nopriawan Mahriadi
NIM 11240105

Pembimbing I
Drs. Mokh Nazili, M.Pd
Nip 19630210 199103 1 002

JURUSAN MENAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2015

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856,Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor: UIN.02/DD/PP.01.3/ 50 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

STRATEGI PEMASARAN PONDOK PESANTREN STUDI PONDOK PESANTREN RAUDHATUL ULUM SAKATIGA KECAMATAN INDRALAYA KABUPATEN ORGAN ILIR SUMATERA SELATAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Nopriawan Mahriadi
NIM/Jurusan	: 11240105/MD
Telah dimunaqasyahkan pada	: Senin, 21 Desember 2015
Nilai Munaqasyah	: 83,6 (B+)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Drs. Mokh. Nazili, M.Pd.
NIP 19630210 199103 1 002

Penguji II,

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag.
NIP 19731016 200012 1 001

Penguji III,

M.Toriq Nurmadiansyah,S.Ag, M.Si.
NIP 19690227 200312 1 001

Yogyakarta, 8 Januari 2016
Dekan,

Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP 196003101987032001

KEMENTERIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nopriawan Mahriadi
Nim : 11240105
Judul skripsi :
Strategi Pemasaran Pondok Pesantren (Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Sumatera Selatan)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Prodi Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Demikian ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wasssalamualaikum. wr.wb.

Yogyakarta, 20 November 2015

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah	Mengetahui Pembimbing
Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si	**Drs. Mokh. Nazili, M.Pd.**
NIP. 196701041993031003	**NIP. 196302101991031002**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nopriawan Mahriadi

Nim : 11240105

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **"Strategi Pemasaran Pondok Pesantren (Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Sumatera Selatan)"**adalah hasil karya pribadi tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 20 November 2015

Penyatakan

METERAI TEMPEL

6000

Nopriawan Mahriadi

11240105

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

BapakdanIbukutercintabakBudindanumakWarniati

Serta keluargaku yang
selamainimendukungbaiksecaramorilmaupunmateril

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Almamaterku Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTO

Sesuatu yang menjadi besar diawali dari hal yang kecil

kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhla

ABSTRAK

Nopriawan Mahriadi. Penelitian ini berjudul "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren" Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya manajemen pemasaran untuk menjual dan memasarkan pondok pesantran kepada masyarakat dan meyakinkan para ilmuan dan pemuda untuk menuntut ilmu di pondok pesantren terutama menghadapi era baru yaitu pesantren yang moderen.

Penelitian ini bertujuan untuk Mendiskripsikan Strategi Pemasaran di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec. Indralaya Kab. Ogan Ilir Sum-sel dalam menjaga existensinya di tengah arus persaingan era moderenisasi mencakup *4P dari Marketing Mix*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam aspek *4P dari marketing mix prodct, price, promotion, place "* dalam menghadapi persaingan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Kotler & Armstrong untuk Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu (*4P dari Marketing Mix yaitu Product, Price, Promotion, Place*) yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak lembaga.

Menjawab dari rumusan masalah tersebut, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada dewan guru dan santri pondok pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Sum-Sel. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling.*

Hasil penelitian ini adalah bahwa pondok pesantren Raudhatul Ulum melakukan Strategi Pemasaran dalam memperoleh santri dengan berbagai macam strategi pemasaran diantaranya melalui media dakwah, periklanan, perbaikan mutu pendidikan dan fasilitas pesantren. Hasil dari strategi pemasaran pondok pesantren Raudhatul Ulum menghasilkan dampak positif dan negatif dampak positifnya memberi dampak ekonomi yang kuat bagi pondok pesantren dan semakin banyak orang yang bersekolah di sana. Dampak negatif menurunnya kepercayaan karena memasarkan produk dengan masif dan banyaknya santri yang ingin bersekolah di pondok pesantren tidak diimbangi dengan SDM yang ada.

Keyword: ***Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Raudhatul Ulum.***

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan perjuangan yang tidak mudah akhirnya skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan"** telah diselesaikan oleh peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:..

1. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Mokh, Nazili, M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan motivasi dan bimbingan.
4. Bapak K.H Tol'at Wafa Ahmad, L.c, selaku pemimpin pondok pesantren Raudhatul Ulum.
5. Ibu Tejo, selaku bagian administrasi Jurusan Manajemen Dakwah. Terima kasih untuk bantuan dalam mengurus segala keperluan skripsi.

6. Kedua orang tua, dan keluarga yang selalu memberikan doa dan semangat untuk peneliti.
7. Teman-teman jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2011, terima kasih untuk dukungan dan semangatnya
8. Kepada keluarga besarku IKARUS YOGYAKARTA yang telah banyak memberikan motivasi, ilmu dan pengalaman, dan juga bantuannya.
9. Kepada keluarga PMII rayon dakwah dan komunikasi terimakasih telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan dalam proses saya di Yogyakarta.
10. Kepada teman-teman IKPM SUM-SEL YOGYAKARTA terima kasih untuk segala macam pengalaman serta pergaulannya sehingga saya merasa nyaman di Yogyakarta.

Peneliti berharap skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak, pembaca, maupun peneliti.

Yogyakarta, 20 November 2015

Peneliti,

Nopriawan Mahriadi
1120105

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI iii

SURAT KETERANGAN KEASLIAN iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

MOTTO vi

ABSTRAKSI vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasann Judul 1

B. Latar Belakang Masalah 3

C. Rumusan Masalah 5

D. Kegunaan Penelitian 5

E. Kajian Fustaka 6

F. Kerangkah Teori 9

G. Metode Penelitian 28

BAB II GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN RAUDHATUL ULUM

A. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 35

B. Visi, Misi danTujuan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 39

C. Proses Pembelajaran 41

D. Keadaan Guru dan Santri Pondok Pesantrn Raudhatul Ulum..... 42

E. Kegiatan Santri Pondok Pesantrn Rudhatu Ulum 44

F. Sarana dan Prasarana..... 45

BAB III STRATEGI PEMASRAN PONDOK PESANTREN RAUDHATUL ULUM

A. Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 48

B. Strategi Pemasran yang Dilakukan Pondok Pesantren Rudhatul Ulum Dalam Mempeoleh Santri 56

C. Elemen-Elemen Advertesing yang Digunakan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Dalam Mempromosikan Pesantren 58

D. Indikator Keberhasilan Strategi Pemasran Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 64

E. Dampak Strategi Pemasaran Bagi Pondok Pesantren Rudhatul Ulum Sakatiga..... 69

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 73

B. Saran..... 75

DAFTAR FUSTAKA

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah siswa tahun 2013/2014 40

Tabel 2.2 Jadwal kegiatan Santri Pomdok Pesantren Raudhatul Ulum 44

Tabel 2.3 Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 46

Tabel 3.1 Grafik Siswa Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 65

Tabel 3.2 Sarana Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 67

Tabel 3.3 Alumni Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Buku Pembayaran SPP Pondok Pesantren Raudhatul Ulum 54

Gambar 3.1 Santri Meliput Kedatangan Gubrunur Jawa Barat 59

Gambar 3.2 Hasil Karya Santri Dibidang Pelatihan Raudhatul Ulum Post..... 61

Gambar 3.3 Foto Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dari Atas.....66

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judulbertujuan untuk memberikan pemahaman serta menghindari kesalahpahaman terhadap permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Judul skripsi ini ialah "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren" (StudiKualitatifPondok Pesantren Raudhtul Ulum Sakatiga Kec.Indralaya Kab Ogan Ilir Sumatera Selatan maka dari itu perlu adanya penjelasan terkait dengan beberapa istilah yang terdapat pada judul tersebut. Adapun istilah yang perlu dijelaskan adalah:

1. Strategi Pemasaran

Strategi didefenisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan *ways to achieve ands*. Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik tidak di defenisikan hanya semata-mata cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri melalui berbagai keputusan strategis.[1] Menurut Kotler strategi bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menujukan usaha-usaha pokok yang di arah untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari dari unsur-unsur pemasaran yang

[1]Ismail Sholihin, *Manajement Strategi*, (Jakarta: Erlanga 2012), hlm. 24.

terpadu (*4P* dari *marketing mix product, price, promotion, place*dan hasilnya)

Istilah strategi pemasaran dapat di artikan suatu proses menganalisis kesempatan-kesempatan,memilih tujuan-tujuan mengembangkan siasat (*strategi*) merumuskan rencana-rencana menjalankan pelaksanaan dan pengawasan.[2]strategi pemasaran menggunakan*4P product, price, promotion,dan place.*

2. Pondok Pesantren

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran Islam dan sekaligus lembaga pengkaderan.[3]Di samping itu juga pesantren merupakan pusat pengembangan dan penyebaran ilmu-ilmu keislaman yang mempunyailima elemen yakni pondok, masjid, santri, pengajian kitab klasik dan kyai.[4]

Adapun Pesantren yang di maksud adalah pondok pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec. Indralaya Kab. Ogan Ilir Sum-Sel. Dalam asfek strategi pemasaran pondok pesantren untuk bisa bersaing sehingga bisa memberikan kontribusi bagi kemajuan pondok pesantren.

Maksud judul secara keseluruhan dalam skripsi ini adalah penelitian strategi pemasaran bauran terdiri dari dari unsur-unsur

---

[2]Moekijad,*Kamus Menajemen*, (Bandung: Mandar Maj,I,1990) hlm. 519.

[3] Depertemen P & K,*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, (1990) hlm 117.

[4] Zamakhsyari Dhofier,*Tradesi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*, (Jakarta; LP3ES,1985), hlm.44.

pemasaran yang terpadu (*4P dari marketing mix prodct, price, promotiondan place)* yang di lakukan di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec, Indralaya Kab, Ogan Ilir (Sum-Sel).

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Pandangan masayarakat bahwa Pondok Pesantren hanya sebagai tempat orang untuk belajar ilmu agama dan identik dengan keterbelakangan.Mungkin fenomena ini terjadi di semua pondok pesantren di Indonesia.Semakin menurunnya daya pemuda dan masyarakat untuk menuntut ilmu di pondok pesantren peran pemasaran sangat di butuhkan untuk meningkatkan daya jual pondok pesantren di era globalisasi.

Pemahaman masyarakat tentang keterbelakangan pondok pesantren dengan memasarkan dan mengenalkan bahwa pondok pesantren saat ini telah berbeda, di mana saat ini telah banyak pondok pesantren yang berbasis pondok moderen yang telah menggunakan fasilitas yang canggih sama seperti sekolah moderen pada umumnya.Maka menjadi penting memasarkan (mengenalkan) pondok pesantren Raudhatul Ulum di era globalisasi.

Sedemikian pentingnya manajemen pemasaran untuk menjual dan memasarkan pondok pesantran kepada masyarakat dan meyakinkan para ilmuan dan pemuda untuk menuntut ilmu di pondok pesantren terutama menghadapi era baru yaitu pesantren yang moderen. Yang bisa mengembangkan ke ilmuan dan keislaman dengan keilmuan umum.Di

sinilah selayaknya manajemen pemasaran di digunakan untuk mengembngkan pondok pesantren bukan hanya yang selama ini mengenal pondok pesantren dari mulut ke mulut tapi dengan konteks manajemen pemasaran yang baik.

Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga adalah Lembaga pendidikan Islam yang dikelola oleh Yayasan Perguruan Islam Raudhatul Ulum Sakatiga (YAPIRUS), berlokasikan di desa Sakatiga, Kecamatan Inderalaya, kabupaten Ogan Ilir, propinsi Sumatera Selatan. Tanggal 1 Agustus 1950, Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga didirikan, yang merupakan estafet perjuangan dari dua madrasah, yaitu Madrasah Al-Falah (1930) yang didirikan oleh KH. Abd Ghani Bahri dan Madrasah Al-Shibyan (1936) yang didirikan oleh Kyai Abd. Rahim Mandung dan KH. Abdullah Kenalim. Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga telah berkiprah di tengah-tengah masyarakat dan sekarang (tahun 2015) telah memasuki usianyake 62 tahun Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga telah memiliki 9 (sembilan) lembaga formal yaitu : Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-Kanak Islam (TKIS), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMP IT), Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu (SMA IT) Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) dan Madrasah Tahfizhul Qur'an Lil Aulad (MATQULARU). [5]

[5]Pra penelitian di *Pondok PesantrenRaudhtul Ulum* tgl 9 Februari 2015.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahannya dapat di rumuskan:"Bagaimanastrategi pemasaran yang dilakukanPondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam aspek*4P dari marketing mix prodct, price, promotion, place "* dalam menghadapi persaingan.

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pokok masalah maka tujuan penelitian tersebut adalah:

Mendiskripsikan Strategi Pemasaran di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec,Iindralaya kab, Ogan Ilir Sum-sel dalam menjaga existensinya di tengah arus persaingan era moderenisasi mencakup *4P dari marketing Mix*.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu manajemen pada umumnya dan strategi pemasaran pada khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikut nya tentang strategi pemasaran di pondok pesantren.

2. Kegunaan Terapan

Penelitian ini diharapakan dapat dijadikan bahan pertimbagan yayasan Pondok pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec,

Indralaya kab, Ogan Ilir Sum-sel atau pihak yang terkait dalam menentukan kerja lembaga dan tujuan yang harus dicapai berkenaan dengan strategi pemasaran yang menuju mutu yang semakin baik dan memuaskan.

F. KAJIAN PUSTAKA

Dapat dikatakan bahwa penelitian tentang pondok pesantren pada umumnya dan tentang strategi pemasran di era moderinisasi pada khususnya sudah banyak dilakukan sebelumnya.Upaya untuk melihat posisi penelitian dalam skripsi ini, menjadi penting untuk dideskripsikan penelitaian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Skripsi yang ditulis **Nora Riskiyan** yang berjudul Strategi Pesantren Dalam Mennyikapi Moderenisasi di Pondok Pesantren Nurul Jaded Paiton Purbolingomenjelasakan strategi yang di gunakan pondok pesantren Nurul Jaded dalam menghadapi moderenisasi yang telah masuk ke dalam lembga pendidikan di pesantren. Dalam skripsi ini menitikberatkan pada strategi yang bisa di gunakan pondok pesantren era sekarang dalam menyikapi perkembangan zaman dan bisa berkompetisi dengan lembaga pendidikan lainnya.[6]

Skripsi yang ditulis **Taat Ismanto** yang berjudul Pemberdayaan Sumber Daya Santri Melalui Pengembangan Pondok Pesantren (Tinjauan

[6]Nora Riskiyan, *Strategi Pesantren Dalam Menyikapi Moderenisasi di Pondok Pesantren Nurul Jaded Paiton Purbolingo*, *Skripsi*, (*tidak diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014.

Pondok Pesantren Al-Miftah Kauman Nanggulan Kulon Progo Yogyakarta) menjelaskan mengenaii pondok pesantren selain sebagai lembaga keagamaan Islam juga memiliki peran besar dalam upaya mencerdasakan kehidupan bangsa.Pondok pesantren juga berperan sebagai lembaga pemberdayaan bagi masyarakat sekitar.[7]

Skripsi yang ditulis **Achmad musyaffa** yang berjudul Pengaruh Moderenisasi di Dalam Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta membahas tentang pengaruh moderenisasi terhadap pesantren sebagai suatu system masyarakat pesantren dan implikasi yang terjadi akibat moderenisasi di dalam pesantren terhadap intraksi sosial santri.Pola prilaku yakni kecendrungan intraksi sosial secara umum yang dilakukan santri-santri dalam lingkungan pondok pesantren Wahid Hasyim yang lebih difokuskan lagi pada golongan santri khusus.[8]

Skripsi yang ditulis **Gigieh Rinjani Ade Prima** yang berjudul Strategi Promosi (Word Of Mouth Pada PPIQU) Yogyakarta Dalam Memperoleh Santrimembahas strategi promosi pondok pesantren Ibnul Qoyyim dalam mencari santri dengan menggunakan promosi Word Of Mouth atau promosi menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut dalam

[7] Taat Ismanto, *Pemberdayaan Sumber Daya Santri Melalui Pengembangan Pondok Pesantren (Tinjauan Pondok Pesantren Al-Miftah Kauman Nanggulan Kulon Progo Yogyakarta),Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

[8] Achmad Musyaffa, *Pengaruh Moderenisasi di Dalam Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta, Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

menjaring santri supaya belajar di pondok pesantren Ibnul Qoyyim Yogyakarta.[9]

Skripsi yang ditulis **Rizqi Respati Suci Magaraini** yang berjudul Strategi Pemberdayaan Santri Di Pondok Pesantren Hidayatullah Donoharjo Ngalik Sleman Yogyakarta menjelasakan strategi pemberdayaan pondok pesantren Hidayatullah dalam rangka meningkatakan pemberdayaan potensi yang dimiliki oleh santri nya dan mengetahuii hasil-hasil yang telah dicapai oleh Pondok Pesantren Hidayatullah dalam penguatan potensi yang dimiliki santrinya.[10]

Skripsi yang ditulis **Ma'mun Latief** yang berjudul Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Pondok Pesantren Al-Mahalli Brajan Bantul Yogyakarta membahas mengenaii pentingnya pengembangan sumber daya manusia bagi santri, agar para santri mempunyaii bekal untuk menghadapi perkembangan zaman dengan menekankan tiga pengembangan yaitu: pengembangan kognitif,pengembangan afektif, pengembangan psikomotorik.[11]

Skripsi yang ditulis **Seaful Hamim** yang berjudul Strategi Pemasaran di BMT Subulussalam Bantul Yogyakarta menjelaskan strategi

---

[9]Gigieh Rinjani Ade Prima, Strategi Promosi (Word Of Mouth) Dalam Memperoleh Santri Di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Yogyakarta, Skripsi, (Tidak Diterbitkan): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.

[10] Rizqi Respati Suci Magaraini, *Strategi Pemberdayaan Santri di Pondok Pesantren Hidayatullah Donoharjo Ngaglik Sleman* Yogyakarta, *skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

[11]Ma'mun Latief, Strategi *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Pondok Pesantren Al-Mahalli Brajan Bantul Yogyakarta*, *Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.

pemasaran yang menggunakan bauran promosi dengan menggunakan advertising (periklanan) dan penggunaan strategi media yaitu media cetak, elektronik, dan media luar ruang masih kurang sehingga nasabah masih kurang yang ingin melakukan produk simpanan maupun pembiayaan masih kurang sehigga jumlah nasabah yang di inginkan tidak sesuai dengan target BMT Subulusalam. Adapun pemilihan media tersebut antara lain, Koran, internet, spanduk dan pemberian souvenir kepada nasabahnya supaya menambah minat masyarakat untuk menajadi nasabah BMT Subulusalam.[12]

G. KERANGKA TEORITIK

1. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Di era globalisasi penuh dengan moderenisasi tujuan tidak akan muda di capai tampa startegi, karena pada dasarnya segalah tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi. Dalam kegiatan pemasarunpun, diperlukan strategi agar kegiatan dan proses pemasaran berjalan dengan baik dan efektif. Karena berhasil atau tidaknya suatu kegiatan secara efektif, sebagian besar ditentukan oleh strategi yang diinginkan. Oleh karena itu ada baiknya memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan strategi.

[12] Seaful Hamim, *Strategi Pemasaran di BMT Subulusalam Bantul Yogyakarta*, *Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011.

Menerut Fandy Tjiptono strategi pemasaran adalah seni atau ilmu untuk menjadi seorang pemimpin.Sering juga diartikan sebagai rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu.[13]

Strategi pada hakekatnya adalah prencanaan *planning* dan *management* untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai perjalanan yang hanya menunjukan arah jalan saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimna taktik oprasionalnya.[14]

Defenisi tersebut strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menujukan usaha-usaha pokok yang diarahakan untuk mencapai tujuan.Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu (*4P dari Marketing Mix yaitu Product, Price, Promotion, Place dan Hasilnya*) yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak perusahaan. Jadi penyususnan strategi pemasaran menyangkut proses intraksi antara kekuatan pemasaran di dalam lembaga dan keadaan di luar lembaga.

b. Strategi Pemasaran (*marketing Mix*)

Bauran pemasaran *Marketing Mix* seperangkat alat yang terdiri dari unsur-unsur bauran pemasaran yang saling berkaitan

[13]Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 1995), hlm. 3.

[14]Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komonikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Karya, 1984), hlm. 35.

antara satu dengan yang lainnya dan saling mempengaruhi serta sebagai strategi jangka panjang dan jangka pendek dalam kegiatan pemasaran.

Menggunakan strategi *Marketing Mix* maka kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi dapat di capai dengan sukses. Unsur-unsur bauran pemasaran yang beroreantasi pada strategi pemasaran mencakup 4P berupa:

1) Prodct (produk)

Produk segala yang bisa ditawarkan ke masyarakatuntuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehinggabisa memuaskan kebutuhan dan keinginan.Produk tersebut mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide.Jasa disini adalah segalah activitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun.[15]

Produk jasa produk merupakan total produk yang terdiri atas produk inti (*core product*), produk yang diharapkan (*expected product*), produk tambahan (*augeneral managrented Prodct*) dan produk potensial (*potential product*). Dalam pemasaran yang semakin berkembang ini tiga unsur produk inti dapat dijadikan nilai tambah bagi masyarakat karena produk

[15]Philip Kotler dan Gery Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan oleh: Alexander Amstrong Sindoro, (Jakarta: indeks Gramedia, 2003), hlm. 8.

tersebut berbeda dengan yang lainnya atau memiliki ciri khas tersendiri, sehingga produk akan bersaing dengan produk lain.

2)*Price* (harga)

Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada masyarakat dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan masyarakat untuk tertarik dengan lembaga.Penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Dalam penentuan harga dipengaruhi oleh faktor-faktor pemosisian *(positioning)* jasa, sasaran lembaga, tingkat persaingan, siklus hidup jasa, elastisitas permintaan, struktur biaya, sumber daya yang digunakan, kondisi ekonomi secara umum dan kapasitas jasa.

3*)Place*(Tempat)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelangan potensial.Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik dan penggunaan perantara untuk meningkatkan eksesbilitas jasa bagi pelanggan.

4*)Promotion*(Promosi)

Untuk mengenalkan produk kepada masyarakat suatu lembaga dapat melakukan kegiatan promosi. Dalampromosi ada hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu pemilihan bauran promosi (*Promotion Mix*) yang terdiri dari atas iklan (*advertising*),

penjualan perorangan (personal selling), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan surat kabar pemberitahuan langsung (*direct mail*).[16]

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

c. Elemen Dalam Promosi

Elemen-elemen kegiatan yang diperlukan dalam melakukan promosi (*Promotion Mix*) yang digunakan dalam memasarkan suatu lembaga atau pesantren yaitu:

1) *Advertising* (periklanan)

Periklanan merupakan bentuk kegiatan promosi yang sifatnya non pribadi tentang ide pribadi tentang ide jasa yang di biayai oleh barang tertentu.Lembaga yang menjadi sponsor tidak hanya lembaga yang berorientasi laba saja tetapi juga lembaga-lembaga non laba seperti lembaga pemerintah.

Menurut Winardi periklanan merupakan sebuah bentuk komunikasi non personal yang harus diberikan imbalan (pembayaran) tentang sebuah organisasi dan atau produk-

[16] Fandy Tjiptono, *Pemasran Jasa* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm.41.

produknya yang ditransmisi kepada sebuah audensi sasaran dengan bantuan-bantuan sebuah media masa.

Sedangkan menurut Dharmasetha periklanan adalah komunikasi non individu dengan jumlah biaya, melalaui media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu.

Dari kedua pendapat Winardi dan Dharmasetha tersebut pada dasarnya mempunyai pengertian yang sama, dimana pengiklanan dimaksudkan untuk mempromosikan barang-barang dan jasa atau ide-ide agar calon masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu yang dipromosikan yang dilakukan lewat media bayaran denganspon sor yang jelas.

2) *Publicity* (publisitas)

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang sifatnya non personal yang kepentingan promosinya dikaitkan dengan suatu peristiwa yang bernilai berita secara teoritis, kegiatan ini tidak dibayar oleh sponsor, namun dalam kenyataannya pihak pemasar harus mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk itu diperlukan keahlian untuk dapat membuat berita baik agar dapat memperoleh perhatian media masa.

3) *Personal Selling*

Kegiatan promosi dalam bentuk percakapan dengan satu calon masyarakat atau lebih yang ditunjukan untuk menciptakan promosi.Dalam *personal selling* terjadi intraksi langsung, saling bertemu muka antara masyarakat dan pihak promosi.Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual serta dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan masyarakat.

Menurut Winardi personal selling merupakan sebuah proses dimana para masyarakat diberi informasi dan mereka dipengaruhi untuk membeli produk-produk melalui momunikasi secara personal dalam suatu situasi pertukaran.

Sedangkan menurut saladin merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan stau atau lebih calon masyarakat untuk tujuan menciptakan penjualan. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat,sehingga upaya untuk meyakinkan produk atau jasa yang ditawarkan dapat lebih persuasive.Oleh karena itu keberhasilan *personal selling* sangat dipengaruhi oleh keahlian atau keterampilan tenaga penjual.

1) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang produk dengan segerah atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan, Melalui promosi penjualan, lembaga dapat menarik pelajar baru, mendorong pelanggan menikmati lebih banyak, menyerang activitas promosi pesaingmeningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat). Jadi dalam promosi ini dampak jangka pendek lebih diutamakan.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah bekerja dengan masyarakat untuk mengaktualasi potensi pertukaran dengan maksud memuaskan.kebutuhan dan keinginan manusia.Ada dua pihak utama yang terlibat dalam pemasaran, yaitu pemasaran dan prospek.Pemasar adalah pihak yang lebih actif dalam mengaktualasi pertukaran.Sedangkan prospek adalah seseorang atau organisasi yang diidentifikasi oleh pemasar mampu dan ingin terlibat dalam pertukaran.Dengan istilah sehari-hari prospek adalah calon pembeli

2. Pengertian dan Elemen Pondok Pesantren

a. Pengertian Pondok Pesantren

Pengertian pondok pesantren dalam hal ini menurut ilmuan, istilah pondok pesantren adalah merupakan dua istila yang mengandung arti.Orang jawa menyebutnya "*pondok*" atau "*pesantren*".Sering pula menyebut sebagai pondok pesantren. Istilah pondok mungkn berasal dari pengertian asrama-asrama para santri yang disebut pondok atau tempat tinggal yang terbuat dari bambu atau mungkin berasal dari bahsa arab "*Funduq*" yang artinya asrama besar yang disediakan untuk persinggahan. Dan juga dalam hal ini pesantren atau pondok pesantren, atau disebut juga pondok saja, adalah sekolah islam berasrama yang terdapat di Indonesia. Pendidikan di dalam pesantren bertujuan untuk memperdalam pengetahuan Al-Quran dan sunnah rasul, dengan mempelajari bahasa arab dan kaidah-kaidah bahasa arab.

Para pelajar pesantren (*disebut sebagai santri*) belajar disekolah ini, sekaligus tingalpada asrama yang disediakan oleh pesantren. Institusi sejenis juga terdapat di Negara-negara lainnya: seperti Malaysia dan Thailand selatan yang disebut *sejolah pondok*, serta di india dan Pakistan yang disebut madrasah islamiah.[17]

Pesantren etimologi berasal dari kata *santri* yang mendapat awalan *pe-* dan akhiran *–an* sehingga menjadi *pe-santri-an* yang

[17]Htp//www. Wekipidia. Com, tgl 28 april 2015. *Tentang pondok pesantren*.

bermakna kata santri yang artinya murid. Sedangkan secara termenologi pengertian pondok pesantren dapat penulis kemukakan pendapatnya pada ahli lain: M. Dawam Rahardjo yang memberikan pengertian pesatren sebagai sebuah lembaga pendidikan dan penyiaran islam, itulah identitas pesantren pada awal perkembangannya.

Kemudian defenisi lain yang penulis kutif, menurut Mastuhu, yang dikutip pula oleh Sitatul Aisyah adalah "pesantren adalah suatu lembaga pendidikan islam tradesional yang mempelajari, memahami, menghayati dan m engamalkan ajaran islam dengan member ajaran islam dengan member penekanan pada pentingnya moralitas keagamaan sebagai pedoman prilaku sehari-hari.[18]

Dari bebrapa defenisi tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan islam yang mana didalamnya terdapat activitas pembelajaran, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran islam yang pembelajarannya didasarkan pada kitab-kitab klasik dalam bentuk bahasa arab yang ditulis ulama-ulama terdahulu. Dimana para santri tingal bersama dalam sebuah kelompok yang dilengkapi dengan asrama, masjid atau mosholah dengan kyai sebagai toko sentralnya.

[18]Saitul Nur Aisyah, Pesntren Mahasiswa: *Pesantren Masa Depan Menggagas Pesantren Masa Depan*, (Yogyakarta: Qirtas, 2003), hlm. 250.

b. Elemen-Elemen Sebuah Pondok Pesantren

Sekarang di Indonesia ada ribuan lembaga pendidikan Islam terletak di seluruh nusantara dan dikenal sebagai *dayah* dan *rangkang* di Aceh *surau*, di Sumatra barat, dan *pondok pesantren* di Jawa.[19]Perbedaan jenis-jenis pondok pesantren khususnya di jawa dapat dilihat dari segi ilmu yang diajarkan, jumlah santri, serta pola kepemimpinan atau perkembangan ilmu teknologi.Namun demikian, apapun bentuk dan model pendidikan pesantren setidak-tidaknya di pondok pesantren harus terdapat elemen-elemen pokok yang harus dimiliki setiap pondok pesantren. Elemen-elemen tersebut antara lain, yaitu kyai, masjid, santri, pondok dan kitab Islam klasik (kitab kuning)

Elemen-elemen ini merupakan elemen unik yang membedakan system pendidikan pesantren dengan lembaga pendidikan lainnya.

1)Kyai

Peran penting kyai dalam pendirian, pertmbuhan, perkembangan dan pengurusan sebuah pesantren berarti dia merupakan unsur yang paling esensial.Sebagai pemimpin pesantren, watak dan keberhasilan pesantren banyak bergantung pada keahlian dan kedalaman ilmu, karismatik dan wibawa, serta keterampilan kyai.Dalam konteks ini, pribadi

[19]Azyumardi Azra, Pendidikan Islam: *Tradisi dan Moderenisasi Menuju Melenium Brau*, (Jakarta: kalimah, (20000, hlm. 170.

kyai sangat menentukan sebab dia adalah tokoh sentral dalam pesantren.[20]

Dalam bahasa jawa kyai dipakai untuk tiga jenis gelar yang berbeda, yaitu:[21]

a)Sebagai gelar kehormatan bagi barang-barang yang dianggap keramat; contohnya, "kyai garuda kencana" dipakai untuk sebutkan kereta emas yang ada di kraton Yogyakarta.

Gelar kehormatan bagi orang-orang tua pada umumnya.

b)Gelar yang diberikan oleh masyarakat kepada orang ahli agama islam yang memiliki atau menjadi pemimpin pesantren dengan mengajar kitab-kitab islam klasik kepada para santrinya.

2)Masjid

Sangkut paud pendidikan islam dengan masjid sangat dekat dan erat dalam tradesi islam di seluruh dunia. Dahulu kaum muslimin selalu memanfatakan masjid untuk tempat beribadah dan juga sebagai tempat lembaga pendidikan islam. Sebagai kehidupan rohani, sosial, politik, dan pendidikan islam, masjid merupakan aspek kehidupan sehari-hari yang sangat penting bagi masyarakat. Dalam pesantren, masjid di angap sebagai "tempat yang paling

[20]Habbullah, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia: Lintasan Sejarah Pertumbuhan dan Perkembangan*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 1999), hlm. 144.

[21]Zamakhsyari Dhofier,.*Op. Cit,*.hlm. 55.

tepat untuk mendidik para santri, terutama dalam peraktek sholat lima waktu, khotbah jumat, dan pengajaran kitab-kitab islam klasik.[22]" Biasanya yang pertama kali di didirikan oleh seorang kyai yang ingin mengembangkan sebuah pesantren adalah masjid.Biasanya masjid itu terletak dekat atau di blakang rumah kyai.

3) Santri

Santri merupakan unsur yang penting sekali dalam perkembangan sebuah pesantren karena langka pertama dalam tahap-tahap membangun pesantren adalah bahwa harus ada murid yang datang untuk belajar kepada seseorang alim.Kalau murid itu sudah menetap di rumah seseorang alim, baru seseorang alim itu bisa disebut kyai dan mulai membangun fasilitas yang lebih lengkap untuk pondoknya.

Santri biasanya terdiri dari dua kelompok, yaitu santri kalong dan santri mukim.Santri kalong merupakan bagian santri yang tidak menetap dalam pondok tetapi pulang kerumah masing-masing sesudah selsai mengikuti suatu pelajaran di pesantren.Santri kalong biasanya berasal dari daera-daera sekitar pesantren jadi tidak keberatan kalau sering pulang pergi.Makna santri mukim ialah santri yang

[22]*Ibid*., hlm. 49.

menetap dalam pondok pesantren dan biasanya berasal dari daera jauh.Pada masa lalu, kesempatan untuk pergi dan menetap disebuah pesantren yang jauh merupakan suatu keistimewaan untuk santri karena dia harus penuh cita-cita, memiliki keberanian yang cukup dan siap menghadapi sendiri tantangan yang dialaminya di pesantren.[23]

4) Pondok

Pondok adalah tempat sederhana yang merupakan tempat tingal kyai bersama para santrinya.[24]Di jawa besarnya pondok tergantung jumlah santrinya.Ada pondok yang sangat kecil dengan kurang jumlah santri kurang dari seratus sampai pondok yang dimiliki tanah yang luas dengan jumlah santri lebih dari tiga ribu.Tanpa memperhatikan bebeapa jumlah santri, asrama santri wanita selalu dipisahkan dengan asrama santri laki-laki.

Salah satu niat pondok pesantren selain dari yang dimaksudkan sebagai tempat asrama para santri adalah sebagai tempat latihan bagi para santri untuk mengembangkan keterampilan kemandirianya agar mereka siap hidup mandiri dalam masyarakat sesudah tamat dari pesantren.Santri harus memasak sendiri, mencuci pakaian

[23]*Ibid*,.hlm. 52.

[24]Hasbullah, *Op. Ct.*, hlm. 42.

sendiri dan diberi tugas seperti memelihara lingkungan pondok.

5) Kitab-Kitab Klasik

Dalam kalangan pesantren, kitab-kitab Islam klasik sering disebut kitab kuning oleh karena itu warna kertas edisi-edisi kitab kebanyakan berwarna kuning. Menurut Dhofer "pada masa lalu, pengajaran kitab-kitab Islamklasik merupakan satu-satunya pengajaran formal yang diberikan dalam lingkungan pesantren." Pada saat ini, kebanyakan pessantren tela mengambil pengajaran pengetahuan umum sebagai suatu bagian yang juga penting dalam pendidikan pesantren, namun pengajaran kitab-kitab Islam klasik masih lebih dipriotaskan.Pada umumnya, pelajaran dimulai dengan kitab-kitab yang sederhana, kemudian dilanjutkan dengan kitab-kitab yang lebih mendalam dan tingkatakan suatu pesantren bisa diketahui dari jenis kitab-kitab yang diajarkan.[25]

c. Fungsi Pondok Pesantren

Pondok pesatren memiliki fungsi lembaga pendidikan dan dakwah serta lembaga kemasyarakatan yang telah memberikan warna daerah pedesaan.Ia tumbuh dan berkembang bersama warga masyarakatnya sejak berabad-abad. Oleh karena itu, tidak hanya

[25]Zamakhsyari Dhofer, *op. cit*, hlm. 50.

secara kultural bisa diterima, bahkan telah ikut serta membentuk dan memberikan gerak serta nilai kehidupan pada masyarakat yang senangtiasa tumbuh dan berkembang, figur kyai dan santri serta perangkat fisik yang memadai sebuah pesantren senangtiasa dikelilingi oleh sebuah kultur yang bersifat keagamaan. Kultur tersebut mengatur hubungan antara satu masyarakat dengan masyrakat yang lain.

Latar belakang pesantren yang paling penting diperhatiakn adalah peranannya sebagai transformasi kultural yang menyuruh dalam kehidupan masyarakat yang agamis.Jadi pesantren sebagai jawaban terhadap pangilan keagamaan, untuk menegakan ajaran dan niali-nilai agama melalui pendidikan keagamaan dan pengayoman serta dukungan kepada kelompok-kelompok yang bersedia menjalankan perintah agama dan mengatur hubungan mereka secara pelan-pelan.

Dari penjabaran tersebut, maka fungsi pesantren jelas tidak hanya sebagai lembaga pendidikan saja, melainkan juga berfungsi sebagai lembaga social dan penyiaran agama.[26] Secara terperinci fungsi pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut:

1)Sebagai lembaga Pendidikan

Sebagai lembaga pendidikan pesantren ikut bertanggung jawab terhadap proses pencerdasan kehidupan

[26]Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*, INIS, Jakarta, 1994, hlm. 59.

bangsa secara integral. Sedangkan secara khusus pesantren bertanggung jawab terhadap kelangsungan tradesi keagamaan dalam kehidupan masyarakat.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut pesantren memilih model tersendiri yang dirasa mendukung secara penuh tujuan dan hakekat pendidikan manusia itu sediri, yaitu membentuk manusia mukmin sejati yang memeliki kualitas moral dan intelektual secara seimbang.Untuk mewujudkan hal tersebut pesantren menyelengarakan pendidikan formal (madrasah, sekolah umum, dan perguruan tingi), dan pendidikan formal yang secara khusus mengajarkan agama yang sangat kuat dipengaruhi oleh pikiran ulama' fiqih, hadits, tafsir, tauhid, dan taswwuf, bahasa Aran (Nahwu, Sharaf, Balaqhod dan tajwid), mantik dan Akhlaq.

Sebagai lembaga pendidikan, pesantren ikut bertanggung jawab terhadap proses pencerdasan bangsa secara keseluruhan, sedangkan secara khusus pesantren bertangung jawab atas tradisi keagamaan (Islam) dalam arti yang luas selus-luasnya. Dari titik pandang ini, pesantren memilih model tersendiri yang dirasa mendukung secara penuh tujuan dan hakekat pendidikan manusia itu sendiri, yaitu membentuk manusia mukmin sejati yang dimiliki kualitas moral dan inteliktual.

2) Sebagai Lembaga Sosial

Sebagai lembaga sosial, pesantren menampung anak dari segalah lapisan masyarakat muslim tanpa membeda-bedakan tingkat sosial ekonomi orang tuanya. Biaya hidup di pesantren relatif lebih mudah daripada di luar pesantren, sebab biasanya para santri mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dengan jalan patungan atau masak bersama, bahkan ada diantara mereka yang gratis, terutama bagi anak-anak yang kurang mampu atau yatim piatu. Beberapa di antara calon santri sengaja datang ke pesantren untuk mengabdikan dirinya pada kyai dan pesantren, juga banyak dari orang tua mereka yang mengirimkan anaknya ke pesantren untuk diasuh, sebab mereka percaya tidak mungkin kyai akan menyesatkan, bahkan sebaliknya dengan berkah kyai anak akan menjadi orang baik nantinya. Disamping itu juga banyak anak-anak nakal yank memiliki prilaku menyimpang dikirimkan ke pesantren oleh orang tuanya dengan harapan anak tersebut akan sembuh dari kenakalannya.

Sebagai lembaga sosial, pesantren ditandai dengan adanya kesibukan akan kedatangan para ilmuan para tamu masyarakat, kedatangan mereka adalah untuk bersilaturohim, berkonsultasi, minta nasihat “doa” berobat,

dan minta ijazah yaitu semacam jimat untuk menangkal ganguan.[27] Mereka datang dengan membawah berbagai macam masalah kehidupan seperti menjodohkan anak, kelahiran, sekolah, mencari kerja,mengurus rumah tangga, kematian, warisan, karir, jabatan, maupun masalah yang berkaitan dengan pembangunan masyarakat dan pelayanan kepentingan umum. Dari fungsi sosial itu pesantren nampak sebagai sumber solusi, dan acuan dinamis masyarakat.Juga sebagai lembaga pengerak (inspirato) bagi kemajuan pembangunan masyarakat.

3)Sebagai Lembaga Penyiaran Agama (Lembaga Dakwah)

Sebagaimana kita ketahui bahwah semenjak berdirinya pesantren adalah merupakan pusat penyebaran agama Islam baik dalam masalah aqidah atau syariah di Indonesia.Fungsi pesantren sebagai penyiaran agama (lembaga dakwah) terlihat dari elemen pokok pesantrenitu sendiri yakni masjid pesantren, yang dalam oprasianalnya juga berfungsi sebagai masjid umum.Masjid pesantren sering dipakai untuk menyelengarakan majlis ta'lim (pengajian) diskusi-diskusi keagamaan dan sebagainya oleh masyarakat umum.

[27]*Ibid*, hlm. 60.

Walaupun fungsi awal keberadan pondok pesantren hanya sebatas sebagai lembaga sosial dan penyiaran keagamaan, namun seiring dengan perkembangan tuntutan masyarakat maka semakin lama fungsi pesantren akan mengikuti tuntutan masyarakat pula.

H. METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Oleh karena tujuan umum dari penelitian ini memecahkan masalah, maka langkah-langkah yangakan ditempuh harus relevan dengan masalah yang akan dirumuskan. Adapun metode yan digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif kualitatfi.Dalam melakukan penelitianya, penulis menjadi alat penelitian yang harus menangkap, merekam, dan menganalisa data-data tersembunyi yang diterimanya dari obyek penelitian dan lingkungannya seperti bahasa tubuh, bahasa tutur, prilaku serta ungkapan-ungkapan yang berkembang dalam dunia dan lingkungan responden.

Penelitian kualitatif menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data.Peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam suatu situasi sosial merupakan kajian utama penelitian kualitatif.Penulis pergi ke lokasi tersebut, memahami dan mempelajari situasi.Data yang diperoleh seperti catatan lapangan yang disusun peneliti di lokasi penelitian dan tidak dituankan dalam bentuk angka, mencari hubungan, membandingkan, dan

menemukan pola berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk naratif.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan memiliki sifat menjelaskan metode studi kusus yang bersifat deskriktif kualitatif. Deskrektif memiliki sifat menjelaskan, menerangkan dan mengambarkan suatu pristiwa, sedangkan kualitatif karena dalam pengumpulan data dan penelitian penulis tidak menggunakan angka, namun bukan berarti bahwah dalam penelitian kualitatif ini penulis tidak menggunakan angka sama sekali.[28]Adapun metode kualitatif dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai prosudur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati.[29]

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum.Pondok tersebut terletak di desa Sakatiga Kec, Indralaya Kab, Ogan Ilir Sum-sel.

3. Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

[28]Suharsimi Arikunto, *Prosudur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 1996), hlm. 10.

[29]Laxy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 4.

Subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.[30]Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan pondok pesantren Raudhatul Ulum.Kepalah sekolah, dewan guru, santri pondok pesantren, serta staf pengelola yayasan pondok pesantren Raudhatul Ulum.Teknik pemilihan subyek dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* atau sampel bertujuan.

b. Obyek Penelitian

Maksud obyek penelitian ni adalah permasalahan-permasalahn yang menjadi titik sentral perhatian suatu penelitian.[31]Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian yaitu kegiatan strategi pemasaran pondok pesantren dan dampak kemajuan bagi pondok pesantren raudhatul ulum.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

a. Metode Wawancara (*interview*)

[30]Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 135

[31]Suharsimi Arikunto, *Prosudur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1992), hlm. 91.

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang dengan maksud tertentu.[32]Penelitian ini menggunakan teknik wawancara *deep interview.*Artinya apabila terdapat jawaban imforman yang kurang lengkap karena masih bersifat umum dan kurang spesifik, maka perlu ditanyakan lebih lanjut.Inilah yang disebut dengan tiknik mengali imforman lebih dalam.Sehingga apabila ada jawaban imforman yang kurang lengkap, maka perlu ditambah pertanyaan lagi yang sifatnya netral.[33] Melalui metode ini penulis mendapatkan berbagai informasi terkait dengan strategi pemasran di pondok pesantren Raudhatul Ulum dan dampak yang dihasilkan dari promosi tersebut.

Interview ditujukan kepada orang yang menjadi imforman dalam penelitian ini, yaitu:

1) SDM dan sekertaris pondok pesantren Raudhatul Ulum
2) Kepelah-kepalah sekolah yang ada di Pondok pesantren
3) Dewan guru dan staf Pondok pesantren
4) Santri dan santri wati pondok pesantren

b. Metode Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan dengan sistemik terhadap fenomena-fenomena yang

[32]Loxy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993), hlm. 135.

[33]Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm. 89.

diselidik.[34]Adapun jenis observasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan dimana peneliti tersebut secara langsung terlibat dalam kegiata-kegiatan yang dilakukan subyek yang diobservasi.Tiknik ini digunakan sebagai tiknik pelengkap dan penguatan data yang diperoleh dari interview dan dokumentasi. Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang terkait dengan strategi pemasran dn dampak yang di peroleh pondok pesantren dalam strategi pemasran

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagi pelengkap data yang telah peneliti peroleh dari dua teknik tersebut.Dokumentasi dalam penelitian ini sangat penting karenaakan menjadi bahan tambahan dalam menganjung pembahasan dan menganalisa data.Hal tersebut untuk memperkuat bahan dari data yang dipmelalui wawancara dan observasi,sehingga kasus kekurangan bahan dan data dapat dihindari.

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data sebagai alat untuk mendapatkan data dengan melihat segalah sesuatu yang berhubungan dengan pokok permasalahan, seperti informasi dan fakta yan tersimpan dalam bentuk arsip foto,

[34]Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research 11* (Yogyakarta: Andi Offset, 1998), hlm. 122.

hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya yang mengundang petunjuk-petunjuk tertentu yang berhubungan dengan kepentingan penelitian yang dilakukan.

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode diskriktif kualitatif untuk menganalisis data yang telah terkumpul dari lapangan dengan cara menginterpretasikan data-data yang telah diperoleh kedalam bentuk kalimat-kalimat dengan menggunakan langkah analisis sebagai berikut:

a. Reduksi data merupakan kegiatan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu serta memilih bagian yang penting sesui dengan masalah penelitian. Dengan kata lain, reduksi data merupakan proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dan tranformasi data-data yang didapat dari catatan lapangan.[35]
b. Penyajian data diartikan sebagai kegiatan untuk menyusun informasi-informasi yang member kemungkinan adanya penariakan kesimpulan dan pengambilan tindakan.[36]
c. Penariakan kesimpulan, langkah ini menyangkut interpetasi penelitian, yaitu mengambarkan maksud dari data yang ditampilka

1. **SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

[35]Miles Huberman A. Micheal, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Pres, 1992), hlm. 17.

[36]*Ibid*., hlm. 17.

Mempermudah dalam pembahasan penelitian ini, penulis akan membagi ke dalam empat bab yang berbentuk narasi atau uraian dan tentunya saling berkaitan antara satu bab dengan bab lainnya.

BAB 1, yaitu pendahuluan meliputi: penegasan judul, latar belakang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB 11, yaitu membahas tentang gambaran umum pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec, Indralaya Kab, Ogan Ilir Sum-sel yang meliputi keadaan lokasi baik mengenaii pondok pesantren, sumber daya alamnya, sarana dan prasaranya, sejarah berdirinya pondok Pesantren Raudhatul Ulum, maksud dan tujuan dari pondok pesantren Raudhtul Ulum, serta struktur kepengurusan Pondo pesantren Raudhatul Ulum.

BAB 111, yaitu membahas isi dari penelitian. Dimana dalam bab ini menjelaskan bagaimana Konsep Strategi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Strategi Pemasaran yang dilakuakan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam memperoleh Santri.Media Advertesing yang digunakan Pondok pesantren Raudhatul Ulum dalam mempromosikan Pondok pesantren. Indikator keberhasilan strategi pemasran pondok pesantren Raudhatul Ulum.

BAB 1V, yaitu penutup sebagai akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan beserta saran.

BAB 1V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama saya menulis skripsi dengan judul " Strategi Pemasaran Pondok Pesantren " Studi Kualitatif Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga Kec, Indralaya Kab, Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Starategi pemasaran pondok pesantren studi kualitatif pondok pesantren Raudhatul Ulum melalui beberapa kegiatan. Namun sebelumnya, strategi pemasaran memiliki konsef-konsef strategi pemasaran untuk mencapai tujuan yang lebih akurat pondok pesantren Raudhatul Ulum memiliki konsef bauran pemasaran mencakup 4P dari bauran pemasaran yaiti: *Price, Place, Product, Promotion*dengan rancangan tersebut pondok pesantren Rudhatul Ulum memliki tujuan yang jelas dan nyata untuk mempermdah yayasan pondok pesantren Raudhatul Ulum dalam menggapai suatu keinginan dan tujnuan secaa komprenhensif.

Dalam melakukan strategi pemasaran pondok psantren Raudhatul Ulum memiliki beberapa strategi bauran pemasaran untuk mencapai suatu tujuan dari pemasaran pondok pesantren Raudhatul Ulum.Strategi pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan

pondoknya yayasan pondok pesantren Rudhatul Ulum memiliki beberapa strategi yang jitu diantaranya membentuk SDM yang handal dengan menggunakan dewan guru yang bermutu berdampak positif bagi pondok pesantren Raudhatul Ulum.Mengembangkan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan santri dibentuk fasilitas yang mempuni.Pendidikan yang bermutu dengan semakin baik mutu pendidikan maka akanmakin banyak masyarakat yang berminat menuntut ilmu disana. Memasarkan apa yang dimiliki pondok pesantren Raudhatul Ulum.

Serangkian strategi pemasaran pondok pesantren melalui bauran pemasaran pondok pesantren Raudhatul Ulum. Dalam promosi menggunakan media advertising untuk menunjang kegiatan promosi ada beberapa kegiatan tersebut berbentuk media TV, Radio, Brosur, Raudhatul Ulum Post, *Derect Marketing, One Santri OneSantri* dan media dakwah sehingga dalam memasarkan pondok pesantren Raudhatul Ulum dapat tersampaikan dengan baik dan benar sehinggainformasi yang di inginkan masyarakat dapat di cerna dan di sampaikan dengan baik dan akurat sehingga dapat membantu masyrakat memperoleh informasi yang baik dan benar .

Dalam semua kegiatan yang dilakukan menimbulkan dampak baik dampak positif maupun dampak negatif strategi pemasran yang dilakukan pondok pesantren Raudhatul Ulum juga menyumbang dampak negatif dan dampak positif bagi pondok pesantren Raudhatul

Ulum dalam membentuk ekonomi dan kemajuan yayasan Raudhatul Ulum dengan banyaknya santri yang bersekolah di sana. Sedangkan danpak negatif yang dihasilkan dengan banyaknya santri yang bersekolah di pondok pesantren Raudhatul Ulum akan membuat SDM pondok pesantren mengalami kesulitan untuk mengelolah yayasan tersebut. Dengan itu perlu menambah dewan guru dan pengurus pondok pesantren.

B. saran

Pada penelitian ini tentunya ada hal-hal yang peneliti temukan dan dirasa perlu adanya perbaikan guna peningkatan-peningkatan kemajuan di lapangan. Diantaranya merupakan saran yang ingin peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi pemasaran yayasan pondok pesantren Raudhatul Ulum membuat job yang jelas dan mempunyai targetan yang dapat mengukur berhasil atau tindakanya strategi pemasaran yang digunakan pondok pesantren Raudhatul Ulum dalam memperoleh santri.
2. Memperluas jangkauan startegi pemasaran dalam memperoleh santri dengan memasarkan bukan hanya di daera Sumatra selatan akan tetapi dalam bentuk nasional Indonesia.
3. Membentuk SDM yang handal dan menyusun struktur organisasi pesantren dengan manajemen yang lebih moderen.

4. Menambah fasilitas asrama dan gedung sekolah serta terus menambah dewan guru yang mempuni dalam berbagai bidang keilmuan.
5. Pondok pesantren dapat melakukan kerjasama dengan pemerintah atau pihak swasta dalam membiyayai kebutuhan pondok pesantren Raudhatul Ulum

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Musyaffa, *Pengaruh Moderenisasi di Dalam Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta, Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

Ali Riyadi, *Politik pendidikan: menggugat Berokrasi Pendidikan Nasional*, (Jakarta:Ar-Ruzz, 2006), hlm. 120.

Azyumardi Azra, Pendidikan Islam: *Tradisi dan Moderenisasi Menuju Melenium Brau*, (Jakarta: kalimah, 20000), hlm. 170.

Bidang Sekretariat dan Humas PPRU, *Profil Pondok Pesantren Raudhatul Ulum sakatiga* (Palembang: Percetakan PPRU, 2007), hlm. 1.

Bidang Sekretariat dan Humas PPRU, *Profil*, hlm. 2.

Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm. 89.

Depertemen P & K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, (1990) hlm 117.

Dokumentasi Sekeratariat PPRU Sakatiga

Fandy Tjiptono, *Pemasran Jasa* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm.41.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 1995), hlm. 3.

Gigieh Rinjani Ade Prima, Strategi Promosi (Word Of Mouth) Dalam Memperoleh Santri Di Pondok Pesantren Ibnul Qoyyim Yogyakarta, Skripsi, (Tidak Diterbitkan): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.

Habbullah, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia: Lintasan Sejarah Pertumbuhan dan Perkembangan*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 1999), hlm. 144.

Htp//www. Wekipidia. Com, tgl 28 april 2015. *Tentang pondok pesantren*.

Ismail Sholihin, *Manajement Strategi*, (Jakarta: Erlanga 2012), hlm. 24.

Laxy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 4.

Lewokedaerik. Blogspot.com/2012/10/indikator-indonesia-7400.html?m=1.

Loxy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993), hlm. 135.

Ma'mun Latief, Strategi *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Pondok Pesantren Al-Mahalli Brajan Bantul Yogyakarta*, *Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.

Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*, INIS, Jakarta, 1994, hlm. 59.

Miles Huberman A. Micheal, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Pres, 1992), hlm. 17.

Moekijad, *Kamus Menajemen*, (Bandung: Mandar Maj, I, 1990) hlm. 519.

Nora Riskiyan, *Strategi Pesantren Dalam Menyikapi Moderenisasi di Pondok Pesantren Nurul Jaded Paiton Purbolingo*, *Skripsi*, (*tidak diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014.

Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komonikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Karya, 1984), hlm. 35.

Philip Kotler dan Gery Amstrong, *Dasar-Dasar pemasaran*, Terjemah oleh: Alexander Sindoro, (Jakarta: indeks Gramedia, 2003), hlm. 8.

Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan.

Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan, Bab III Pasal 8 Ayat 1.

Pra penelitian di *Pondok Pesantren Raudhtul Ulum* tgl 9 Februari 2015.

Rizqi Respati Suci Magaraini, *Strategi Pemberdayaan Santri di Pondok Pesantren Hidayatullah Donoharjo Ngaglik Sleman* Yogyakarta, *skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

Saitul Nur Aisyah, Pesntren Mahasiswa: *Pesantren Masa Depan Menggagas Pesantren Masa Depan*, (Yogyakarta: Qirtas, 2003), hlm. 250.

Seaful Hamim, *Strategi Pemasaran di BMT Subulusalam Bantul Yogyakarta*, *Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011.

Skerteriat rumah tanga pondok pesantren Raudhatul Ulum wawancara 14 mei 2015

Slide Presantasi. Bidang Sekretariat dan Humas. Disampaikan dalam acara temu Masyarakat, 14 mei, 2015.

Suharsimi Arikunto, *Prosudur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1992), hlm. 91.

Suharsimi Arikunto, *Prosudur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 1996), hlm. 10.

Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research 11* (Yogyakarta: Andi Offset, 1998), hlm. 122.

Taat Ismanto, *Pemberdayaan Sumber Daya Santri Melalui Pengembangan Pondok Pesantren (Tinjauan Pondok Pesantren Al-Miftah Kauman Nanggulan Kulon Progo Yogyakarta), Skripsi*, (*Tidak Diterbitkan*): Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 135

Wawancara dengan Kepalah Sekolah Madrasha Aliya Rudhatul Ulum ustad Feri Adnin Di Madrasa Aliya Pada Tangal 13 Mei 2015.

Wawancara dengan sekertaris pondok pesantren Raudhatul Ulum Ustad Salamudin pada tangal 13 mei 2015.

Zamakhsyahri Dhofer, *Tradesi Pesantren* (jakarta: Lp3es, 1982), hlm. 44.

Zamakhsyari Dhofier, *Tradesi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*, (Jakarta; LP3ES,1985), hlm. 44.

INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

PEDOMAN WAWANCARA

A. Dengan pimpinan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum beserta stafnya

1. Bagaimana sejarah berdiri dan berkembang Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
2. Apa visi dan misi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
3. Bagaimana keadaan guru dan siswa Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
4. Apa maksud dan tujuan berdirinya Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
5. Bagaimana program pembelajaran di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam kurikulum dan system pembelajarannya ?
6. Apa saja unit usaha yang dimilki oleh Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
7. Bagaimana system pemasaran dalam memperoleh santri di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
8. Bagaimana pelaksanaan pemberdayaan santri modernizing life skill yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
9. Proses apa saja yang dilalui dalam pelaksanaan pemberdayaan santri di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
10. Bagaimana tahap pelatihan kecerdasan emosional untuk mengukur keahlian pada santri Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
11. Bagaimana menurut kyai dalam pengembangan pendidikan berbasis life skill bagi santri di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
12. Apa saja program ekstra kurikuler yang ada di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
13. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh Raudhatul Ulum Post ?
14. Apa tujuan berdirinya Raudhatul Ulum Post ?

B. Pedoman wawancara dengan santri Pondok Pesantren Raudhatul Ulum

1. Berapa lama anda tinggal di pondok ?
2. Program apa yang anda minati di pondok pesantren Raudhatul Ulum ?
3. Mengapa tertarik untuk bersekolah di pondok pesantren Raudhatul Ulum ?
4. Hasil apa yang anda rasakan setelah belajar di di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum ?
5. Apakah menurut anda dalam belajar/mondok di sini dapat meningkatkan kualitas santri ?
6. Apa kelebihan dan kekurangan pondok pesantren Raudhatul Ulum ?

PEDOMAN OBSERVASI

1. Letak dan keadaan geografis Pondok Pesantren Raudhatul Ulum.
2. Sarana dan prasarana Pondok Pesantren Raudhatul Ulum.
3. Situasi dan dondisi pelaksanaan kegiatan pendidikan di pondok pesantren Raudhatul Ulum.
4. Segela aktivitas yang berkaitan dengan santri.

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Mencari dokumen, arsip, dan foto yang berkaitan dengan program pondok pesantren
2. Data jumlah santri di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum
3. Dena Pondok Pesantren Raudhatul Ulum
4. Mencari apa saja kegiatan yang dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam memberdayakan santrinya

DAFTAR RESPONDEN

Guru dan Santri/wati

No	Nama	Status
1	K.H. Tol'at Wafa Ahmad Lc.	Mudir Pondok Pesantren Raudhatul Ulum
2	Ust. Feri adnin	Kepala MAKRU
3	Ust. Mukhlis rais	Ketua panitia SBTP 2009-2010
4	Ust. Husnul amin Lc	Pengajar fiqih
5	Ustz. Islamiyah S.pdi	Pengajar bahasa inggris
6	Ust. Irwan	Ketua umum SSK
7	Ust. Nurdin	Ketua Raudhatul Ulum Post
8	Anugrah kelana	Santri yang aktif di bidang raudhatul ulum post
9	Ahmad hafidzin	Santri yang aktif dibidang TVRU dan RADIO RU
10	Rina wahyuni	Santri yang aktif
11	Ustz. citra	Pelatih masak pempek
12	Widya citra	Santri yang aktif masak pempek
13	Ust. hanif	Pembimbing keterampilan budidaya ikan

PONDOK PESANTREN
RAUDHATUL ULUM
SAKATIGA INDERALAYA OI SUMSEL 30662 INDONESIA
TELP. (0711) 580657, 581744, 580658, 580658 FAX 0711. 580657
Email : Ponpesru@gmail.com
website : www.raudhatul-ulum.com

معهد روضة العلوم الإسلامي
سكاتيكا - اندرالايا - فالمبانج - اندونيسيا

بسم الله الرحمن الرحيم

Nomor : 098 / RU-YP / UM / 2015
Lampiran : -
Perihal : **Pemberian Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di
Yogyakarta

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillah kita panjatkan rasa syukur ke hadirat Allah SWT, semoga kita selalu mendapat perlindungan dari Allah SWT. Shalawat dan salam kepada pemimpin sejati yang berakhlaq tinggi, Nabi Muhammad SAW.

Menindaklanjuti surat dengan nomor : UIN/02/MD/PP.009/30/2015 yang di sampaikan kepada kami, perihal tentang Mohon Izin Penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah dan komunikasi Pehdidikan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu:

Nama	**: Nopriawan Mahrindi**
NIM	**: 11240105**
Prodi	**: MD**
Alamat	**: Kota Lahat**
Judul Skripsi	**: Strategi Pemasaran Pondok Pesantren (Studi Kualiatif Pondok Pesantren Raudhatul Ulum)**

Maka dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan observasi lapangan/penelitian di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga.

Demikan surat ini sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan *jazakumullah khoirun kasiroh.*

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Sakatiga, 14 Mei 2015
Mudir,

KH. Tol'at Wafa Ahmad, Lc
NIY. 058.086.001