

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT MASYARAKAT BELAJAR DI PESANTREN SABILIL MUTTAQIEN
PANGANDARAN JAWA BARAT**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan

Disusun Oleh :

MELLA YULIA AGUSTINE

NIM : 13490050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mella Yulia Agustine
NIM : 13490050
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Belajar Di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran” adalah asli hasil penelitian peneliti sendiri dan bukan plagiasi orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 5 Maret 2018

Yang menyatakan,



Mella Yulia Agustine

13490050

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mella Yulia Agustine
NIM : 13490050
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (atas penggunaan jilbab dalam ijazah strata satu saya), seandainya suatu hari nanti terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan penuh kesadaran ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 5 Maret 2018

Yang menyatakan,



Mella Yulia Agustine

13490050



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
FM-UINSK-BM-05-03/R0

Hal : Skripsi Saudari Mella Yulia Agustine
Lamp :-

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalam 'ualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Mella Yulia Agustine
NIM : 13490050
Judul skripsi : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Belajar di Pesantren Sabilil Muttaqien (PSM) Pangandaran Jawa Barat

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan.

Dengan ini kami berharap agar Skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Maret 2018
Pembimbing Skripsi


Dra. Nur Rohmah, M. Ag
NIP. 19550823 198303 2 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
FM-UINSK-BM-05-03/R0

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B.25/Un.02/DT/PP.009/4/2018

Skripsi/ Tugas Akhir dengan judul :

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Belajar di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Jawa Barat

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mella Yulia Agustine
NIM : 13490050
Telah di Munaqasyahkan pada : 26 Maret 2018
Nilai Munaqasyah : B+

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Dra. Nur Rohmah, M. Ag
NIP. 19550823 198303 2 002

Penguji I

Penguji II

Drs. M. Jamroh Latief, M.Si
NIP. 19560412 198503 1 007

Drs. Misbah Ulmunir, M.Si
NIP: 19550106 199303 1 001

Yogyakarta,

11 MAY 2018

Dekan

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga

Dr. Ahmad Arifi, M. Ag
NIP. 19661121 199203 1 002

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ... (١١)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”¹



¹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran dan Terjemah* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanlema, 2009), hal. 250.

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN

KEPADA

ALMAMATER TERCINTA

**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالدِّينِ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat penyelesaian penulisan skripsi ini. Shalawat teriring salam semoga dilimpah curahkan kepada nabi agung Muhammad SAW, sebagai figur teladan dalam dunia pendidikan yang patut untuk ditiru.

Skripsi ini merupakan kajian singkat tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Jawa Barat. Penulis menyadari bahwa penulisan ini dapat terwujud atas dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Sehingga dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Arifi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan kepada penulis selama menempuh studi.
2. Bapak Dr. Imam Machali, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penulis menempuh studi.

3. Bapak Zainal Arifin, M.Pd, M.Si, selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah banyak memberikan arahan selama penulis menempus studinya.
4. Ibu Dra. Nur Rohmah, M.Ag, selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi serta doa untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
5. Ayah dan Mamah serta papah tercinta, Mohammad Jaeni, S.Hi dan Susi Susilawati, S.Pd, yang tak pernah henti memberikan doa dan dukungan baik berupa moril dan materil. Terimakasih atas semua yang telah ayah dan mamah berikan, semoga Allah SWT senantiasa melindungi ayah dan mamah.

Yogyakarta, 15 April 2018



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Mella Yulia Agustine
13490050

ABSTRAK

Mella Yulia Agustine. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Belajar di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2018.*

Seiring dengan perkembangan jaman persaingan antar lembaga pendidikan semakin kompetitif. Namun daya tarik masyarakat untuk menuntut ilmu di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran tidak semakin surut. Melihat fenomena ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan, tanggapan masyarakat serta faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, pengumpulan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah **pertama** memaparkan tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran yang terdiri dari tujuan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran dan taktik pemasaran jasa pendidikan yang meliputi 7P: *product* (produk); jasa pendidikan yang ditawarkan, *price* (harga); penentuan harga pendidikan, *place* (tempat); jasa diberikan, *promotion* (promosi); yang dilakukan, *people* (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi SDM yang dimiliki, *physical evidance* (bukti fisik); sarana dan prasarana yang dimiliki, *process* (proses); jasa pendidikan. **Kedua**, tanggapan masyarakat terhadap keberadaan pesantren sabilil muttaqien pangandaran yang diungkapkan oleh para wali santri, alumni dan santri. **Ketiga**, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

Kata kunci: Pesantren, Pemasaran Jasa Pendidikan, Minat Masyarakat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
HALAMAN ABSTRAK.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Telaah Pustaka	7
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II: LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	13
2. Minat Masyarakat.....	26
B. Metode Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Subyek Penelitian.....	33
3. Metode Pengumpulan Data.....	36
4. Teknik Analisis Data.....	40
BAB III: GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN SABILIL	

MUTTAQIEN.....	43
A. Letak Geografis.....	43
B. Sejarah Berdiri	44
C. Visi, Misi, dan Tujuan.....	47
D. Struktur Organisasi	51
E. Keadaan Ustadz/ustadz dan Santri	53
F. Sarana dan Prasarana.....	57
G. Jadwal Kegiatan Santri.....	58
BAB IV: STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI PESANTREN SABILIL MUTTAQIEN PANGANDARAN JAWA BARAT	61
A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat	63
1. Tujuan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	64
2. Taktik Pemasaran Jasa Pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran	65
B. Tanggapan masyarakat terhadap keberadaan Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien	77
1. Alumni	78
2. Wali santri/Orang Tua.....	79
3. Santri	80
C. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Santri Belajar Di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien	81
1. Faktor Pendukung Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien	81
2. Faktor Penghambat Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien.....	82
BAB V : PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran-saran.....	86
C. Kata penutup	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Ustadz/Ustadzah Pesantren Sabilil Muttaqien tahun 2017.....	51
Tabel 2	Jumlah Keseluruhan Santri Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Tahun 2017-2018.....	53
Tabel 3	Jumlah Pendaftar di pesantren Sabilil Muttaqien Tiap Tahun.....	53
Tabel 4	Sarana dan Prasarana Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran ...	54
Tabel 5	Kegiatan Harian Santri.....	55
Tabel 6	Rincian Biaya Administrasi Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Tahun 2017-2018.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Yayasan Perguruan Islam Pesantren Sabilil Muttaqien (YPI-PSM) Tahun 2015-2020	52
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Tahun 2017	53
Gambar 1.3 Prestasi Santri dalam Kompetisi Sains Madrasah (KSM) Tingkat Kabupaten	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran II	: Bukti Sminar Proposal
Lampiran III	: Surat Perubahan Judul Skripsi
Lampiran IV	: Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran V	: Surat Keterangan Bebas Nilai C-
Lampiran VI	: Surat Izin Penelitian
Lampiran VII	: Pedoman Wawancara
Lampiran VIII	: Transkrip Wawancara
Lampiran IX	: Sertifikat PLP I
Lampiran X	: Sertifikat PLP II
Lampiran XI	: Sertifikat KKN
Lampiran XII	: Sertifikat ICT
Lampiran XIII	: Sertifikat TOEC
Lampiran XIV	: Sertifikat IKLA
Lampiran XV	: Sertifikat SOSPEM
Lampiran XVI	: Sertifikat PKTQ
Lampiran XVII	: Sertifikat OPAC
Lampiran XVIII	: Foto Lokasi Penelitian
Lampiran XIX	: Denah Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran
Lampiran XX	: <i>Curriculum</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan sangatlah penting pengaruhnya bagi suatu bangsa. Tanpa adanya pendidikan maka bangsa tersebut dapat dikatakan tertinggal dari bangsa lain. Dalam UU Sistem Pendidikan Nasional menerangkan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.² Setiap orang tahu bahwa pendidikan penting bagi siapa saja, bukan hanya anak-anak saja namun semua orang dari kalangan manapun membutuhkan pendidikan. Pendidikan apapun yang ditempuh pada dasarnya merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang dari tidak tahu menjadi tahu dan mengerti. Namun, pendidikan tidak hanya sekedar mentransfer ilmu pengetahuan, akan tetapi diperlukan adanya pemahaman dan pengalaman dari nilai-nilai yang telah dipelajari. Masyarakat hendaknya lebih teliti dalam memilih lembaga pendidikan bagi para putra-putrinya.

² Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003

Lembaga pendidikan pada hakikatnya memberikan layanan yang baik terhadap *stakeholder*, sebab *stakeholder* sudah membayar dengan cukup mahal terhadap lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan pelayanan pendidikan yang maksimal. Layanan dapat dilihat dari berbagai bidang, mulai dari layanan dalam bentuk fisik bangunan, hingga layanan dalam bentuk berbagai fasilitas dan guru yang bermutu. Konsumen akan menuntut layanan pendidikan yang kurang memuaskan sebab konsumen sangat memperhatikan layanan pendidikan yang diminatinya. Dalam berbagai segi misalnya, fasilitas di lingkungan maupun di dalam sekolah/madrasah, proses pembelajaran dan guru yang bermutu. Semua itu akan bermuara pada sasaran memuaskan *stakeholder*. Inilah tujuan dari marketing lembaga pendidikan.³

Sekolah yang bernaung dalam lembaga pendidikan Islam merupakan lembaga pendidikan bersifat *non profit*. Lembaga pendidikan islam yang bersifat *non profit* tidak lepas dari fenomena dalam hal penyelenggaraan pendidikan. Lembaga tersebut juga harus mengetahui berbagai harapan dan kebutuhan *stakeholder* (pengguna pendidikan).⁴

Lembaga pendidikan yang berkembang artinya lembaga pendidikan berubah menjadi lebih baik, misalnya perubahan ketika lembaga tersebut berubah dari kurangnya minat para peserta didik menjadi lembaga pendidikan yang sangat diminati. Perubahan tersebut tidak lepas dari keterlibatan banyak

³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal.30.

⁴ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (jakarta: kencana, 2010) hal.23.

pihak diantaranya peran kepala sekolah, guru, santri, tenaga administrasi, orang tua siswa dan sebagainya. Hal ini juga tidak lain adalah tugas dari pimpinan lembaga sebagai agen utama perubahan yang mendorong serta mengelola agar semua pihak termotivasi dan berperan aktif dalam perubahan tersebut.⁵

Pondok pesantren menjadi salah satu sekolah yang diminati oleh masyarakat mengingat maraknya kekerasan dan kriminalitas yang melanda generasi muda di Indonesia. Lembaga pendidikan Islam ini memiliki misi yang amat penting dalam mempersiapkan generasi muda umat Islam yang ikut andil berperan sebagai penggerak pembangunan umat di masa yang akan datang.

Pondok pesantren adalah salah satu lembaga yang mencetak generasi Islami, juga dituntut untuk menjaga kualitas dan berkomitmen dalam mutu lembaganya. Pondok pesantren diharapkan dapat mewakili lembaga pendidikan Islam agar lebih eksis serta mampu menguasai dunia pendidikan.

Pesantren Sabilil Muttaqien didirikan oleh Kyai Hasan Ulama pada tahun 1880 di Madiun. Nama pondok Pesantren Sabilil Muttaqien dahulu bernama Pesantren Takeran. Kini Pesantren Sabilil Muttaqien dipimpin oleh Ir. H. Miratul Mukminin. Pada masa kepemimpinannya ini, Pesantren Sabilil Muttaqien telah berkembang cukup pesat dan telah memiliki 99 cabang. Cabang yang ke 99 ini berlokasi di Pangandaran dan merupakan cabang

⁵ Muchlas Samani, dkk, *Manajemen Sekolah : Panduan Praktis Pengelolaan Sekolah*, (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2011), hal.181.

terbesar.⁶ Pesantren Sabilil Muttaqien yang dulu disebut cabang Ciamis ini, memulai *ground breaking* pembangunan pada tanggal 9 September 1999. Dengan semangat *ruhu islam* dan jihad mencerdaskan umat melakukan peletakan batu pertama pembangunan lembaga pendidikan pesantren. Selepas peletakan batu pertama tersebut, PSM tidak sekaligus menyelenggarakan pendidikan. Selang sekitar 3 tahun, tepatnya pada tahun 2002, PSM baru mulai membuka pendidikan pesantren. Dan mulai saat itu pendidikan pesantren berlanjut hingga saat ini. Saat ini pendidikan formal yang dikelola pesantren baru ada Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah. Konten kurikulum madrasah juga mengadopsi secara total kebijakan pemerintah. Tentu dengan pengembangan yang diselaraskan dengan nilai-nilai pesantren. Untuk kurikulum pesantren, mengadopsi sistem pondok modern salaf. Untuk pembelajaran akhlak, tasawuf, fiqh, tauhid, menggunakan kitab kuning (kitab klasik), referensi pesantren salaf. Dan untuk konten kebahasaan, kedisiplinan dan beberapa kegiatan ekstra kurikuler mengadopsi sistem pesantren modern.⁷

Pada tahun 1958 Pesantren Sabilil Muttaqien mendirikan yayasan untuk lebih meningkatkan kualitas di bidang pendidikan. Setelah PSM memiliki akte yayasan, perkembangan pendidikan mengalami kemajuan yang cukup pesat terutama dalam pendirian sarana dan prasarana.

⁶ Lia Estika Sari, Yon Machmud, *Pesantren Sabilil Muttaqien Takeran Magetan Jawa Timur (1939-1985)*, Universitas Indonesia, Depok, 2014.

⁷ Dokumen Permohonan Pemutakhiran Ijin Operasional Pesantren Sabilil Muttaqien (30 Januari 2017)

Seiring dengan semakin menjamurnya lembaga pendidikan yang memiliki sistem yang serupa dengan Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien, dewasa ini menunjukkan bahwa persaingan antar lembaga semakin kompetitif. Sebuah lembaga pendidikan harus berusaha mencapai keunggulan memberikan layanan prima dan menghasilkan lulusan yang berkualitas. Sebab, kualitas layanan lembaga pendidikan berbanding lurus dengan kepercayaan peminat layanan jasa pendidikan. Semakin bagus layanan pendidikan yang di berikan, maka semakin banyak pula peminat yang akan memanfaatkan jasa yang diberikan. Hal ini juga perlu diimbangi dengan strategi pemasaran jasa pendidikan yang matang, pengembangan kualitas yang semakin baik, juga pelayanan yang memuaskan.

Meskipun sekolah model *Boarding School* menunjukkan perkembangan yang signifikan, namun animo masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien tidak semakin surut. Bahkan sebagaimana data yang diperoleh oleh peneliti, dari tahun ke tahun jumlah pendaftar di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien terus meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya santri yang terdaftar ditahun ini.

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Belajar di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran Jawa Barat”.

B. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien?
2. Bagaimana tanggapan masyarakat (*Stakeholder*) terhadap keberadaan Pesantren Sabilil Muttaqien?
3. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pemasaran jasa pendidikan di Pesantren Sabilil Muttaqien?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penulisan ini ialah:
 - a. Untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan yang di terapkan di Pesantren Sabilil Muttaqien.
 - b. Untuk mengetahui tanggapan masyarakat (*Stakeholder*) terhadap keberadaan Pesantren Sabilil Muttaqien.
 - c. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambatnya pemasaran jasa pendidikan Pesantren Sabilil Muttaqien.
2. Kegunaan Penelitian
Kegunaan adanya penelitian ini adalah :
 - a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah khususnya dalam bidang pendidikan terkait penelitian peningkatan pendidikan melalui strategi pemasaran jasa pendidikan.
 - b. Secara praktis

- 1) Bagi peneliti dapat menambah pengalaman tentang permasalahan yang dialami peneliti dan upaya mencari solusinya.
- 2) Bagi Pesantren Sabilil Muttaqien, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan kontribusi dalam rangka meningkatkan pendidikan melalui strategi pemasaran jasa pendidikan.
- 3) Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini mampu memberikan khasanah keilmuan serta informasi yang bermanfaat dalam kehidupan.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti dari beberapa penelitian sebelumnya, peneliti telah menemukan tema yang relevan dengan tema yang akan diteliti, yaitu:

Penelitian pertama, penelitian dalam bentuk Tesis yang dilakukan oleh Dedik Fatkul Anwar dengan judul *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*.⁸ Hasil dari penelitian Dedik menunjukkan bahwa: *Pertama*, strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan Muallimin untuk meningkatkan peminat layanan jasa pendidikan menggunakan dua cara yaitu pemasaran secara langsung dan pemasaran secara tidak langsung. *Kedua*, implementasi pemasaran di Muallimin ada 3

⁸ Dedik Fatkul Anwar, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta, Tesis*, Yogyakarta: Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

tahap yaitu merumuskan strategi persaingan, membuat taktik pemasaran, dan menunjukkan nilai lebih dari Muallimin. *Ketiga*, mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukungnya ialah Muallimin adalah sekolah yang langsung berada di bawah naungan Pimpinan Pusat Muhammadiyah, memiliki segmen yang jelas, kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi. Dan untuk faktor penghambatnya adalah tidak memiliki tim khusus promosi, Muallimin belum memiliki konsep yang sistematis dalam hal pemasaran jasa pendidikan, serta tidak adanya evaluasi sebagai bahan perbaikan dalam menyusun strategi tahun selanjutnya.

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti uraikan yaitu selain letak obyek penelitian yang berbeda, juga pada pokok bahasan yang akan peneliti uraikan yaitu membahas tentang strategi 7P pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan oleh Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran untuk menarik minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran serta menguraikan tentang faktor pendukung dan faktor penghambatnya dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan.

Penelitian kedua, penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Saimima dengan judul *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Pendaftar di MTs Negeri Sleman Kota Yogyakarta*.⁹ Dalam penelitian Muhammad Iqbal menguraikan mengenai penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah di MTs Negeri Sleman Kota Yogyakarta dan faktor yang

⁹ Muhammad Iqbal Saimima, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden, Skripsi*, Yogyakarta: Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

mempengaruhi minat pendaftar di MTs Negeri Sleman Kota Yogyakarta. Penelitian ini melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai upaya meningkatkan minat pendaftar secara keseluruhan telah memenuhi unsur-unsur *marketing mix*. Sehingga, penelitian ini menggunakan jasa yang digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pendaftar yaitu faktor kualitas pelayanan, faktor persepsi harga, faktor lokasi dan faktor kualitas.

Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti uraikan ialah tujuan agar masyarakat berminat untuk belajar di lembaga pendidikan islam, sedangkan untuk perbedaannya saudara Muhammad Iqbal Saimima menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pendaftar, sedangkan penelitian yang akan peneliti uraikan lebih berfokus pada penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan serta faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan.

Penelitian ketiga, penelitian dalam bentuk jurnal yang dilakukan oleh Afidatun Khasanah dengan judul *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden*.¹⁰ Penelitian ini membahas tentang bagaimana pemasaran yang diterapkan di SD Alam Baturraden sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan yang ditawarkannya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian dilakukan oleh Afidatun dengan penelitian ini. Letak persamaannya adalah sama-sama

¹⁰ Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden*, Vol 8, No 2, 2015.

meneliti tentang strategi pemasara jasa pendidikan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan serta obyek penelitiannya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah untuk meningkatkan minat masyarakat belajar di Pondok Pesantren Sabilil Muttaqien.

Penelitian keempat, penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Esti Winarni dengan judul *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta*.¹¹ penelitian ini menjelaskan mengenai penerapan pemasaran stratejik di MIN Tempel Yogyakarta yang menggunakan snalisis SWOT dan peranan pemasaran stratejik dalam meningkatkan kepuasan siswa di MIN Tempel Yogyakarta menggunakan prisip kepuasan siswa yaitu prinsip AIDA+S. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti akan menguraikan tentang strategi 7P pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan oleh pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran serta upayanya dalam meningkatkan meningkatkan peminat jasa pendidikan.

Penelitian kelima, penelitian yang dilakukan oleh Gradus dalam penelitiannya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang Kulonprogo*.¹² Penelitian ini menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan dari taktik pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan *marketing mix* yang dilakukan oleh MAN 1 Kalibawang yang meliputi 7 P yaitu, *Product* (produk) jasa pendidikan yang ditawarkan, *Price* (harga)

¹¹ Esti Winarni, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

¹² Gradus, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang*, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2013.

strategi penentuan harga, *Place* (lokasi/tempat) jasa yang diberikan, *Promotion* (promosi) promosi yang dilakukan, *People* (orang) kualitas, kualifikasi dan kompetensi SDM yang dimiliki, *Physical Evidence* (bukti fisik) sarana prasarana atau fasilitas yang dimiliki, *Process* (proses) jasa pendidikan. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti uraikan adalah selain terletak pada objek penelitian dan pada pokok bahasan. Peneliti ingin memaparkan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran serta usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan minat masyarakat untuk belajar di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan ini disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I : Dalam bab pendahuluan penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka dan sistematika pembahasan uraian dalam bab pertama ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara umum tentang isi keseluruhan tulisan.

BAB II : Dalam bab ini di sajikan teori-teori yang mendukung penulisan antara lain tentang strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan peminat jasa pendidikan islam, serta metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian skripsi ini.

BAB III : dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum Pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran, yang menjelaskan letak dan

keadaan geografis, sejarah berdirinya pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran, mengenai visi dan misi, struktur organisasi, keadaan ustadz dan santri, kegiatan santri serta sarana dan prasarana di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

BAB IV : bab ini berisi tentang hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk analisis data yang bersumber dari observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi penelitian lapangan. Penjabaran mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran serta faktor yang mempengaruhi minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muuatqien.

BAB V : bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri atas kesimpulan, saran-saran dan penutup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Startegi pemasaran jasa pendidikan di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran sebagai upaya meningkatkan minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muttaqien sebagian besar telah memenuhi unsur-unsur bauran pemasaran meskipun pihak pesantren menyebutkan tidak ada strategi khusus dalam pemasaran pesantren. Unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari *product* yang meliputi pengajaran ilmu-ilmu islam dan ilmu-ilmu umum, beberapa program intensif serta program pendukung. *Price* pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran menawarkan biaya pendidikan yang terbilang cukup murah untuk standar pesantren, Meskipun terbilang murah, namun dengan biaya pendidikan tersebut sekolah tetap mampu memberikan fasilitas yang lengkap dalam mendukung proses belajar mengajar. *Place* lokasi pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran sangat strategis sehingga untuk menuju pesantren ini sangat mudah dijangkau, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. *Promotion* yang dilakukan pesantren Sabilil Muttaqien adalah promosi tidak langsung, yaitu melalui TV, radio, baliho, brosur, internet dan lain sebagainya, dan promosi pesantren secara langsung yaitu melalui mulut ke mulut dan melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah untuk memberikan sosialisasi. *People* di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran sebagian besar guru-gurunya mengajar sesuai dengan

keahliannya, tidak harus sesuai dengan sertifikasi. Sebab yang sesuai sertifikasi belum tentu ahli dalam bidang tersebut. *Process*, agar proses pembelajaran berjalan efektif dan efisien, pihak pesantren mendorong untuk meningkatkan profesionalitasnya dalam mengajar. Dan *physical evidence* lingkungan fisik pesantren nyaman, jauh dari kebisingan serta aman. Selain itu sarana dan prasarana disediakan sudah memadai dan mampu mendukung proses pembelajaran.

2. Tanggapan masyarakat tentang keberadaan pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, banyak pendapat yang menyatakan bahwa keberadaan pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran sangat besar manfaatnya baik bagi masyarakat sendiri, alumni juga para santrinya. Bagi mereka, peran pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran dibutuhkan, melihat zaman dan pergaulan yang semakin tak tentu. Karena itu selain dilihat dalam hal keagamaan, pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran juga mengajarkan tentang kedisiplinan, ditambah lagi tetap mengajarkan ilmu umum.

3. Faktor pendukung dan faktor penghambat pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat belajar di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

a. Faktor pendukung dalam pemasaran jasa pendidikan tersebut ialah

1. Tenaga pendidik yang sebagian besar masih terbilang muda-muda.

2. Latar belakang para pendidik yang hampir semua memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi pada bidang masing-masing.
 3. Keterlibatan santri dalam melakukan promosi.
 4. Daya dukung fasilitas pesantren.
- b. Faktor penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan di pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran ialah masalah momen. Sebab momen-momen acara keluar pesantren tidak bisa diprediksi, selain itu faktor transportasi serta faktor personil kepanitiaan menjadi kendala dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

B. Saran-saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan ada beberapa saran untuk pesantren Sabilil Muttaqien Pangandaran.

1. Melengkapi dan menjaga sarana dan prasarana khususnya untuk kelengkapan kegiatan ekstrakurikuler
2. Kekonsistenan antara jasa pendidikan yang dipasarkan dengan fakta yang ada pada pesantren itu dipertahankan agar masyarakat itu tetap memberikan kepercayaannya terhadap pesantren.
3. Kerjasama antar sesama. Sesuatu yang diinginkan akan mudah dicapai dengan kerja sama dan tidak dibebankan kepada per individu.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah membalasnya, Amin.

Penulis sangat menyadari dengan sepenuh hati dalam penyusunan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan. Namun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan hasil yang sebaik-baiknya. Semoga dengan selesainya penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008).
- Anwar, Dedik Fatkul, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta, Tesis*, Yogyakarta: Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Dokumen Permohonan Pemutakhiran Ijin Operasional Pesantren Sabilil Muttaqien (30 Januari 2017)
- Gradus, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang*, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2013.
- Hadi, Sutrisni, *Methodology Research*, jilid II, Yogyakarta: Andi Ofset, 1989.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: konsep, prinsip, dan aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah* (Yogyakarta: Kaukaba, 2012).
- Jahari, Jaja dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah: Teori, Strategi dan Implementasi* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Khasanah, Afidatun, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden, Jurnal*, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, Volume 8, No 2, 2015.
- Kotler, Philips, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: SMTG Desa Putra, 2002)
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001).

Nasution S, *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung : Tristo, 1988).

Saffar Syukron S, Muhammad “*Pendidikan Entepreneurship di Pesantren Sabilil Muttaqien di Desa Emplak Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran Jawa Barat*”, skripsi, Pekalongan: Sarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, 2017.

Saimima, Muhammad Iqbal, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden*, Skripsi, Yogyakarta: Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfa Beta CV, 2010).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

Susanto, Hery & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2003).

Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen

Undang-Undang No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional

Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan: mengapa sekolah memerlukan marketing?* (Jakarta: Salemba Empat, 2012).

Winarni, Esti, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

<http://www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-mutu-pendidikan>.

<https://dwicitrnurhariyanti.wordpress.com/landasan-dan-problematika-dalam-pendidikan/peningkatan-mutu-pendidikan>.

<http://adityolaksono26.blogspot.co.id/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor>

<http://mutiaralumpur.blogspot.co.id/2010/04/pengertian-minat-konsumen->

<http://www.distrodoc.com/114212-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen->

