

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Undang-Undang sistem pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003 telah mengatakan bahwa pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab . (Pasal 3 UU RI No 20/ 2003).

Globalisasi telah mendorong timbulnya persaingan yang sangat kompetitif dalam dunia jasa pendidikan saling berlomba untuk mengembangkan seluruh potensi kemampuannya guna menarik minat calon santri. Kemampuan bersaing tersebut sangat dipengaruhi oleh kinerja manajemen lembaga pendidikan yang bersangkutan dalam merencanakan strategi yang berorientasi pada upaya membangun daya saing yang tinggi. Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Selain itu, kompetensi antara pesantrenpun semakin tepat. Manajemen adalah suatu proses yang dilakukan agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik, memerlukan perencanaan, pemikiran, pengarahan, dan pengaturan serta mempergunakan atau mengikutsertakan semua potensi yang ada, baik personal maupun material secara efektif dan efisien (Badrudin, 2013:20).

Maka dalam hal ini penyelenggara pendidikan dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan pondok pesantren agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan.

Munculnya pondok modern yang menawarkan keunggulan pasilitas dapat menambah maraknya kompetensi pendidikan islam. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dahulu dianggap tabu karena berbau bisnis dan cenderung berorientasi pada laba, sekarang ini sudah dilakukan secara terbuka. Karena jasa

pendidikan memegang peran penting untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Pesantren yang berkualitas merupakan impian seluruh elemen bangsa karena akan melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bangsa.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan berasrama yang khusus mengajarkan ilmu-ilmu keagamaan (Kementrian Agama 2015). Pesantren merupakan jenis lembaga pendidikan Islam asli dari Indonesia dan telah tercantum dalam UU No 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional* dan PP 55 Tahun 2007 tentang *pendidikan agama dan keagamaan* (Badrudin, Purwanto, & Siregar, 2017: 234).

Ciri khas pesantren adalah lembaga pendidikan agama Islam dengan kyai dengan tokoh sentralnya dan masjid sebagai pusat lembaganya. Eksistensi pondok pesantren salafiyah pada saat ini semakin merosot, apalagi dengan adanya anggapan dari masyarakat bahwa lulusan pesantren hanya bisa berdakwah dan mengaji tanpa melihat potensi lain yang dimiliki lulusan pesantren.

Pesantren kerap diartikan sebagai asrama tempat santri atau murid-murid mengaji (KBBI). Pesantren merupakan lembaga pendidikan tradisional di Indonesia. Namun, seiring berjalannya waktu pada mulanya pondok pesantren tradisional berkembang menjadi modern yang dari visi, infraststruktur dan system pendidikan dapat dengan mudah dibedakan dari pesantren salafiyah (tradisional). Bangunan-bangunan pesantren modern lebih bersih dan terawat, adanya dapur-dapur siap saji, adanya seragam-seragam, auditorium, lapangan olahraga, hingga laboratorium bahasa. Sistem dan pembekalan yang dirancang sudah sedemikian rupa guna mempersiapkan santri menghadapi arus modernitas (Muhakkamurohmah, 2014 vol.12 No.2 Juli ).

Pesantren adalah sebuah pendidikan tradisional yang para siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan guru yang lebih dikenal dengan sebutan kyai dan mempunyai asrama untuk tempat menginap santri. Santri tersebut berada dalam kompleks yang juga menyediakan masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar, dan kegiatan keagamaan lainnya. Kompleks ini biasanya dikelilingi

oleh tembok untuk dapat mengawasi keluar masuknya para santri sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pondok Pesantren merupakan dua istilah yang menunjukkan satu pengertian. Pesantren menurut pengertian dasarnya adalah tempat belajar para santri, sedangkan pondok berarti rumah atau tempat tinggal sederhana terbuat dari bambu. Di samping itu, kata pondok mungkin berasal dari Bahasa Arab Funduq yang berarti asrama atau hotel. Di Jawa termasuk Sunda dan Madura umumnya digunakan istilah pondok dan pesantren, sedang di Aceh dikenal dengan istilah dayah atau rangkang atau menuasa, sedangkan di Minangkabau disebut surau. Pesantren juga dapat dipahami sebagai lembaga pendidikan dan pengajaran agama, umumnya dengan cara nonklasikal, di mana seorang kiai mengajarkan ilmu agama Islam kepada santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab oleh Ulama Abad pertengahan, dan para santrinya biasanya tinggal di pondok (asrama) dalam pesantren tersebut.

Sebuah pondok pada dasarnya merupakan sebuah asrama pendidikan Islam tradisional di mana para siswanya (santri) tinggal bersama di bawah bimbingan seorang atau lebih guru yang lebih dikenal dengan kiai. Dengan istilah pondok pesantren dimaksudkan sebagai suatu bentuk pendidikan keislaman yang melembaga di Indonesia. Pondok atau asrama merupakan tempat yang sudah disediakan untuk kegiatan bagi para santri. Adanya pondok ini banyak menunjang segala kegiatan yang ada. Hal ini didasarkan jarak pondok dengan sarana pondok yang lain biasanya berdekatan sehingga memudahkan untuk komunikasi antara kiai dan santri, dan antara satu santri dengan santri yang lain.

Dengan demikian akan tercipta situasi yang komunikatif di samping adanya hubungan timbal balik antara kiai dan santri, dan antara santri dengan santri. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Zamakhsyari Dhofier, bahwa adanya sikap timbal balik antara kiai dan santri di mana para santri menganggap kiai seolah-olah menjadi bapaknya sendiri, sedangkan santri dianggap kiai sebagai titipan Tuhan yang harus senantiasa dilindungi

Sikap timbal balik tersebut menimbulkan rasa kekeluargaan dan saling menyayangi satu sama lain, sehingga mudah bagi kiai dan ustaz untuk membimbing

dan mengawasi anak didiknya atau santri. Segala sesuatu yang dihadapi oleh santri dapat dimonitor langsung oleh kiai dan ustaz, sehingga dapat membantu memberikan pemecahan ataupun pengarahan yang cepat terhadap santri, mengurai masalah yang dihadapi para santri.

Keadaan pondok pada masa kolonial sangat berbeda dengan keberadaan pondok sekarang. Hurgronje menggambarkan keadaan pondok pada masa kolonial (dalam bukunya Imron Arifin, *Kepemimpinan kiai*) yaitu: “Pondok terdiri dari sebuah gedung berbentuk persegi, biasanya dibangun dari bambu, tetapi di desa-desa yang agak makmur tiangnya terdiri dari kayu dan batangnya juga terbuat dari kayu. Tangga pondok dihubungkan ke sumur oleh sederet batu-batu titian, sehingga santri yang kebanyakan tidak bersepatu itu dapat mencuci kakinya sebelum naik ke pondoknya.

Pondok yang sederhana hanya terdiri dari ruangan yang besar yang didiami bersama. Terdapat juga pondok yang agaknya sempurna di mana didapati sebuah gang (lorong) yang dihubungkan oleh pintu-pintu. Di sebelah kiri kanan gang terdapat kamar kecil-kecil dengan pintunya yang sempit, sehingga sewaktu memasuki kamar itu orang-orang terpaksa harus membungkuk, jendelanya kecil-kecil dan memakai terali. Perabot di dalamnya sangat sederhana. Di depan jendela yang kecil itu terdapat tikar pandan atau rotan dan sebuah meja pendek dari bambu atau dari kayu, di atasnya terletak beberapa buah kitab”

Dewasa ini keberadaan pondok pesantren sudah mengalami perkembangan sedemikian rupa sehingga komponen-komponen yang dimaksudkan makin lama makin bertambah dan dilengkapi sarana dan prasarannya.

Dalam sejarah pertumbuhannya, pondok pesantren telah mengalami beberapa fase perkembangan, termasuk dibukanya pondok khusus perempuan. Dengan perkembangan tersebut, terdapat pondok perempuan dan pondok laki-laki. Sehingga pesantren yang tergolong besar dapat menerima santri laki-laki dan santri perempuan, dengan memisahkan pondok-pondok berdasarkan jenis kelamin dengan peraturan yang ketat.

Masjid merupakan elemen yang tak dapat dipisahkan dengan pesantren dan dianggap sebagai tempat yang paling tepat untuk mendidik para santri, terutama

dalam praktik ibadah lima waktu, khotbah dan salat Jumat dan pengajaran kitab-kitab Islam klasik. Sebagaimana pula Zamakhsyari Dhofier berpendapat bahwa: “Kedudukan masjid sebagai sebagai pusat pendidikan dalam tradisi pesantren merupakan manifestasi universalisme dari sistem pendidikan Islam tradisional. Dengan kata lain kesinambungan sistem pendidikan Islam yang berpusat di masjid sejak masjid Quba’ didirikan di dekat Madinah pada masa Nabi Muhammad SAW tetap terpancar dalam sistem pesantren. Sejak zaman Nabi, masjid telah menjadi pusat pendidikan Islam”

Lembaga-lembaga pesantren di Jawa memelihara terus tradisi tersebut, bahkan pada zaman sekarang di daerah umat Islam begitu terpengaruh oleh kehidupan Barat, masih ditemui beberapa ulama dengan penuh pengabdian mengajar kepada para santri di masjid-masjid serta memberi wejangan dan anjuran kepada murid-muridnya.

Sejak tumbuhnya pesantren, pengajaran kitab-kitab klasik diberikan sebagai upaya untuk meneruskan tujuan utama pesantren yaitu mendidik calon-calon ulama yang setia terhadap paham Islam tradisional. Karena itu kitab-kitab Islam klasik merupakan bagian integral dari nilai dan paham pesantren yang tidak dapat dipisahkan.

Penyebutan kitab-kitab Islam klasik di dunia pesantren lebih populer dengan sebutan “kitab kuning”, tetapi asal usul istilah ini belum diketahui secara pasti. Mungkin penyebutan istilah tersebut guna membatasi dengan tahun karangan atau disebabkan warna kertas dari kitab tersebut berwarna kuning, tetapi argumentasi ini kurang tepat sebab pada saat ini kitab-kitab Islam klasik sudah banyak dicetak dengan kertas putih.

Pengajaran kitab-kitab Islam klasik oleh pengasuh pondok (kiai) atau ustaz biasanya dengan menggunakan sistem *sorogan*, *wetonan*, dan *bandongan*. Adapun kitab-kitab Islam klasik yang diajarkan di pesantren menurut Zamakhsyari Dhofir dapat digolongkan ke dalam 8 kelompok, yaitu: (1) *Nahwu* (gramatika Bahasa Arab) dan *Sharaf* (morfologi), (2) *Fiqih* (hukum), (3) *Ushul Fiqh* (yurisprudensi), (4) Hadits, (5) Tafsir, (6) Tauhid (teologi Islam), (7) Tasawuf dan Etika, (8) cabang-cabang lain seperti *Tarikh* (sejarah) dan *Balaghah* (retorika).

Kitab-kitab Islam klasik adalah kepustakaan dan pegangan para kiai di pesantren. Keberadaannya tidaklah dapat dipisahkan dengan kiai di pesantren. Kitab-kitab Islam klasik merupakan modifikasi nilai-nilai ajaran Islam, sedangkan kiai merupakan personifikasi dari nilai-nilai itu. Di sisi lain keharusan kiai di samping tumbuh disebabkan kekuatan-kekuatan mistik yang juga karena kemampuannya menguasai kitab-kitab Islam klasik.

Sehubungan dengan hal ini, Moh. Hasyim Munif mengatakan bahwa: “Ajaran-ajaran yang terkandung dalam kitab kuning tetap merupakan pedoman hidup dan kehidupan yang sah dan relevan. Sah artinya ajaran itu diyakini bersumber pada kitab Allah Al-Qur’an dan sunnah Rasulullah (Al-Hadits), dan relevan artinya ajaran-ajaran itu masih tetap cocok dan berguna kini atau nanti”

Dengan demikian, pengajaran kitab-kitab Islam klasik merupakan hal utama di pesantren guna mencetak alumnus yang menguasai pengetahuan tentang Islam bahkan diharapkan di antaranya dapat menjadi kyai.

Santri merupakan sebutan bagi para siswa yang belajar mendalami agama di pesantren. Biasanya para santri ini tinggal di pondok atau asrama pesantren yang telah disediakan. Ada pula santri yang tidak tinggal di tempat yang telah disediakan tersebut yang biasa disebut dengan santri *kalong* sebagaimana yang telah penulis kemukakan pada pembahasan di depan.

Menurut Zamakhsyari Dhofir berpendapat bahwa: “Santri yaitu murid-murid yang tinggal di dalam pesantren untuk mengikuti pelajaran kitab-kitab kuning atau kitab-kitab Islam klasik yang pada umumnya terdiri dari dua kelompok santri yaitu: - Santri mukim yaitu santri atau murid-murid yang berasal dari jauh yang tinggal atau menetap di lingkungan pesantren. - Santri *kalong* yaitu santri yang berasal dari desa-desa sekitar pesantren yang mereka tidak menetap di lingkungan kompleks pesantren tetapi setelah mengikuti pelajaran mereka pulang.

Dalam menjalani kehidupan di pesantren, pada umumnya mereka mengurus sendiri keperluan sehari-hari dan mereka mendapat fasilitas yang sama antara santri yang satu dengan lainnya. Santri diwajibkan menaati peraturan yang ditetapkan di dalam pesantren tersebut dan apabila ada pelanggaran akan dikenakan sanksi sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan.

Istilah kiai bukan berasal dari bahasa Arab, melainkan dari bahasa Jawa. Kata kiai mempunyai makna yang agung, keramat, dan dituahkan. Selain gelar kiai diberikan kepada seorang laki-laki yang lanjut usia, arif, dan dihormati di Jawa. Gelar kiai juga diberikan untuk benda-benda yang keramat dan dituahkan, seperti keris dan tombak. Namun pengertian paling luas di Indonesia, sebutan kiai dimaksudkan untuk para pendiri dan pemimpin pesantren, yang sebagai muslim terhormat telah membaktikan hidupnya untuk Allah SWT serta menyebarkan dan memperdalam ajaran-ajaran serta pandangan Islam melalui pendidikan.

Kyai berkedudukan sebagai tokoh sentral dalam tata kehidupan pesantren, sekaligus sebagai pemimpin pesantren. Dalam kedudukan ini nilai kepesantrenannya banyak tergantung pada kepribadian kiai sebagai suri teladan dan sekaligus pemegang kebijaksanaan mutlak dalam tata nilai pesantren. Dalam hal ini M. Habib Chirzin mengatakan bahwa peran kiai sangat besar sekali dalam bidang penanganan iman, bimbingan perbuatan (*Ar: 'amaliyah*), penyebaran dan pewarisan ilmu, pembinaan akhlak, pendidikan beramal, dan memimpin serta menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh santri dan masyarakat. Dan dalam hal pemikiran kiai lebih banyak berupa terbentuknya pola berpikir, sikap, jiwa, serta orientasi tertentu untuk memimpin sesuai dengan latar belakang kepribadian kyai.

Dari pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa peran kiai sangat menentukan keberhasilan pesantren yang diasuhnya. Demikianlah beberapa uraian tentang elemen-elemen umum pesantren, yang pada dasarnya merupakan syarat dan gambaran kelengkapan elemen sebuah pondok pesantren yang terklasifikasi asli meskipun tidak menutup kemungkinan berkembang atau bertambah seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Pesantren pada mulanya merupakan pusat penggabungan nilai-nilai dan penyiaran agama Islam. Namun, dalam perkembangannya, lembaga ini semakin memperlebar wilayah garapannya yang tidak melulu mengakselerasikan mobilitas vertikal (dengan penjejalan materi-materi keagamaan), tetapi juga mobilitas horizontal (kesadaran sosial). Pesantren kini tidak lagi berfokus pada kurikulum yang berbasis keagamaan (*religious-based curriculum*) dan cenderung melangit, tetapi juga kurikulum yang menyentuh persoalan masyarakat (*society-based*

*curriculum*). Dengan demikian, pesantren tidak bisa lagi didakwa semata-mata sebagai lembaga keagamaan murni, tetapi juga (seharusnya) menjadi lembaga sosial yang hidup yang terus merespons karut-marut persoalan masyarakat di sekitarnya.

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tertua yang merupakan produk budaya Indonesia. Keberadaan pesantren di Indonesia dimulai sejak Islam masuk negeri ini dengan mengadopsi sistem pendidikan keagamaan yang sebenarnya telah lama berkembang sebelum kedatangan Islam. Sebagai lembaga pendidikan yang telah lama berurat akar di negeri ini, pondok pesantren diakui memiliki andil yang sangat besar terhadap perjalanan sejarah bangsa.

Banyak pesantren di Indonesia hanya membebaskan para santrinya dengan biaya yang rendah, meskipun beberapa pesantren modern membebani dengan biaya yang lebih tinggi. Meski begitu, jika dibandingkan dengan beberapa institusi pendidikan lainnya yang sejenis, pesantren modern jauh lebih murah. Organisasi massa (ormas) Islam yang paling banyak memiliki pesantren adalah Nahdlatul Ulama (NU). Ormas Islam lainnya yang juga memiliki banyak pesantren adalah Al-Washliyah dan Hidayatullah.

Seiring perkembangan zaman, serta tuntutan masyarakat atas kebutuhan pendidikan Umum, kini banyak pesantren yang menyediakan menu pendidikan umum dalam pesantren. kemudian muncul istilah pesantren salaf dan pesantren modern. Pesantren salaf adalah pesantren yang murni mengajarkan pendidikan agama. Sedangkan Pesantren Modern menggunakan sistem pengajaran pendidikan umum, dengan sistem kelas dan kurikulum.

Pesantren yang hanya mengajarkan ilmu agama Islam saja umumnya disebut pesantren salaf. Pola tradisional yang diterapkan dalam pesantren salaf adalah para santri bekerja untuk kiai mereka - bisa dengan mencangkul sawah, mengurus empang (kolam ikan), dan lain sebagainya - dan sebagai balasannya mereka diajari ilmu agama oleh kiai mereka tersebut. Sebagian besar pesantren salaf menyediakan asrama sebagai tempat tinggal para santrinya dengan membebaskan biaya yang rendah atau bahkan tanpa biaya sama sekali. Para santri, pada umumnya menghabiskan hingga 20 jam waktu sehari dengan penuh dengan kegiatan, dimulai



dari *salat shubuh* di waktu pagi hingga mereka tidur kembali di waktu malam. Pada waktu siang, para santri pergi ke sekolah umum untuk belajar ilmu formal, pada waktu sore mereka menghadiri pengajian dengan kiai atau ustaz mereka untuk memperdalam pelajaran agama dan al-Qur'an. Ada pula pesantren yang mengajarkan pendidikan umum, di mana persentase ajarannya lebih banyak ilmu-ilmu pendidikan agama Islam daripada ilmu umum (matematika, fisika, dan lainnya). Ini sering disebut dengan istilah *pondok pesantren modern*, dan umumnya tetap menekankan nilai-nilai dari kesederhanaan, keikhlasan, kemandirian, dan pengendalian diri. Pada pesantren dengan materi ajar campuran antara pendidikan ilmu formal dan ilmu agama Islam, para santri belajar seperti di sekolah umum atau madrasah. Pesantren campuran untuk tingkat SMP kadang-kadang juga dikenal dengan nama Madrasah Tsanawiyah, sedangkan untuk tingkat SMA dengan nama Madrasah Aliyah. Namun, perbedaan pesantren dan madrasah terletak pada sistemnya. Pesantren memasukkan santrinya ke dalam asrama, sementara dalam madrasah tidak. Ada juga jenis pesantren semimodern yang masih mempertahankan kesalafannya dan memasukkan kurikulum modern di pesantren tersebut.

Dengan berjalannya waktu dan zaman maka terjadilah modernisasi pesantren, adapun sebab-sebab terjadinya modernisasi Pesantren di antaranya:

- Munculnya wacana penolakan taqlid dengan kembali kepada Al-Quran dan Sunnah sebagai isu sentral yang mulai ditadaruskan sejak tahun 1900. Maka sejak saat itu perdebatan antara kaum tua dengan kaum muda, atau kalangan reformis dengan kalangan ortodoks/konservatif, mulai mengemuka sebagai wacana publik.
- Kian mengemukanya wacana perlawanan nasional atas kolonialisme belanda.
- Terbitnya kesadaran kalangan Muslim untuk memperbaharui organisasi Islam mereka yang berkonsentrasi dalam aspek sosial ekonomi.
- Dorongan kaum Muslim untuk memperbarui sistem pendidikan Islam. Salah satu dari keempat faktor tersebut dalam pandangan Karel A. Steenbrink, yang

sejatinya selalu menjadi sumber inspirasi para pembaharu Islam untuk melakukan perubahan Islam di Indonesia

Di Jawa biasanya seorang kiai yang mengembangkan sebuah pesantren pertama-tama dengan mendirikan masjid di dekat rumahnya. Langkah ini pun biasanya diambil atas perintah kiainya yang telah menilai bahwa ia sanggup memimpin sebuah pesantren. Selanjutnya kiai tersebut akan mengajar murid-muridnya (para santri) di masjid, sehingga masjid merupakan elemen yang sangat penting dari pesantren.

Manajemen pemasaran adalah suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. (Mursid M, 2014:26).

Manajemen pemasaran tentunya menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam hal menarik minat santri, karena dengan sistem pemasaran yang tepat akan membantu sekolah / lembaga mendapatkan siswa dengan mudah, dalam ilmu pemasaran yang begitu luas penulis mengambil bauran pemasaran, kualitas dan kepercayaan sebagai variabel penelitian yang mana di harapkan dari variabel pemasaran tersebut akan di dapat variabel paling berpengaruh terhadap minat siswa, maka variabel tersebut akan di jadikan bahan pertimbangan sekolah untuk terus di kembangkan untuk menarik minat siswa memilih sekolah.

Pondok Pesantren Darussalam yang terletak di KasomalangWetan, Kasomalang Kabupaten Subang yang merupakan pesantren modern (*boardingschool*) ini menggunakan kurikulum dengan mengikuti peraturan kementerian agama dengan metode pembelajaran seperti pesantren pada umumnya.

Namun yang membedakan antara pesantren Darussalam dengan pesantren lainnya yaitu sistem pendidikan pesantren yang dipadukan antara kegiatan keagamaan dengan bahasa (*language*), hal ini tak lain adalah cara memasarkan lembaga yang ada agar tetap eksis dan terus berkembang sesuai dengan aturan yang

dibuat dengan aktivitas santri yang lain seperti belajar berorganisasi agar siap hidup di masyarakat kelak. Selain untuk mengisi waktu kosong santri, hal ini dapat membiasakan para santri agar lebih bertanggung jawab dan dewasa tentunya.

Dari fenomena diatas, peneliti mengidentifikasi masalah mendasar di atas, maka untuk mengetahui fokus yang sebenarnya peneliti mengambil judul “Manajemen Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Pondok Pesantren” dengan lokasi penelitian di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam rencana penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Perencanaan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam ?
2. Bagaimana Pengorganisasian Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam ?
3. Bagaimana Pelaksanaan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang ?
4. Bagaimana Pengawasan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang?
5. Bagaimana Hasil Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang?
6. Bagaimana Faktor Penghambat dan Pendukung Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan :

1. Perencanaan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang.
2. Pengorganisasian Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang.
3. Pelaksanaan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang.
4. Pengawasan Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang.
5. Hasil Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang
6. Faktor Penghambat dan Pendukung Pemasaran di Pondok Pesantren Darussalam

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh mengenai manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis yaitu:

1. Manfaat teoritis yaitu dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas dipesantren.
2. Manfaat praktis yaitu dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, untuk menjadi sebuah acuan oleh pengelola pesantren dalam manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas yang efektif dan efisien.
3. Secara spesifik diharapkan berguna sebagai inspirasi sebagai pengembangan bauran pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pondok pesantren.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas merupakan salah satu cara yang dilakukan di pondok pesantren Darussalam sebagai sarana untuk memberikan pertukaran yang saling menguntungkan. Bauran pemasaran berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan lembaga, untuk mencapai tujuan lembaga dalam bidang pemasaran. Untuk memahami manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas maka perlulah diurai rinci mengenai manajemen, bauran pemasaran, dan kuantitas sebagai berikut.

Manajemen merupakan salah satu aspek terpenting dalam sebuah lembaga pendidikan, khususnya lembaga pendidikan islam dan pesantren. walaupun dengan manajemen yang sangat sederhana tapi pesantren mampu bersumbangsih besar terhadap kemajuan bangsa Indonesia, karena pesantren disinyalir merupakan lembaga pendidikan tertua di Nusantara bahkan sebelum terjadinya kemerdekaan Indonesia (Khorri, 2017:129).

Secara etimologis, manajemen bersal dari bahasa Latin, yaitu dari kata “*manus*” yang berarti tangan dan “*agere*” yang berarti melakukan. Dalam bahasa Arab, manajemen identik dengan kata “*dabbara, yudabbiru, tadbiiran*” yang berarti mengarahkan, mengelola, melaksanakan, menjalankan, mengatur dan mengurus. Adapun secara terminologi, definisi manajemen menurut G.R Terry adalah suatu proses yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan ilmu ataupun seni untuk menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Jahari & Syarbni, 2013:1).

Fungsi manajemen menurut G.R Terry dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*planning*) merupakan langkah awal dalam proses manajemen. Perencanaan merupakan suatu proses penentuan tujuan pedoman pelaksanaan, dengan memilih yang terbaik dari alternatif-alternatif yang ada. Sedangkan menurut Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, perencanaan adalah suatu proses merumuskan tujuan-tujuan, sumber daya dan teknik atau metode yang terpilih (Jahari & Syarbni, 2013 : 7). Unsur pengambilan keputusan merupakan unsur penting dalam perencanaan, yaitu proses mengembangkan dan memilih langkah-langkah yang akan diambil untuk menghadapi masalah-masalah dalam organisasi atau perusahaan (Prihatin, 2014: 15).
2. Pengorganisasian (*Organizing*) pengorganisasian merupakan upaya penentuan kerja melalui bagian-bagian tugas, wewenang sesuai ruang lingkup kerja. Menurut Hasibuan pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap organisasi ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menempatkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut (Jahari & Syarbni, 2013 : 11).
3. Pelaksanaan (*Actuating*) adalah upaya untuk melaksanakan tugas dan kegiatan yang diberikan kepadanya sesuai rencana dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Jahari & Syarbni, 2013 : 12).

4. Pengawasan (*Controlling*) menurut Ramayulis, pengawasan didefinisikan sebagai proses pemantauan yang terus menerus untuk menjamin terlaksananya perencanaan secara konsekuen baik yang bersifat material maupun spiritual. Pengawasan dilakukan agar pelaksanaan dilapangan sesuai dengan program dan mekanisme yang sudah diatur (Jahari & Syarbni, 2013 : 13). Adapun tujuan dari manajemen tersebut adalah untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan psikomotor, menyalurkan dan mengembangkan kemampuan umum (Junaidi, 2015 : 39).

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut: “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”. Menurut definisi di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi, dan promosinya dengan tujuan

membantu organisasi dalam mencapai sasarannya. (Kotler dan Keller, 2007). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut : “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler dan Keller, 2007).

Elemen-elemen strategi bauran pemasaran terdiri atas:

#### 1. Produk (Product)

Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat

hati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli. Dari faktor-faktor tersebut, keunggulan produk termasuk ke dalam pertimbangan utama sebelum membeli. Keunggulan kompetitif suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru, dimana kesuksesan produk tersebut diukur dengan parameter jumlah penjualan produk. (Tjiptono, 2008).

## 2. Harga (Price)

Definisi harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan market share, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya. (Engel, J; Blackwell R, 2004).

## 3. Tempat (Place)

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Disamping itu, lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi seperti flexibility, competitive, positioning, dan focus. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang. (Tjiptono, 1996).

## 4. Promosi (Promotion)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan



dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tjiptono (2007:209-210)

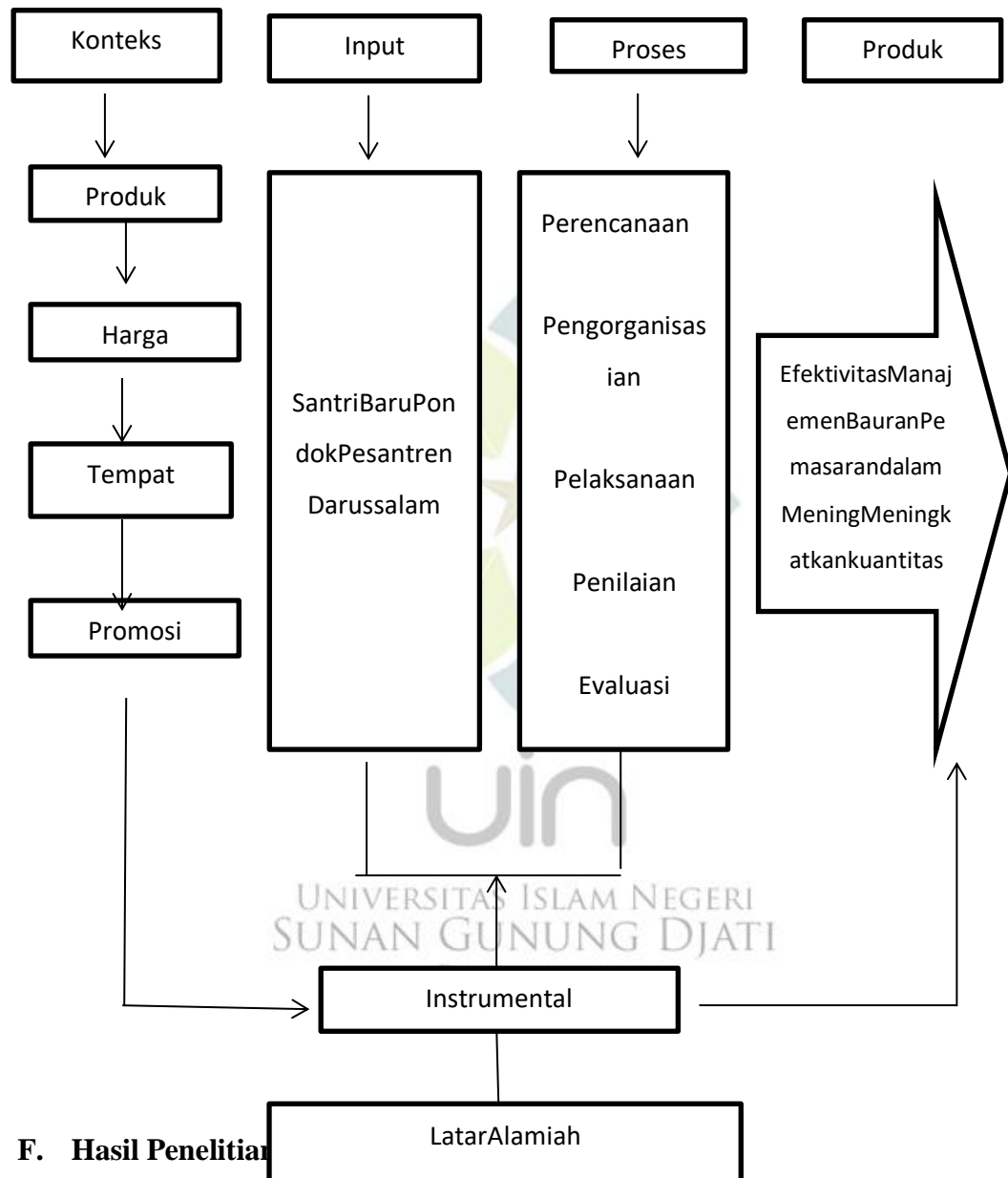
Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Menurut Kotler (2005) “Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran”. Sedangkan menurut Cravens (2000) menyatakan “Bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju”.

Kuantitas adalah kualitas sesuatu hal yang terbentuk dari proses pengukuran (Thompson:1990) (contohnya ukuran jumlah) menurut Wungu & Brotoharjo:2003 “kuantitas adalah segala macam bentuk satuan ukuran yang berhubungan dengan jumlah hasil kerja yang bisa dinyatakan dalam ukuran angka atau padanan angka yang lainnya. Sedangkan berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kuantitas adalah Banyaknya (benda dan sebagainya); jumlah (sesuatu).

Dalam manajemen pemasaran pesantren akan membahas tentang perencanaan yaitu perumusan visi misi lembaga pesantren, segmentasi dan penentuan pasar. Pengorganisasian yaitu penyusunan organisasi pemasaran. Pengendalian yaitu terdapat strategi promosi dan komunikasi pemasaran. dan pengawasan yaitu pengawasan rencana tahunan, pengawasan profitabilitas, pengawasan efisien dan pengawasan strategis.

Hasil pemasaran jasa dapat dilihat pada 2 aspek, yaitu jumlah konsumen dan kualitas konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa apabila pemasaran direncanakan dengan baik dan dilaksanakan dengan tepat, maka akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan (jumlah pelanggan atau santri).

**Kerangka Pemikiran Manajemen Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Pondok Pesantren Darussalam Kasomalang Subang**



**F. Hasil Penelitian**

Untuk lebih memperdalam kajian mengenai penelitian ini, telah dikaji beberapa pustaka yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Tesis ini dibuat oleh Hendra Saputra untuk memperoleh magister sains dalam program studi ilmu manajemen pada sekolah pasca sarjana Universitas Sumatera Utara. Tesis ini berjudul "Analisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi oleh konsumen".

rumah tangga di Kota Medan” Skripsi ini berisi hasil penelitian menunjukan bahwa strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk harga, saluran distribusi, dan promosi. Secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan. Secara persial hanya satu variabel independen saja, yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan yaitu promosi 53%, nilai keefesien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen yang teliti mampu menjelaskan 50% terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya 49% dijelaskan leh variabel independen lain nya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Jurnal el tarbawi, volume VII, No 2, 2015, khasanah afidatun, dengan judul “pemasaran jasa pendidikan sebagai peningkatan mutu di sd alam batu raden. Jurnal ini membahas pemasaran jasa pendidikan dilembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan di era global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan stategi mutu pendidikan yang merupakan elemen terpenting bagi kualitas serta kemajuan taraf pendidikan pada suatu lembaga pendidikan jika jurnal ini mengembangkan pemasaran pendidikan berbeda dengan penelitian yang akan di fahami tentang bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas pondok pesantren. Jurnnal tersebut sebagai penunjang dalam mengembangkan judul “*manajemen bauran pemasaran dalam meningkatkan kuantitas pondok pesantren*”, sekaligus rujukan dalam mengurai rincian masalah secara sistematis dalam penelitian.