

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu Pengetahuan dan teknologi sudah semakin berkembang dan mengalami kemajuan. Hal ini sesuai dengan perkembangan zaman dan perkembangan cara berfikir manusia yang juga semakin berkembang. Bangsa Indonesia sebagai salah satu negara berkembang tidak akan bisa mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju sebelum memperbaiki kualitas sumber daya manusianya, Kualitas hidup bangsa, khususnya kualitas sumber daya manusia dapat meningkat jika ditunjang dengan sistem pendidikan yang mapan. Dengan sistem pendidikan yang mapan memungkinkan kita berpikir kritis, kreatif, dan produktif.¹

Peran dunia pendidikan, terutama pendidikan islam sangat besar untuk memproteksi masyarakat dari dampak buruk era globalisasi. Dunia pendidikan yang ideal untuk membentuk generasi tangguh di era ini adalah pendidikan pondok pesantren, karena pesantren secara kasat mata dapat dilihat sebagai lembaga pendidikan yang menyiapkan generasi yang handal disegala bidang, Sebagai bukti kita bisa lihat banyak tokoh-tokoh besar yang merupakan lulusan pondok pesantren. Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang sangat akrab menemani perjalanan bangsa Indonesia. Sebagai lembaga pendidikan tertua, jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain, pesantren telah

¹Jauch Lawrence R. & Wiliam Glueck, *Manajemen Strategid an Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ke-3 Ditejemahkan oleh Muraddan AR. Henry Sitanggang, (Jakarta Erlangga, 1998), h. 21)

bermetamorfosa dari pengajian yang sangat sederhana sampai menjadi pesantren modern. Saat ini pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang lahir dari kultur masyarakat Indonesia sendiri, Pemerintah telah mengakui bahwa pendidikan Nasional berakar dari budaya bangsa, salah satunya adalah pondok pesantren, Dengan demikian peran pesantren tidak bisa dipandang sebelah mata di era sekarang karena mempunyai akar sejarah yang kuat bagi kemajuan pendidikan bangsa ini.

Pesantren merupakan system pendidikan yang dianggap sebagai produk budaya Indonesia tertua saat ini dan sebagai produk budaya Indonesia yang *indigenous*.² Pendidikan ini semula merupakan pendidikan agama islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat islam di nusantara pada abad ke 13. Beberapa abad kemudian penyelenggaraan pendidikan ini semakin teratur dengan munculnya tempat-tempat pengajian. Bentuk ini kemudian berkembang dengan pendirian-pendirian tempat-tempat menginap bagi para pelajar (santri) yang kemudian disebut pesantren. Meskipun bentuknya sederhana, pada waktu itu pendidikan pesantren merupakan satu-satunya lembaga pendidikan terstruktur.

Pondok pesantren mempunyai tanggung jawab yang besar dalam melahirkan sumber daya manusia yang kompeten, ikhlas, mandiri dan tabah serta mendahulukan kepentingan masyarakat dalam pelaksanaan dakwah Islam. Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai kekhasan tersendiri yang mampu bersaing hingga kini. Pondok pesantren sebagai model sistem pendidikan pertama dan tertua di Indonesia, keberadaannya mengilhami model dan sistem-

²Sulthon Masyud, Moh. Khusnurdilo, Manajemen Pondok Pesantren, (Jakarta: Diva pustaka), h. 1

sistem yang ditemukan saat ini. Pondok pesantren sebagai sebuah lembaga yang mempunyai sisi menarik, yaitu dari segi modelnya. Sifat keislaman dan keindonesiaan yang terintegrasi dalam pesantren serta kesederhanaan, sistem dan *manhaj* yang terkesan apa adanya.³

Masa depan pondok pesantren sangat ditentukan oleh faktor manajerial. Pondok pesantren akan berkembang secara signifikan jika dikelola secara profesional. Pada hakikatnya, manajemen pendidikan pondok pesantren sebagai suatu proses penataan dan pengelolaan lembaga pendidikan pesantren yang melibatkan sumber daya manusia dan non manusia dalam menggerakkan tercapainya tujuan pendidikan pesantren yang efektif dan efisien. Untuk mencapai titik efektifitas dan efisiensi, sangat diperlukan strategi pemasaran. Strategi merupakan perencanaan berskala besar yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dalam usaha menghasilkan sesuatu yang berkualitas dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Dapat dikatakan provinsi ini terkenal dengan budaya religinya. Hal ini dapat dilihat dari sejarah Kalimantan Selatan itu sendiri yang selalu melahirkan ulama-ulama yang sangat berkharisma dan masyhur. Terlebih lagi banyaknya tempat-tempat ibadah yang sangat mudah dijumpai. Tidak hanya itu, jika berbicara tentang pondok pesantren maka

³Kompri, *Manajemen dan Kepemimpin Pondok Pesantren*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 49-50.

jumlahnya di Kalimantan Selatan sebanyak 217 buah⁴. Disisi lainnya, masih ada saja pandangan masyarakat bahwa pondok pesantren hanya sebagai tempat orang untuk belajar ilmu agama dan identik dengan keterbelakangan. Pemahaman masyarakat tentang keterbelakangan pondok pesantren dengan memasarkan dan mengenalkan bahwa pondok pesantren saat ini telah berbeda, dimana saat ini telah banyak pondok pesantren yang berbasis pondok modern yang telah menggunakan fasilitas yang canggih sama seperti sekolah moderen pada umumnya,

Hulu Sungai Tengah merupakan salah satu kabupaten di provinsi Kalimantan Selatan mempunyai pondok pesantren sebanyak 23 buah. Salah satunya ialah pondok pesantren Darul Inabah. Pondok pesantren ini adalah pesantren modern yang terletak di kota Barabai daerah di kabupaten Hulu Sungai Tengah yang berdiri pada tahun 1993, posisi pondok pesantren tersebut terletak di sebuah Kecamatan Pandawan. Keberadaan pondok pesantren ini masih belum banyak dikenal masyarakat padahal Sudah 26 tahun lamanya berdiri, sedangkan tidak jauh dari pondok pesantren ini ada juga berdiri pondok pesantren modern di Barabai yang berdiri pada Tahun 1995. Jika dibuat perbandingan antara pondok pesantren Darul Inabah dengan pondok pesantren modern terdekat ialah jumlah santri terakhir pada tahun 2018/2019 pondok pesantren Darul Inabah sebanyak 177 orang sedangkan pondok pesantren tersebut sebanyak ±500, sistem pembelajaran di pondok pesantren Darul Inabah ialah sebanding atau 50% agama dan 50% umum sedangkan pondok pesantren modern yang terdekat ialah 30% agama dan 70% umum. jika mengenai akreditiasi pondok pesantren maka pondok

⁴ <http://kalselkemeneg.co.id>

pesantren Darul Inabah masih tergolong lebih rendah dari pada akreditasi pondok pesantren modern tersebut. Hal ini dapat dilihat dari akreditasi pondok pesantren Darul Inabah yang masih tergolong B sedangkan pondok pesantren modern terdekat sudah terakreditasi A.

Pondok pesantren Darul Inabah strategis karena salah satu tujuan didirikannya ialah menyadarkan warga untuk tidak lagi melakukan maksiat di tempat hiburan yang ramai di kampung tersebut. Pondok pesantren ini juga bernaung di bawah yayasan yang namanya Al-Inabah yang didalamnya terdapat Madrasah Aliyah dan Madrasah Tsanawiyah. Sedemikian pentingnya strategi pemasaran untuk menjual dan memasarkan pondok pesantren kepada masyarakat dan meyakinkan para ilmuwan dan pemuda untuk menuntut ilmu di pondok pesantren terutama menghadapi era baru yaitu pesantren yang modern, yang bisa mengembangkan keilmuan dan keislaman dengan keilmuan umum. Disinilah selayaknya strategi pemasaran digunakan untuk mengembangkan pondok pesantren bukan hanya yang selama ini mengenal pondok pesantren dari mulut kemulut tetapi dengan konteks pemasaran yang baik. Pondok pesantren Darul Inabah masih tertinggal dengan pesantren yang terdekat hal ini menjadi poin menarik untuk dijadikan penelitian, Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah Di Kabupaten Hulu Sungai Tengah”**

B. Rumusan Masalah

Bertolak dari latar belakang masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah?
2. Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam mengembangkan strategi pemasaran pondok pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah.
2. Mengetahui Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam mengembangkan strategi pemasaran pondok pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi upaya pengawasan keilmuan bidang Strategi Pemasaran khususnya tentang pondok pesantren.

2. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi Pondok Pesantren Sebagai saran atau masukan yang dapat digunakan dan diterapkan bagi pimpinan pondok. Dalam aspek strategi pemasaran pondok pesantren untuk biasa bersaing sehingga biasa memberikan kontribusi bagi kemajuan pondok pesantren lagi kedepannya.
- b. Dapat dijadikan sebagai bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman yang tidak biasa didapat di bangku kuliah, dan dapat menerapkan ilmu yang telah didapat yang nantinya akan sangat berguna apabila penulis menjadi pimpinan pondok dalam lembaga pendidikan Islam.

E. Definisi Operasional

1. Strategi menurut terminology adalah keseluruhan langkah (kebijaksanaan-kebijaksanaan) dalam perhitungan guna mencapai suatu tujuan atau untuk mengatasi suatu persoalan.⁵

Istilah strategi pemasaran dapat diartikan suatu proses menganalisis kesempatan memilih tujuan mengembangkan siasat (*strategi*) merumuskan rencana-rencana menjalankan pelaksanaan dan pengawasan.

⁵Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta : PT GramediaPustaka, 2001), h. 31

Strategi pemasaran menggunakan *7P product, price, promotion, place, people, physical evindene dan proses.*

Strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah langkah yang dilakukan oleh pihak Pondok pesantren terhadap tujuan untuk perkembangan pondok pesantren Darul Inabah.

2. Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran Islam dan sekaligus lembaga pengkaderan.⁶ Di samping itu juga pesantren merupakan Pusat pengembangan dan penyebaran ilmu- ilmu keislaman yang mempunyai lima elemen yakni pondok, masjid, santri, pengajian kitab klasik dan kyai.⁷

Adapun Pesantren yang dimaksud adalah pondok pesantren Darul Inabah Kabupaten Hulu Sungai. Dalam aspek 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 unsur-unsur pemasaran yang terpadu (*7P dari marketing mix prodct, price, promotiondan place, people, physical evindene dan proses*) yang dilakukan di Pondok Pesantren Darul Inabah Kabupaten Hulu Sungai.

⁶Moekijad, *KamusMenajemen*, (Bandung: Mandar Maj,I,1990) hlm. 519.

⁷SeafulHamim, *StrategiPemasaran di BMT SubulusalamBantul Yogyakarta, Skripsi, (TidakDiterbitkan)*: Perpustakaan UIN sunanKalijaga Yogyakarta, 2011

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang penulis kaji berkaitan dengan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai ,penelitian Menemukan tulisan yang berhubungan dengan penelitian yaitu :

1. Penelitian pertama berjudul “ *Strategi Pemasarann Pondok Pesantren Nurul ‘Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah*” oleh Khairon Nisa (1341030032). Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitin yang dilakukan oleh Khairon Nisa membahas tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan, sedang peneliti sendiri membahas tentang strategi pemasaran mencakup 7P. Persamaannya adalah sama- sama meneliti yang berkaitan dengan strategi pemasaran.
2. Penelitian kedua berjudul “ *Strategi Bauran Promosi Pondok Pesantren Darul Muttaqien*” oleh M. Agung Pratama (1110018200074). Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitin yang dilakukan oleh M. Agung Pratama membahas tentang strategi bauran pemasaran 4P promosi pondok pesantren Darul Muttaqien, sedang peneliti sendiri membahas tentang strategi pemasaran mencakup 7P. Persamaannya adalah sama- sama meneliti yang berkaitan dengan strategi pemasaran.
3. Penelitian kedua berjudul “ *Strategi Pimpinan Dalam Pemasaran Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Al- Mursyidul Amin*” oleh Muliana. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitin yang dilakukan oleh Muliana membahas tentang strategi pemimpin dalam

memasarkan pondok pesantren Al- Mursidul Amin, sedang peneliti sendiri membahas tentang strategi pemasaran mencakup 7P. Persamaannya adalah sama- sama meneliti yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui dan mempermudah pembahasan ini maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan masalah Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teoritis yang memuat tentang pengertian strategi pemasaran, jenis strategi pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi, dan strategi bauran pemasaran jasa (marketing mix), b. strategi pemasaran dalam islam, pengertian pondok pesantren, fungsi pondok pesantren, tujuan pondok pesantren.

BAB III Metode Penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data..

BAB IV Laporan Hasil Penelitian yang berisi gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data.

Bab V Penutup yang isinya simpulan dan saran.