

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi harus memiliki kemampuan untuk bisa menyusun promosi apa yang akan diterapkan dengan tujuan agar suatu organisasi tersebut mampu bertahan dalam menghadapi persaingan dengan organisasi lain, salah satunya salah satunya melalui bauran promosi *WOMC (Word of Mouth Communication)* dan biasa disebut komunikasi yang disampaikan dari mulut ke mulut individu lain.¹ *WOMC* suatu strategi promosi yang ampuh serta sangat berdampak dalam organisasi maupun perusahaan. *WOMC* mampu menyebarkan suatu informasi dengan cepat serta mampu membujuk calon konsumen.² Suryani *WOMC* lebih mudah dipercayai oleh masyarakat luas karena pada saat ini masyarakat lebih mempercayai pendapat atau pengalaman seseorang sehingga ini menjadikan *WOMC* lebih unggul dari pada promosi lainnya.³ Menurut Kotler & Fox, *WOMC* suatu proses pemberian informasi atau pendapat melalui pengalaman secara individu ataupun kelompok terkait jasa atau barang.⁴ Sedangkan menurut Sernovitz *WOMC* merupakan suatu pengalaman langsung

¹ Antoni Prasetyo and Aniek Wahyuati, "Pengaruh Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes," Ilmu dan Riset Manajemen 5 (n.d.). 1

² Arif Fakhruddin, Kifni Yudianto, and You She Melly, "Word Of Mouth Communication Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah," Forum Ekonomi (2021). 649.

³ Agus Mulyanto, "Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Dan Tipe Kepribadian Terhadap Intensi Perpindahan Merek Kosmetik," *Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi* 12, no. 1 (2017). 32

⁴ Agus Mulyanto, "Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Perusahaan Dan Lokasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)* 6, no. 1 (2021). 28–36,

dari seorang konsumen.⁵ Adapun manfaat dari *WOMC* yaitu memberikan promosi yang mampu menjadikan peluang besar dalam mendapatkan pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi, bahkan mampu membuat suatu komunitas. Dengan hal tersebut suatu organisasi, perusahaan, barang, jasa dan produk mampu dikenal oleh kalangan masyarakat melalui *WOMC*.⁶

Pada hasil penelitian-penelitian yang ada *WOMC* sangat berpengaruh dalam dunia pendidikan terbukti pada Tahun 2020 membuktikan *WOMC* mampu memberikan pengaruh baik dan berdampak pada minat calon siswa mendaftar di SDIT Alamy Subang. Dengan banyaknya pendapat positif dari siswa dan orangtua siswa mengenai SDIT Alamy Subang maka menjadi daya tarik calon siswa atau orang tua untuk melanjutkan pendidikan di SDIT Alamy Subang.⁷ Dilanjutkan pada Penelitian tahun 2021 *WOMC* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan Kampus Mahasiswa Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Asia. Dengan *WOMC* yang baik maka mampu mempengaruhi mahasiswa untuk melanjutkan studi ke kampus Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Asia. Dengan hal tersebut maka kampus mampu meningkatkan jumlah mahasiswa.⁸

⁵ Kiki Joesyiana, "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)," *Jurnal Valuta* Vol. 4, no. 1 (2018). 71–85.

⁶ Rusman Latief, "Word Of Mouth Communication Penjualan Produk" (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, n.d.). 20

⁷ Baba Mukmin, "Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2020). 97

⁸ David Chandra Saputra and Mega Mirasaputri Cahyanti, "Pengaruh Viral Marketing Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Mahasiswa Melakukan Pilihan Kampus (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2020 Jurusan Manajemen Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang)," *Jurnal Manajemen dan Profesional* 2, no. 2 (2021). 68.

Dalam implementasinya pada *WOMC* memiliki peran pada pendidikan. Pendidikan adalah bagian yang dianggap penting karena memiliki pengaruh terhadap perubahan sosial di zaman sekarang ini. Diantara jenjang pendidikan pondok pesantren merupakan salah satunya.⁹ Pondok pesantren disebutkan oleh Abdurrahman Wahid dengan sebutan subkultur, sedangkan yang disebutkan oleh Zamakhsyari Dhofier tentang keunikan pondok pesantren adalah tradisi yang ada pada pondok pesantren. Letak keunikan yang terdapat di pondok pesantren seperti; bangunan masjidnya, kitab-kitab yang digunakannya, ustadz dan ustadzahnya, santri atau santriatinya, dan bangunan yang ada di pondok.¹⁰

Salah satu pondok pesantren yang ada di Banjarbaru yaitu Pondok Pesantren Al - Falah Puteri. Pondok Pesantren Al – Falah Puteri adalah pondok yang awalnya pesantren klasik dan sekarang menjadi pesantren modern yang mengutamakan penguasaan terhadap kitab kuning. Ponpes ini berada ditengah-tengah kota Banjarbaru secara umumnya ada di Landasan Ulin. Ponpes atau Pondok Pesantren tersebut memiliki berbagai tingkatan pendidikan yaitu sekolah tinggi agama islam, pendidikan anak usia dini, madrasah aliyah, madrasah tsanawiyah serta madrasah ibtidaiyah.

⁹ Yusril Mahendra, *Pondok Pesantren Mengapa Sangat Penting Untuk Anak Masa Kini*. SANTRI (Bogor, Jawa Barat: Guepedia, 2022). 11

¹⁰ Achmad Muchaddam Fahham, *Pendidikan Pesantren : Pola Pengasuh, Pembentukan Karakter Dan Perlindungan Anak* (Jakarta: Publica Institute, 2020). 1-2

Data yang diperoleh melalui data dokumen yang dimiliki Pondok Pesantren Al

– Falah Puteri pada tahun 2019 - 2022 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Santriwati Pondok Pesantren Al-Falah Puteri

TAHUN	TAJHIZI	JUMLAH
2018	531	531
2019	439	439
2020	376	376
2021	444	444
2022	415	416

Sumber : Data dokumen pondok pesantren Al Falah Puteri

Tabel 1.2 Data Santriwati Pondok Pesantren Al-Falah Puteri

TAHUN	WUSTHA			JUMLAH
	I	II	III	
2018	409	331	269	1009
2019	481	361	316	1158
2020	376	412	332	1120
2021	339	356	398	1093
2022	332	354	386	1072

Sumber : Data dokumen pondok pesantren Al Falah Puteri

Tabel 1.3 Data Santriwati Pondok Pesantren Al-Falah Puteri

TAHUN	ULYA			JUMLAH
	I	II	III	
2018	190	119	76	385
2019	153	174	116	443
2020	177	132	161	470
2021	200	168	132	500
2022	189	160	130	479

Sumber : Data dokumen pondok pesantren Al Falah Puteri

Tabel 1.4 Data Santriwati Pondok Pesantren Al-Falah Puteri

TAHUN	TOTAL KESELURUHAN SANTRIWATI
2018	1925
2019	2040
2020	1966
2021	2037
2022	1967

Sumber : Data dokumen pondok pesantren Al Falah Puteri

Berdasarkan tabel 1.4 pada tahun 2020 – 2022 jumlah santriwati pondok pesantren Al – Falah Puteri mengalami penurunan dari tahun 2019 penurunan tersebut diakibatkan pandemi Covid-19 dan juga diakibatkan faktor lain yang menyebabkan turun naiknya jumlah santriwati, seperti tidak betah dipondok, tidak bisa berpisah dari orangtua, atau sering sakit – sakitan. Dengan hal tersebut jumlah santriwati di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri tidak stabil dari tahun ketahun.

Pada observasi awal Pondok Pesantren Al – Falah Puteri memiliki berbagai macam fasilitas - fasilitas yang cukup mumpuni untuk santriwatinya seperti toko buku, bank sampah, 2 unit perpustakaan, musholla, balai kesehatan, koperasi, laundry, ruang makan, dapur, kantin, perlengkapan belajar mengajar, dan terdapat sekitar 30 asrama yang ada pada ponpes ini dan juga memiliki berbagai macam program khusus seperti tahfidz Qur'an, Hadist, Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Mutun, Amsilati, dan Kaligrafi.

Pondok Pesantren Al – Falah Banjarbaru merupakan pondok yang terkenal hingga Internasional. Pada tahun 1981 pondok pesantren ini mendapatkan santunan dari kerajaan Saudi Arabia sebesar enam puluh tiga juta. Uang tersebut dialokasikan

untuk membuat asrama, kemudian pada tahun 1995 tepatnya tanggal 16 Maret Duta Besar Kerajaan Saudi Arabia yaitu Syekh Abdurrahman Al Alim berkunjung ke ponpes ini, tidak hanya itu pada keputusan nomor 26 Tanggal 26 Juni 1995 bahwasanya lulusan Aliyah Pondok Pesantren Al – Falah yang ingin melanjutkan kuliah di Al Azhar Kairo dinyatakan lulus tanpa melalui tes. Al – Falah terbukti bahwa telah dikunjungi 11 Duta Besar Negara Negara Islam pada tahun 1995, dan kunjungan Syekh Tarikat Tijani dari Maroko.¹¹ Tidak hanya itu pondok pesantren ini juga pernah di isi pengajian dengan kitab imdad oleh abah guru Sekumpul setelah magrib hingga waktu isya tiba.¹² Bukan hanya guru Sekumpul, Abah guru Zuhdi juga pernah sekolah di Pondok Pesantren Al – Falah namun beliau sering sakit sehingga berhenti tetapi semasa hidup beliau, beliau juga sering berkunjung dan memberikan tausiah ke Pondok Al – Falah.¹³ Al – Falah juga memiliki lulusan yang berkualitas terbukti seperti Guru Ilham Humaidi dan Ustadzah Nur Zahra.¹⁴ Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, peneliti tertarik meneliti tentang “Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Santriwati Mendaftar di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.”

¹¹ Fauzan, *Buletin Al Falah*, Perdana. (Banjarbaru: Buletin Al - Falah, 2008). 8

¹² Suara.batin, *Di Antara Perkataan Abah Guru Sekumpul Sewaktu Pengajian Di Ponpes Al-Falah Banjarbaru*, 2023, <https://www.instagram.com/p/C0YH32CJEak/?igsh=NDgwaDgyOGLmdHVk>.

¹³ Abe, “Seperti Ini Profil KH. Ahmad Zuhdiannor (Abah Guru Zuhdi),” *Kalseltoday.Co.Id*, last modified 2020, <https://kalseltoday.co.id/seperti-ini-profil-kh-ahmad-zuhdiannor-abah-guru-zuhdi/>.

¹⁴ M. Rizal, “BIOGRAFI KH. ILHAM HUMAIDI (MAJELIS AS-SHOFA),” *Tulisan Malam*, last modified 2021, <https://rzllmhd.blogspot.com/2021/05/biografi-kh-ilham-humaidi-majelis-as.html?m=1>.

B. Rumusan Masalah

Digunakan untuk proses pengolahan data dan penyelesaian permasalahan, sehingga peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar intensitas *WOMC* Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru?
2. Seberapa besar intensitas Keputusan Santriwati di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru?
3. Seberapa besar pengaruh *WOMC* terhadap keputusan santriwati mendaftar di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti.

Tujuannya sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui intensitas *WOMC* di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.
- b) Untuk mengetahui intensitas keputusan santriwati di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.
- c) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *WOMC* terhadap keputusan santriwati mendaftar di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.

2. Signifikansi Penelitian

1. Penelitian *WOMC* ini diharapkan berguna untuk :

a. Secara Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai *Word of Mouth Communication* sebagai upaya untuk memberikan informasi terhadap orang lain.
- 2) Memperluas referensi yang berhubungan dengan *WOMC* (*Word of Mouth Communication*) terhadap Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.

b. Secara Praktis

Memberikan informasi kepada masyarakat bahwa dengan pengaruh *word of mouth communication* (*WOMC*) dapat memudahkan dalam penyebaran informasi serta untuk memperluas wawasan tentang pengaruh *word of mouth communication* (*WOMC*) bagi peneliti dan juga pembaca.

D. Definisi Operasional

Pengaruh yang dimaksud pada penelitian yang peneliti teliti yaitu pengaruh dari *WOMC* terhadap keputusan santriwati mendaftar di ponpes Al – Falah Puteri Banjarbaru. Sedangkan arti *WOMC* pada penelitian ini yaitu promosi dari mulut ke mulut berupa informasi ataupun pengetahuan mengenai Pondok Al – Falah Puteri Banjarbaru dari kalangan masyarakat luas untuk santriwati Ponpes Al – Falah Puteri Banjarbaru. Dan Keputusan Santriwati pada

penelitian ini yaitu Keputusan santriwati untuk memilih Pondok Pesantren Al – Falah Puteri melalui *Word of Mouth Communication*.

a. Pengaruh

Suatu kekuatan atau daya yang muncul dari segala sesuatu yang ada di dunia baik benda, perbuatan dan lain sebagainya adalah pengertian dari pengaruh.¹⁵ Pengaruh yang dimaksud pada penelitian ini yaitu pengaruh dari *WOMC* terhadap keputusan santriwati mendaftar di ponpes yang Al – Falah Puteri Banjarbaru.

b. *Word Of Mouth Communication (Variabel Independent) (X)*

Menurut Emanuel Rosen *WOMC* adalah Komunikasi yang menceritakan pengalaman kepada orang lain mengenai suatu barang, jasa, ataupun produk.¹⁶ Sedangkan arti *WOMC* pada penelitian ini yaitu promosi dari mulut ke mulut berupa informasi ataupun pengetahuan mengenai Pondok Pesantren Al – Falah Puteri dari kalangan masyarakat luas untuk santriwati Pondok Pesantren Al – Falah Puteri.

Menurut Sumardy dan dalil Al – Qur’an *WOMC* memiliki beberapa indikator sebagai berikut :

1. Menceritakan pengalaman
2. Mempromosikan
3. Merekomendasikan
4. Jujur

¹⁵ Sandewa Fadli, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Di Banggai Kepulauan.,” *Jurnal Ilmiah Clean Government* Vol. 1, No, no. : E-2620-3014. 90.

¹⁶ Emanuel Rosen, *Buzz: Real-Life Lessons in Word-of-Mouth Marketing* (Profile Books, 2010).

c. Keputusan Pembelian (Variabel Dependent) (Y)

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan suatu keputusan akhir.¹⁷

Di pondok pesantren yang berperan sebagai pembeli atau konsumen adalah santriwati, sehingga pada penelitian ini keputusan pembelian adalah keputusan santriwati untuk memilih Pondok Pesantren Al – Falah Puteri melalui *Word of Mouth Communication*.

Menurut Kotler dan Armstrong keputusan pembelian memiliki Empat indikator sebagai berikut:

1. Kemantapan
2. Memutuskan
3. Memilih
4. rekomendasi orang lain.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dari Eka Hafilah NIM 11410087 pada judul skripsi "Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Strata 1 Di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang" Fakultas Psikologi. Penelitian yang dipakai oleh Eka Hafilah adalah jenis pendekatan kuantitatif. Pembahasan pada penelitian ini yaitu membahas tentang pengaruh dari *word of mouth* dan citra merek terhadap keputusan mahasiswa memilih program strata 1 (S1) di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada hasil Penelitian ini terdapat pengaruh yang besar antara *WOM*

¹⁷ Saimo, "Manajemen Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi," *Jurnal Mitra Manajemen* 6, no. 4 (2022). 220

dengan keputusan mahasiswa memilih program S1 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Letak persamaan dengan penelitian Pengaruh *WOMC* Terhadap Keputusan Santriwati Mendaftar Di pondok Pesantren Al - Falah Puteri yaitu ingin mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari *word of mouth (WOM)*. Perbedaan dengan penelitian *WOMC* ini adalah di objek penelitian dan pembahasan penelitian Eka Hafilah yaitu pengaruh citra Merek sedangkan pada penelitian ini hanya berfokus kepada Pengaruh *word of mouth communication (WOMC)* itu saja.

2. Penelitian oleh Rina Oktasari NIM 1700861201243 berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KaospolosJambi Di Kota Jambi” prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pelaksanaan dan pengaruh *word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kaospolosjambi Di Kota Jambi. Hasil penelitian ini pelaksanaan dari *word of mouth* di kaospolosjambi ini cukup tinggi. Dan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Kaospolosjambi Di Kota Jambi. Letak persamaan dengan penelitian Pengaruh *WOMC* Terhadap Keputusan Santriwati Mendaftar di Pondok Pesantren Al - Falah Puteri yaitu ingin mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari *word of mouth (WOM)*. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

F. Asumsi Dasar dan Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan menjadi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) yaitu :

H_a : Terdapat pengaruh *WOMC* yang signifikan terhadap keputusan santriwati mendaftar di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *WOMC* yang signifikan terhadap keputusan santriwati di Pondok Pesantren Al – Falah Puteri Banjarbaru.

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, asumsi dasar atau hipotesis penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Pada bab ini menerangkan mengenai Kajian Teori serta Kerangka pikir Pengaruh *Word of Mouth Communication* yang terdiri dari definisi teoritik, tinjauan teoritik serta kerangka pikir.

BAB III Pada bab ini menjelaskan tentang Metode penelitian, memuat tentang jenis serta pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V Penutup, bab ini memuat kesimpulan, saran dan penutu