

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BALAKANG MASALAH

Islam adalah agama yang memberi perhatian serius pada pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). SDM yang kuat dan mumpuni, akan mampu menghadirkan kehidupan sosial yang bermartabat dan berperadaban tinggi. Dan diantara upaya mewujudkan SDM yang tangguh-berkualitas itu adalah melalui pendidikan. Karena itu, secara doktrinal, banyak ditemukan ayat al-Qur'an maupun Hadis yang menganjurkan bahkan mewajibkan kaum muslim untuk belajar atau menjalani proses pendidikan, guna meningkatkan kapasitas dirinya. Misalnya, Allah Swt berfirman:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ  
طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ  
يَحْذَرُونَ (١٢٢)

Artinya: “Tidak sepatutnya bagi orang-orang yang mukmin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka Telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya.” (Qs. al-Taubah [9]: 122).

Ayat ini turun terkait fenomena para shahabat yang antusias dan bersungguh-sungguh turut berperang dengan meninggalkan Rasulullah Saw sendirian di Madinah, juga meinggalkan orang-orang yang

lemah.<sup>1</sup> Dengan berlaga di medan perang, menumpas musuh-musuh Islam, mereka berharap meraih ridha Allah Swt dan meninggal dalam kesyahidan. Dalam peperangan itu, Rasulullah Saw tidak turut serta turun langsung. Inilah yang disebut *sariyyah*,<sup>2</sup> peperangan yang tidak diikuti Rasulullah Saw. Sayangnya, semangat mereka berperang justru dengan meninggalkan Rasulullah Saw di Madinah, padahal beliau adalah sumber pengetahuan utama.

Karenanya, Allah Swt menegur mereka dengan menyatakan tidak semestinya seluruh kaum muslim pergi meninggalkan Rasulullah Saw. Harusnya ada sebagian dari mereka yang tetap tinggal di Madinah, untuk menggali berbagai pengetahuan agama darinya. Tugas mereka kelak memberikan bimbingan untuk masyarakatnya, yang pulang dari medan perang. Megutip komentar al-Ḥasan, Imām al-Mawardī menuliskan, hendaklah sekelompok orang tinggal bersama Rasulullah Saw belajar agama dan tidak ikut berperang.<sup>3</sup> Dan berdasarkan keterangan para ulama, ayat ini turun sebagai larangan bagi mereka untuk pergi seluruhnya ke medan perang. Diantara mereka harus ada yang menetap untuk memperdalam pengetahuan agama,<sup>4</sup> sehingga pengetahuan yang dibawa oleh beliau bisa terserap dengan baik oleh umatnya.

---

<sup>1</sup>Shalch dan A. Dahlan, *Asbab al-Nuzul: Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat al-Qur'an* (Bandung: CV Diponegoro, 2000), h. 287.

<sup>2</sup>Perang yang diikuti Rasulullah SAW disebut *ghazwah*. <http://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/15/05/22/noqzvj26-perbedaan-gazwah-dan-sariyyah>

<sup>3</sup>Alī bin Muḥammad al-Mawardī, *al-Nukat wa al-'Uyūn* (Beirūt: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, T.Th.), II/415.

<sup>4</sup>Shalch dan A. Dahlan, *Asbab al-Nuzul: Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat al-Qur'an*, h. 287.

Selain Qs. al-Taubah [9]: 122, Qs. al-‘Alaq: 1-5, khususnya ayat yang pertama, secara eksplisit juga berkenaan dengan kewajiban bagi umat muslim untuk menjalani proses pendidikan, guna meningkatkan kapasitas dirinya. Antara lain menurut Imām al-Syaukānī, ini adalah ayat al-Qur’an yang pertama kali diturunkan kepada Rasulullah Saw<sup>5</sup> saat beliau menjalani *tahannuts* (merenung secara lahir batin) di Gua Hira. Dalam ayat ini, bahkan secara eksplisit Allah Swt menekankan pentingnya membaca, karena menggunakan bentuk *amar* (perintah). Allah Swt berfirman:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

Artinya: “*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan.*” (Qs. al-‘Alaq: 1).

Ayat ini menjelaskan secara gamblang kewajiban “membaca”, dalam pengertiannya yang luas: baik membaca teks atau ayat-ayat yang tersurat (*āyah qauliyyah*) maupun membaca konteks/fenomena atau ayat-ayat yang tersirat yakni alam semesta (*āyah kauniyyah*).<sup>6</sup> Wajib, dalam terma agama, adalah apapun yang jika dikerjakan mendapat pahala dan jika ditinggalkan mendapat dosa.<sup>7</sup> Dengan demikian, membaca yang dalam hal ini berupa proses pendidikan yang menjadi pintu gerbang hadirnya peradaban baru dan akhlak yang luhur, adalah keharusan bagi kaum muslim yang tidak semestinya diabaikan.

---

<sup>5</sup>Muḥammad bin ‘Alī al-Syaukānī, *Fatḥ al-Qadīr* (Beirūt: Dār Ibn Katsīr, 1414 H), V/570.

<sup>6</sup>Tim Pentafsir Kementerian Agama, *al-Qur’an dan Tafsirnya* (Jakarta: Kemenag Republik Indonesia, 2009), X/720.

<sup>7</sup>Abdul Hamid Hakim, *Mabādi Awwaliyyah* (Jakarta: Maktabah Sa’diyyah Putra, T.Th.), h. 7.

Mengabaikan kewajiban membaca atau belajar, berarti pelanggaran nyata atas perintah Allah Swt yang pelakunya akan mendapat dosa. Hanya saja faktanya, membaca/belajar ini menjadi kewajiban pertama yang Allah Swt titahkan pada manusia, namun juga menjadi kewajiban pertama yang mereka abaikan. Banyak indikasi yang menunjukkan fakta ini.

Selain al-Qur'an, doktrin keharusan mencari pengetahuan (*thalab al-'ilm*) melalui pendidikan, juga banyak tersebar dalam Hadis Rasulullah Saw. Misalnya, Hadis sangat populer yang bahkan banyak dihafal oleh masyarakat muslim, terutama kalangan santri, yang diriwayatkan oleh Imām Ibn Mājah dari Anas bin Mālik. Rasulullah Saw bersabda:

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Artinya: “Mencari ilmu adalah kewajiban bagi setiap muslim.”  
(HR. Ibn Mājah).<sup>8</sup>

Untuk mewujudkan sekaligus mengimplementasikan spirit ayat al-Qur'an dan Hadis tentang pentingnya belajar-mengajar atau pendidikan bagi manusia itu, maka melalui daya kreasinya, manusia (umat Islam) lalu mewujudkan berbagai kegiatan, baik berupa halqah formal semisal sekolah, yayasan, dan sebagainya, maupun non-formal semisal pondok pesantren, yang banyak berkembang subur di Indonesia. Berdasarkan data statistik Ditjen Kelembagaan Islam, Departemen Agama Republik Indonesia pada tahun 2001 misalnya,

---

<sup>8</sup>Muhammad bin Yazīd al-Qazwīnī, *Sunan Ibn Mājah* (T.Tp.: Dār Iḥyā' al-Kutub al-Arabiyyah, T.Th.), I/81.

ada 11.312 pesantren dengan 2.737.805 santri. Pada tahun 2005 jumlahnya meningkat menjadi 14.798 pesantren dengan santri berjumlah 3.464.334 orang. Sementara, berdasarkan data Bagian Data, Sistem Informasi, dan Hubungan Masyarakat Sekretariat Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama, pada tahun 2016 terdapat 28.194 pesantren yang tersebar baik di wilayah kota maupun pedesaan dengan 4.290.626 santri, dan semuanya berstatus swasta.<sup>9</sup> Pesantren yang saat ini jumlahnya sangat banyak itu dinilai sebagai lembaga pendidikan tradisional yang khas di Indonesia.<sup>10</sup>

Pesantren, yang oleh Nawawi, disebut sebagai “bapak” pendidikan Islam di Indonesia, ini didirikan karena adanya tuntutan dan kebutuhan zaman tentunya.<sup>11</sup> Hal ini bisa dilihat dari perjalanan sejarahnya. Bila dirunut ke belakang, sesungguhnya pesantren atau pondok pesantren dilahirkan atas kesadaran kewajiban dakwah Islamiyah, yakni menyebarkan dan mengembangkan ajaran Islam sekaligus mencetak kader-kader ulama atau da’i. Sejak kelahirannya yang awal, pesantren terus mengalami berbagai perkembangan, baik bentuk fisik maupun sistem pendidikannya. Nawawi menuliskan lima fase perkembangan fisik pondok pesantren.

1. Pola pertama pondok pesantren yang hanya terdiri dari masjid dan rumah Kiai. Pondok pesantren seperti ini masih bersifat

---

<sup>9</sup> <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/11/30/p0881k396-pertumbuhan-pesantren-di-indonesia-dinilai-menakjubkan>, diunduh 12 Juli 2019.

<sup>10</sup> Nawawi, “Sejarah dan Perkembangan Pesantren”, *Jurnal Ibdā’*, Vol. 4 No. 1 Jan-Jun 2006, h. 1.

<sup>11</sup> Nawawi, “Sejarah dan Perkembangan Pesantren”, h. 2.

sederhana. Kiai masih mempergunakannya untuk tempat mengajar. Santri hanya datang dari daerah sekitar pesantren.

2. Pola kedua pondok pesantren selain masjid dan rumah Kiai, juga memiliki pondok atau asrama tempat menginap para santri yang datang dari daerah-daerah yang jauh.
3. Pola ketiga, di samping memiliki kedua pola tersebut di atas dengan sistem weton/bandongan dan sorogan, pondok pesantren telah menyelenggarakan sistem pendidikan formal seperti madrasah.
4. Pola keempat, selain memiliki pola-pola tersebut di atas, pondok pesantren juga telah memiliki tempat untuk pendidikan keterampilan, seperti peternakan, perkebunan dan lain-lain.
5. Pola kelima, di samping memiliki pola keempat tersebut, pondok pesantren juga memiliki bangunan-bangunan seperti perpustakaan, dapur umum, ruang makan, kantor administrasi, toko, dan lain sebagainya. Pondok pesantren yang seperti ini telah berkembang dan karenanya bisa disebut pondok pesantren pembangunan.<sup>12</sup>

Menurut Marwan Saridjo, sesungguhnya sejarah pondok pesantren merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sejarah pertumbuhan masyarakat Indonesia. Hal itu dapat dibuktikan bahwa sejak kurun kerajaan Islam pertama di Aceh dalam abad-abad pertama Hijriyah, kemudian di kurun zaman Wali Songo sampai permulaan abad 20 banyak para wali dan ulama yang menjadi cikal-bakal desa

---

<sup>12</sup>Nawawi, "Sejarah dan Perkembangan Pesantren", h. 2.

baru.<sup>13</sup> Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang unik di Indonesia. Lembaga pendidikan ini telah berkembang khususnya di Jawa selama berabad-abad. Maulana Malik Ibrahim (meninggal 7 April 1419 di Gresik Jawa Timur), spiritual father Wali Songo, dalam masyarakat santri Jawa dipandang sebagai gurunya tradisi pesantren di tanah Jawa.<sup>14</sup> Dan begitulah pondok pesantren terus berkembang hingga kini.

Menurut Ibn Chudzaifah, secara garis besar lembaga-lembaga pesantren dikelompokkan dalam dua kelompok besar, yaitu: 1. Pesantren Salafi, yang mempertahankan pengajaran kitab-kitab Islam klasik (kitab kuning) sebagai inti pengajaran dan pendidikan Islam di dalam pesantren. Sistem pengajaran menggunakan sistem *sorogan* dan *bandongan*, demikian pula bahasa Jawa dipakai sebagai bahasa penerjemah. Biasanya jenis pesantren ini disebut sebagai pesantren tradisional. 2. Pesantren Khalafi Pesantren ini sudah bisa dibilang pesantren modern, karena telah memasukkan pelajaran-pelajaran umum.<sup>15</sup> Kategori pesantren yang dilakukan oleh Ibn Chudzaifah ini sebenarnya dinukil dari kategori yang dilakukan oleh Zamakhsyari beberapa puluh tahun silam,<sup>16</sup> yang memang menjadi karya terbaik pertama tentang pesantren. RZ. Ricky Satria Wiranata, mengategorikan model pesantren menjadi tiga: Pesantren

---

<sup>13</sup>Marwan Saridjo, *Sejarah Pondok Pesantren di Indonesia* (Jakarta: Dharma Bhakti, T.Th.), h. 7.

<sup>14</sup>Saifuddin Zuhri, *Sejarah Kebangkitan Islam dan Perkembangannya di Indonesia* (Bandung: al-Ma'arif Bandung, T.Th.), h. 263.

<sup>15</sup>Ibnu Chudzaifah, "Tantangan Pondok Pesantren dalam Menghadapi Era Bonus Demografi," *Al-Riwayah: Jurnal Kependidikan*, Volume 10, Nomor 2, September 2018, h. 414.

<sup>16</sup>Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren* (Yogyakarta: LP3ES, 1982), h. 41.

Tradisional/Salaf, Pesantren Modern dan Pesantren Komprehensif yang merupakan perpaduan antara Pesantren Tradisional dan Pesantren Modern.<sup>17</sup>

Dan diantara pondok pesantren yang diinisiasi pendiriannya sebagai perwujudan atas spirit ayat dan Hadis tentang pendidikan itu, sekaligus harapan mewujudkan generasi muslim yang berilmu dan berakhlak, sebagaimana pesantren-pesantren lain di Indonesia, adalah Pondok Pesantren Qothrotul Falah. Pesantren ini beralamat di Jl. Sampay-Cileles Km. 05 Kp. Sarian Ds. Sumurbandung Kec. Cikulur Kab. Lebak Prop. Banten dan secara resmi kelembagaan didirikan pada 1991 berdasarkan Akta Notaris Nuzwar SH No. 8 Juli 1991 atas nama Yayasan Pendidikan Islam (YPI) Qothrotul Falah. Pesantren semi tradisional ini, sedari awal didirikan untuk memenuhi pendidikan keagamaan yang mampu mencetak kader-kader ulama yang berdedikasi tinggi terhadap agama dan negara, berakhlak mulia dan memiliki jiwa kepemimpinan amanah.<sup>18</sup> Ini sebentar pelanjutan atau estafet perjuangan para ulama atau Wali Songo dalam konteks penyebaran dakwah Islamiyyah di Indonesia.

Sistem pengajaran di Pondok Pesantren Qothrotul Falah, pada awalnya, sangat kental nuansa dan pendekatan salafi. Misalnya, pengajian kitab kuning dilakukan dengan sistem *weton/sorogan* (para santri membaca kitab di hadapan guru), *bandongan* (guru membaca kitab di hadapan para santri), dan musyawarah a la pondok pesantren

---

<sup>17</sup>RZ. Ricky Satria Wiranata, "Tantangan, Prospek dan Peran Pesantren dalam Pendidikan Karakter di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Volume 8, Nomor 1, Juni 2018, h. 74-75.

<sup>18</sup>Ade Bujhaerimi, "Sejarah Singkat Pondok Pesantren Qothrotul Falah", dalam <http://www.qothrotulalah.com/home/profil/riwayat-pesantren.html>.

klasik. Namun, seiring tuntutan zaman yang kian kompetitif, pihak pengelola mau tidak mau, harus merespon tuntutan itu. Bentuk respon itu misalnya, pihak pengelola memasukkan sistem pengajaran Bahasa Arab modern, Bahasa Inggris, mendirikan pendidikan formal (MTs dan SMA), dan berbagai kegiatan ekstra meliputi hidup berorganisasi, kepramukaan, PMR, Paskibra, olah raga, drum band, marawis, komputer, kesenian, muhadharah dan qira'ah al-Qur'an. Semua itu diniatkan untuk memberikan bekal yang memadai bagi para santri, untuk bersaing dalam menghadapi era yang semakin global. Disamping menguasai keilmuan salaf, para santri juga dituntut menguasai keilmuan modern. Itulah idealitas yang seharusnya dimiliki generasi muslim saat ini.<sup>19</sup>

Dari sisi usia, sejak pendiriannya pada 1991, Pondok Pesantren Qothrotul Falah tergolong tidak muda lagi. Usianya sudah memasuki 28 tahun, dan telah melakukan banyak kegiatan tambahan yang terkait dengan pendidikan maupun keterampilan. Idealnya, di usianya yang telah melewati masa perak, pesantren ini telah menjadi pesantren yang besar dan terdepan. Sayangnya, dalam ranah kenyataannya, pesantren ini justru tertinggal oleh beberapa pesantren lainnya di wilayah Lebak Banten yang *nota bene* berdiri jauh setelah pondok pesantren ini. Sebut saja Pondok Pesantren Dar el-Azhar Rangkasbitugan, Pondok Pesantren al-Mizan Narimbang, Pondok Pesantren Manahijussadat Cibadak, Pondok Pesantren La Tansa Cipanas, Pondok Pesantren al-Bayan Nameng, juga Pondok Pesantren Darun-Naim Cimarga, yang kesemuanya berbasis modern dan mengiblat ke Pondok Modern

---

<sup>19</sup>Ade Bujhaerimi, "Sejarah Singkat Pondok Pesantren Qothrotul Falah", dalam <http://www.qothrotulfalah.com/home/profil/riwayat-pesantren.html>.

Gontor Ponorogo. Bahkan ada beberapa pesantren yang di masa awal pendiriannya belajar pada Pondok Pesantren Qothrotul Falah, kini jauh lebih maju dan berkembang. Indikasi sederhananya bisa dilihat dari jumlah santri, kesan di masyarakat umumnya, sarana prasarana, kegiatan yang diselenggarakan dan selainnya.

Yang menjadi pertanyaan besar, kenapa Pondok Pesantren Qothrotul Falah yang dari sisi usia lebih tua dan SDM pengelolanya cukup baik, dan bahkan berlatar belakang yang beragam, justru mengalami ketertinggalan dari pesantren lain yang usianya jauh lebih muda? Padahal dalam hal penyelenggaraan pendidikan dan pengelolaan, juga kualitas lulusan yang bisa dibuktikan dalam beberapa ajang perlombaan dan kiprahnya dalam masyarakat, Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikur Lebak Banten tidak kalah dengan pesantren-pesantren yang disebutkan di atas. Bagaimanakah sebenarnya optimalisasi peran pimpinan dan stake holder pesantren dalam memasarkan produk-produk pesantren ini pada masyarakat umumnya? Strategi apa yang digunakan oleh pesantren untuk memasarkan produk pendidikannya?

Persoalan-persoalan inilah yang memantik minat peneliti untuk mengkaji lebih jauh, sesungguhnya hal-hal apa saja yang patut menjadi bahan evaluasi terkait strategi pemasaran Pondok Pesantren Qothrotul Falah ini. Berangkat dari kegelisahan akademik inilah, proposal tesis berjudul Strategi Pemasaran Pendidikan di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikur Lebak Banten ini diajukan sebagai obyek penelitian.

## **B. IDENTIFIKASI MASALAH**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka beberapa masalah penting dapat diidentifikasi, yakni:

1. Kendala apa saja yang dihadapi oleh pesantren dalam proses pemasaran produk pendidikannya.
2. Peran apa yang dilakukan pimpinan pesantren dalam pemasaran produk pendidikan.
3. Strategi apa yang ditempuh oleh lembaga dalam memasarkan pendidikan dalam konteks modern yang kian kompetitif.

## **C. BATASAN MASALAH**

Supaya penelitian tesis ini tidak melebar jauh dan menghasilkan kesimpulan yang optimal, maka perlu dilakukan pembatasan masalah, yakni bahwa penelitian tesis ini hanya membahas strategi pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten.

## **D. RUMUSAN MASALAH**

Untuk memudahkan dan memfokuskan proses penelitian ini, maka dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana peran pemimpin dalam memasarkan produk pendidikan Pondok Pesantren Qothrotul Falah?
2. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Qothrotul Falah?
3. Apa kelebihan dan kelemahan strategi pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Qothrotul Falah?

## E. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari dan menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan kunci yang tertuang dalam Rumusan Masalah.

### 2. Kegunaan Penelitian

#### a. Kegunaan Teoritis

- 1) Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran pendidikan Islam, khususnya bagi dunia pesantren.
- 2) Menambah pengayaan kajian akademik terkait peran pimpinan dalam pemasaran pendidikan pesantren.
- 3) Menambah wawasan akademik kajian-kajian atau penelitian-penelitian yang menitik-beratkan pada tema-tema pemasaran pendidikan dan ini akan menjadi sumbangsih yang penting bagi wawasan kajian kependidikan Islam.
- 4) Mengungkapkan beberapa hal yang spesifik mengenai pemasaran pendidikan pesantren.

#### b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini berguna bagi pengembangan intelektualitas peneliti secara langsung.
- 2) Penelitian ini berguna bagi Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten, terkait upayanya memasarkan produk pendidikannya secara lebih baik lagi.

- 3) Memberikan masukan bagi manajemen pesantren dalam membuat kebijakan dan menyusun suatu program *leadership training* dan program peningkatan pemasaran pendidikan pesantren.
- 4) Penelitian ini memberikan wawasan/masukan bagi pimpinan pesantren untuk menentukan kebijakan dan peran kepemimpinan secara efektif dalam pemasaran produk pendidikan pesantren.
- 5) Penelitian ini berguna bagi lembaga-lembaga pesantren lainnya yang memiliki kendala yang sama dan ingin meraih masa depan yang lebih baik lagi.
- 6) Penelitian ini bisa menjadi stimulus bagi peneliti lain yang konsen di bidang penelitian pemasaran pendidikan, untuk lebih menyelami peran pimpinan dan tipologi pemasaran pendidikan di dunia pesantren.

## **F. TINJAUAN PUSTAKA**

Beberapa tinjauan pustaka penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi, antara lain:

1. Penelitian tesis magister yang dilakukan oleh Eneng Atikoh, berjudul Peran Kepemimpinan Pesantren Qothrotul Falah dalam Meningkatkan Kualitas Guru, yang ditujukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister S-2 Program Studi Manajemen Pendidikan Tinggi Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, tahun 2016. Eneng menyimpulkan efektif atau tidaknya

seorang pemimpin tergantung dari bagaimana kemampuan kepemimpinannya dalam mengelola dan menerapkan pola kepemimpinannya sesuai situasi dan kondisi organisasi yang dipimpinnya. Ini menunjukkan betapa pentingnya peran kepemimpinan dalam sebuah organisasi. Karena itu, pemimpin sebagai orang yang berperan menjalankan kepemimpinan harus dapat menunjukkan energi yang positif, seperti: (1) Percaya pada orang lain, (2) Keseimbangan dalam kehidupan, (3) Melihat kehidupan sebagai tantangan, (4) Sinergi, dan (5) Latihan mengembangkan diri sendiri. Dengan tipe kepemimpinan seperti ini, pemimpin mampu berperan meningkatkan kualitas guru Pondok Pesantren Qothrotul Falah.<sup>20</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Muadin, berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an”, yang diterbitkan oleh *TA’ALLUM: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 05, No. 02, November 2017. Dalam penelitian ini disimpulkan, bahwa memasarkan pendidikan pondok pesantren tahfidz Qur’an bukanlah hal yang mudah. Di era modernisasi seperti sekarang ini sangatlah sedikit dan sangatlah susah mencari kader-kader penghafal al-Qur’an. Berbagai macam upaya sudah ditempuh oleh lembaga penyelenggara dari mulai pemberian bantuan beasiswa sampai pada jaminan penempatan eksistensi diri pascapendidikan. Hal itu lebih disebabkan karena pesantren masih menjadi

---

<sup>20</sup>Eneng Atikoh, *Peran Kepemimpinan Pesantren Qothrotul Falah dalam Meningkatkan Kualitas Guru* (Yogyakarta: Tesis UGM, 2016).

momok yang menakutkan bagi sebagian masyarakat. Tentu saja anggapan sebagian masyarakat itu harus diluruskan melalui penyampaian informasi yang baik, benar dan tentu saja menarik melalui manajemen pemasaran pondok pesantren. Manajemen pemasaran pondok pesantren tahfidz al-Qur'an yang baik dimulai dengan mengevaluasi 7P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*. Ketujuh elemen itu menjadi pondasi dalam melakukan analisis untuk menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh suatu lembaga.<sup>21</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Andre Fauzi, berjudul *Dakwah Melalui Mimbar, Lembar dan Layar: Studi di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten*, yang diajukan untuk meraih gelar sarjana pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, tahun 2018. Andre menyimpulkan, Pondok Pesantren Qothrotul Falah telah memasarkan ide-idenya atau produk-produk keagamaannya melalui mimbar berupa ceramah-ceramah baik oleh pimpinan maupun guru-guru, melalui lembar berupa tulis-menulis dengan menyebarkan buku atau informasi melalui internet, juga melalui layar dengan pembuatan film. Hal-hal ini dikerjakan oleh guru maupun para

---

<sup>21</sup>Akhmad Muadin, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an", *TA'ALLUM: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 05, No. 02, November 2017.

santri untuk kian menyebarluaskan gagasan pendidikan keagamaannya.<sup>22</sup>

4. Skripsi berjudul Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah yang ditulis oleh Khoirun Nisa untuk meraih gelar sarjana di UIN Raden Intan Lampung, tahun 2017. Skripsi ini menyimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan pesantren ini melalui promosi alumni, iklan melalui media online, FB, Instagram, dan melalui media dakwah kiainya.<sup>23</sup>
5. Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen yang ditulis oleh Kuni Fathonah untuk meraih gelar Magister Pendidikan Islam dari Program Pascasarjana IAIN Surakarta, tahun 2016. Penelitian ini menyimpulkan bahwa MAN I Sragen sebelum melaksanakan strategi pemasaran telah menetapkan langkah-langkah dengan mengidentifikasi segmentasi pasar dan menentukan sasaran, yang menjadi sasaran utama oleh MAN I Sragen adalah siswa MTs maupun SMP. Membaca persaingan yang ada, dan mengatasinya dengan cara menonjolkan *brand* yang dimiliki oleh MAN I Sragen yaitu MANSAL CERIA (Ceria, Mandiri dan Agamis), serta mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki madrasah. Membuat rumusan tujuan pemasaran agar dalam

---

<sup>22</sup>Andre Fauzi, *Dakwah Melalui Mimbar, Lembar dan Layar: Studi di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten* (Serang: Skripsi UIN SMH, 2018).

<sup>23</sup>Khoirun Nisa, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Ulum Kauman Kota Gajah Lampung Tengah* (Lampung: Skripsi UIN Raden Intan, 2017).

menerapkan strategi pemasaran berjalan lancar. Dan strategi pemasaran yang dimiliki oleh MAN I Sragen ada dua macam yaitu strategi pemasaran secara langsung adalah bentuk promosi dengan cara memasarkan barang atau jasa secara langsung agar dapat tanggapan dari secara langsung dari para konsumen. Pemasaran secara langsung yang dilakukan MAN I Sragen yaitu dengan memanfaatkan media IT seperti mengupload kegiatan lomba, ekstrakurikuler, bakti sosial ke dalam website dan facebook yang dimiliki oleh MAN I Sragen. Selain itu pemasaran secara langsung yang juga dilakukan MAN I Sragen adalah dengan cara mempromosikan madrasah dengan memasang spanduk PPDB di jalan, mengirim brosur ke sekolah MTs maupun SMP, mengundang media cetak seperti Solo Pos dan Suara Merdeka untuk mengekspos keunggulan yang dimiliki MAN I Sragen, dan juga menggunakan radio dalam memasarkan madrasah; dan pemasaran secara tidak langsung yang dilakukan MAN I Sragen antara lain; melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat seperti melakukan pentasyarufan zakat fitrah, daging kurban, baik di sekitar lingkungan maupun masyarakat luas, memberikan santunan terhadap anak yatim piatu di panti asuhan dan pondok pesantren, melakukan bakti sosial kepada masyarakat sekitar seperti memberikan caping dan kaos kepada petani, melakukan kegiatan Qorriyah Tayyibah (mengajar TPA) kepada anak-anak kecil yang ada di masyarakat. Pemasaran secara tidak langsung yang dilakukan

MAN I Sragen ini bertujuan untuk mengajarkan para siswa agar mempunyai sikap peduli terhadap sesama. Selain itu pemasaran tidak langsung ini bertujuan untuk menarik simpati masyarakat luas, bahwa MAN I Sragen memiliki banyak prestasi dan memiliki siswa yang mempunyai sikap peduli terhadap sesama, sehingga masyarakat tertarik untuk menyekolahkan dan mempercayakan anaknya di MAN I Sragen.<sup>24</sup>

6. Tesis berjudul Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangka Raya, yang ditulis oleh M. Hasbi Rahmani, guna meraih gelar Magister Pendidikan Islam (M.Pd.) dari Program Pascasarjana IAIN Palangka Raya, tahun 2017. Penelitian ini menyimpulkan bahwa; pertama, perencanaan pemasaran SMP IT melalui teknologi informasi dan komunikasi dilakukan melalui pendekatan persuasi, yakni sekolah berusaha aktif melakukan pembaruan dari pemasaran tradisional menjadi pemasaran digital (*digimarketing*), dan menarik intelektualitas pelanggan atau perasaan (*fantasi*) mereka dengan menonjolkan diferensiasi dan kepuasan pelanggan (*service satisfaction*). SMP IT melakukan aktifitas pemasaran, yaitu *analysis*, *planning*, dan *organizing*. Analisa dan perencanaan dilakukan dengan menggunakan Strategi Pemasaran (*Strategic Marketing Planning*), yaitu strategi promosi kepada sasaran pasar yang dituju, baik dengan

---

<sup>24</sup>Kuni Fathonah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen* (Surakarta: Tesis IAIN Surakarta, 2016).

komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung, hal tersebut diterapkan setelah melakukan analisis SWOT. Kedua, pelaksanaan pemasaran SMP IT melalui teknologi informasi dan komunikasi dengan menerapkan bauran pemasaran (*mix marketing*), yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Komunikasi pemasaran yang dipraktekkan sekolah adalah seperti model SMCR (*Source, Message, Channel, dan Receiver*) Berlo yang menjelaskan bagian penting komunikasi (jenis pesan, isi pesan, alat penerima pesan, dan penerima pesan).<sup>25</sup>

Tentu saja masih banyak penelitian lain yang serupa, yang terkait dengan strategi pemasaran pendidikan. Jika mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu di atas, maka penelitian tesis ini akan fokus menitikberatkan penelitiannya pada strategi pemasaran produk-produk pendidikan di Pondok Pesantren Qothrotul Falah. Melalui tesis ini, akan dilihat sejauh mana strategi pengelola (pemimpin dan jajarannya) Pondok Pesantren Qothrotul Falah memainkan peranannya dalam memasarkan produk pendidikan di lembaga yang dikelolanya dan langkah apa saja yang penting dilakukan ke depannya, sehingga akan bisa dilihat strategi mana yang efektif dan strategi mana yang kurang efektif.

---

<sup>25</sup>M. Hasbi Rahmani, *Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangka Raya* (Kalimantan: Tesis IAIN Palangka Raya, 2017).

## G. KERANGKA TEORI

Beberapa kata kunci yang menjadi obyek penelitian ini adalah: peran, pimpinan, pendidikan, pemasaran, strategi pemasaran, pondok pesantren, pendidikan pesantren dan kepemimpinan pendidikan.

### 1. Peran

Peran adalah tindakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa atau bagian yang dimainkan seseorang dalam suatu peristiwa.<sup>26</sup> Menurut Soerjono Soekanto, peran adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi. Peran juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.<sup>27</sup>

### 2. Pimpinan

Pimpinan adalah pribadi yang memiliki kecakapan khusus dengan atau tanpa pengangkatan resmi untuk dapat mempengaruhi kelompok yang dipimpinnya untuk melakukan usaha bersama mengarah kepada sasaran-sasaran tertentu. Brown mengartikan pemimpin sebagai orang yang memiliki posisi dengan potensi tinggi di lapangan. Kartini Kartono mengatakan, pemimpin adalah pribadi yang memiliki kecakapan khusus dengan atau tanpa pengangkatan resmi untuk dapat mempengaruhi kelompok yang dipimpinnya

---

<sup>26</sup>Tim Balai Pustaka, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 1173.

<sup>27</sup>Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 244.

untuk melakukan usaha bersama mengarah kepada sasaran-sasaran tertentu.<sup>28</sup>

### 3. Pendidikan

Pendidikan merupakan upaya yang dapat mempercepat pengembangann potensi manusia untuk mampu mengemban tugas yang dibebankan padanya, karena hanya manusia yang dapat dididik dan mendidik. Pendidikan dapat mempengaruhi perkembangan fisik, mental, emosional, moral, serta keimanan dan ketakwaan manusia.<sup>29</sup> Pendidikan sebagai ilmu pengetahuan yang membahas berbagai masalah hakikat dan kegiatan mendidik, mengajar, dari zaman ke zaman, atau yang membahas prinsip-prinsip dan praktik-praktik mendidik dan mengajar dengan segala cabang-cabangnya yang telah berkembang begitu luas dan mendalam.<sup>30</sup>

### 4. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai

---

<sup>28</sup>Marno dan Triyo Supriyatno, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Bandung: Refika Aditama, 2008), h. 22.

<sup>29</sup>Udin Syaefudin Sa'ud dan Abin Syamsuddin Makmun, *Perencanaan Pendidikan: Suatu Pendekatan Komprehensif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 6.

<sup>30</sup>Marno dan Triyo Supriyatno, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*, h. 32.

dari produsen sampai konsumen.<sup>31</sup> Menurut M. Nur Rianto, secara umum pemasaran itu sendiri berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Karena itu, menurutnya, salah satu diantara definisi pemasaran yang terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.”<sup>32</sup> Asosiasi Pemasaran Amerika, sebagaimana dituliskan oleh Philip Kotler, memberikan definisi formal, bahwa “Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerukan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.”<sup>33</sup>

## 5. Strategi Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri, strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan atau lembaga. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang semakin

---

<sup>31</sup>Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), h. 2.

<sup>32</sup>M. Nur Rianto al Arif, *Dasar-Dasar Prmasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabet, 2012), h. 6.

<sup>33</sup>Philip Kotler, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2000), h. 8.

berubah. Karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dan lingkungannya.<sup>34</sup>

## 6. Pondok Pesantren

Istilah pondok diambil dari deretan asrama-asrama para santri. Disebut pondok atau tempat tinggal, karena pada awalnya terbuat dari bambu. Dalam bahasa Arab berarti “funduq” yang artinya sebuah asrama besar yang disediakan sebagai tempat persinggahan para santri. Dalam hal ini pondok pesantren atau biasa disebut pondok adalah sekolah Islam berasrama (*boarding school*) dan hanya terdapat di Indonesia.<sup>35</sup> Menurut Mastuhu, sebagaimana dikutip Aisyah, pesantren adalah suatu lembaga pendidikan Islam tradisional yang mempelajari, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dengan memberikan penekanan pada pentingnya moralitas keagamaan sebagai pedoman perilaku hidup sehari-hari.<sup>36</sup> Unsur pesantren itu sendiri ada lima: a) Kiai yang mengajar dan mendidik; b) Santri yang belajar kepada kiai; c) Masjid atau mushalla sebagai tempat shalat berjamaah dan tempat belajar-mengajar; d) Pondok atau asrama sebagai tempat tinggal

---

<sup>34</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 168-169.

<sup>35</sup>Akhmad Muadin, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an”, *Ta’allum: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 05, No. 02, November 2017, h. 301.

<sup>36</sup>Sittatul Aisyah, *Pesantren Mahasiswa: Pesantren Masa Depan, Menggagas Pesantren Masa Depan* (Yogyakarta: Qirtas, 2003), h. 250.

para santri; e) Pengajaran kitab-kitab agama Islam karya ulama Ahlus Sunnah wal Jamaah yang biasa disebut kitab kuning.<sup>37</sup>

Menurut Ibn Chudzaifah, pondok pesantren memiliki beberapa fungsi, yaitu sebagai lembaga pendidikan yang bertanggungjawab terhadap pencerdasan kehidupan bangsa secara integral dan secara khusus bertanggungjawab terhadap tradisi keagamaan yang berlangsung di masyarakat, lembaga sosial dengan menampung beragam anak muslim dari berbagai wilayah dan juga berbagai jenis latar belakang sosialnya tanpa membeda-bedakan kelas ekonominya, dan lembaga dakwah yang berfungsi sebagai pusat penyebaran ajaran Islam baik terkait akidah, syariah maupun muamalah.<sup>38</sup>

## 7. Pendidikan Pesantren

Pesantren merupakan lembaga *tafaqquh fi 'al-dīn* (pendalaman atau pemahaman ajaran agama) yang mempunyai fungsi pemeliharaan, pengembangan, penyiaran dan pelestarian Islam, dari segi kemasyarakatan, ia menjalankan pemeliharaan dan pendidikan mental. Menurut Mastuhu, pendidikan pesantren adalah pendidikan Islam untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama Islam (*tafaqquh fi 'al-dīn*) dengan menekankan pentingnya moral agama Islam sebagai pedoman hidup sehari-hari.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup>Team Maarif, *Pendidikan Aswaja dan Kc-NU-an* (Jawa Timur: PW LP Maarif Jatim, 2006), h. 2.

<sup>38</sup>Ibnu Chudzaifah, "Tantangan Pondok Pesantren dalam Menghadapi Era Bonus Demografi," h. 415-416.

<sup>39</sup>Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren: Suatu Kajian Tentang Unsur dan Nilai Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, T.Th.), h. 6.

Metode pembelajaran yang diterapkan dalam pendidikan pesantren misalnya; 1) metode *wetonan/bandongan*, yaitu metode pembelajaran yang mana para santri mengikuti pelajaran dengan duduk di sekeliling kiai. Kiai membacakan kitab yang dipelajari saat itu, santri menyimak kitab masing-masing dan membuat catatan; 2) Metode *sorogan*, yaitu metode pembelajaran dengan cara santri menghadap guru satu persatu dengan membawa kitab yang akan dipelajari. Kitab-kitab yang dipelajari itu diklasifikasikan berdasarkan tingkatan-tingkatan, ada tingkat awal, menengah dan atas; 3) Metode hapalan yang juga menempati kedudukan paling penting di pesantren. Pelajaran tertentu dengan materi-materi tertentu diwajibkan untuk dihapal, misalnya al-Qur'an dan Hadis. Ada sejumlah ayat-ayat yang wajib dihapal oleh santri begitu juga Hadis dan dalam bidang pelajaran lainnya; 4) Metode musyawarah yaitu mendiskusikan pelajaran yang sudah dan akan dipelajari. Metode musyawarah bertujuan memahami materi pelajaran yang diberikan oleh kiai atau ustadz; 5) Metode mudzakah yaitu metode yang dijalankan di pesantren dan biasanya dilaksanakan pada malam hari setelah shalat 'Isya berjamaah dengan mengulang kembali pelajaran-pelajaran yang telah lalu dan sekaligus mendiskusikan pelajaran-pelajaran yang belum dimengerti bersama santri lainnya.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Syuhada, *Integrasi Sistem Pendidikan Pesantren dan Pendidikan Madrasah: Kasus di Pondok Pesantren DDI Mangkoso Barru*/Tesis (Makassar: UIN Alauddin, 2016), h. 26-27.

## 8. Kepemimpinan Pendidikan

Sudarwan Danim menukil beberapa komentar ahli tentang definisi kepemimpinan. Misalnya. D.E. McFarland mengatakan, kepemimpinan adalah proses di mana pimpinan dilukiskan akan memberi perintah atau pengaruh, bimbingan atau proses mempengaruhi pekerjaan orang lain dalam memilih dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. J.M. Pfiffner menyatakan bahwa kepemimpinan adalah seni mengkoordinasi dan memberi arah kepada individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Professor Sudarwan sendiri mendefinisikan kepemimpinan sebagai setiap tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mengkoordinasi dan memberi arah kepada individu atau kelompok lain yang tergabung dalam wadah tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>41</sup>

Menurut Jerry H. Makawimambang, kepemimpinan berarti kemampuan dan kesiapan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi, mendorong, mengajak, menuntun, menggerakkan, mengarahkan, dan kalau perlu memaksa orang atau kelompok agar menerima pengaruh tersebut dan selanjutnya berbuat sesuatu yang dapat membantu tercapainya suatu tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Kepemimpinan pendidikan adalah kemampuan untuk menggerakkan pelaksanaan pendidikan, sehingga tujuan pendidikan

---

<sup>41</sup>Sudarwan Danim, *Kepemimpinan Pendidikan; Kepemimpinan Jenius (IQ+EQ), Etika, Perilaku Motivasi dan Mito* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 6.

yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.<sup>42</sup> Fungsi kepemimpinan pendidikan, adalah membantu terciptanya suasana persaudaraan dan kerja sama penuh kebebasan, membantu kelompok memberikan rangsangan dan bantuan pada kelompok lain dalam menjelaskan ujian, membantu kelompok menetapkan prosedur kerja, mengambil keputusan bersama dengan kelompok, dan mengembangkan sekaligus mempertahankan organisasi.<sup>43</sup>

Dalam bukunya, *Kepemimpinan Pendidikan Transformasional*, Encep Safrudin Muhyi menuliskan, kepemimpinan pendidikan adalah suatu kualitas kegiatan-kegiatan dan integrasi dalam situasi pendidikan. Kepemimpinan pendidikan merupakan kemampuan untuk menggerakkan pelaksanaan pendidikan, sehingga tujuan pendidikan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.<sup>44</sup>

Menurut Yosol Iriantara dan Usep Syaripudin, kepemimpinan pendidikan ini memiliki posisi yang sangat urgen, karena kepemimpinan pendidikan tidak hanya berdampak pada hari ini, melainkan juga berdampak pada masa-masa yang akan datang. Kepemimpinan pendidikan akan berdampak besar pada maju-mundurnya lembaga pendidikan dan memberi pengaruh pada mutu pendidikan. Kepemimpinan pendidikan yang baik mendorong dan mengembangkan terbentuknya lingkungan belajar yang memiliki etos dan budaya belajar yang akan mempengaruhi mutu

---

<sup>42</sup>Jerry H. Makawimbang, *Kepemimpinan Pendidikan yang Bermutu* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 29.

<sup>43</sup>Jerry H. Makawimbang, *Kepemimpinan Pendidikan yang Bermutu*, h. 31.

<sup>44</sup>Encep Safrudin Muhyi, *Kepemimpinan Pendidikan Transformasional* (Jakarta: Diadit Media, 2011), h. 137.

pembelajaran.<sup>45</sup> Sebaliknya, kepemimpinan pendidikan yang buruk juga akan berpengaruh pada kualitas mutu pendidikan dan hadirnya lingkungan belajar yang tidak kondusif. Hasil yang didapatkan juga tidak sesuai dengan idealitas yang diangankan.

## H. METODOLOGI PENELITIAN

Metode berasal dari Bahasa Yunani “*methodos*” yang berarti jalan yang ditempuh atau dilewati.<sup>46</sup> Sedangkan metodologi mengandung arti yang lebih luas, yaitu menyangkut prosedur dan cara melakukan verifikasi data yang diperlukan untuk memecahkan atau menjawab masalah penelitian.<sup>47</sup>

Untuk mensistematisasikan penelitian ini, maka akan diuraikan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber penelitian, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis.

### 1. Jenis Penelitian

Dilihat dari segi metodologinya, penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Darwansyah menuliskan, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks

---

<sup>45</sup>Yosal Iriantara dan Usep Syaripudin, *Komunikasi Pendidikan* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 162.

<sup>46</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: CV Alfabeta, 2007), h. 3.

<sup>47</sup>Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian* (Bandung: Sinar Baru Agasindo, 2001), h. 10.

khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>48</sup>

Menurut Moloeng, yang dimaksud penelitian kualitatif adalah rangkaian kegiatan atau proses menjangkau informasi dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu obyek, dihubungkan dengan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis.<sup>49</sup> Sedangkan menurut Lichtman, penelitian kualitatif adalah suatu cara untuk mengetahui sesuatu, di mana seorang peneliti mengumpulkan, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari manusia dengan menggunakan mata atau telinga sebagai penyaring. Dalam penelitian ini, seringkali peneliti menggunakan wawancara mendalam (*deep interview*) atau observasi terhadap manusia dalam situasi (*setting*) yang alamiah, online atau sosial.<sup>50</sup>

Dari segi sifatnya, penelitian ini bisa dikategorikan sebagai deskriptif analitis, terlihat dari cara mengumpulkan dan merekap data yang bukan dicatat dalam bentuk angka, namun penjelasan sejelas-jelasnya dan sedalam-dalamnya. Dan jenisnya adalah studi kasus: yaitu meneliti suatu kasus atau fenomena tertentu yang ada dalam masyarakat yang dilakukan secara mendalam untuk mempelajari latar belakang keadaan, dan interaksi yang terjadi. Studi kasus dilakukan pada satu kesatuan sistem yang bisa berupa suatu program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang ada pada keadaan atau kondisi tertentu. Karena khusus meneliti suatu hal atau sistem

---

<sup>48</sup>Darwyansyah, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (T.Tp.: T.Th.), h. 31.

<sup>49</sup>Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 6.

<sup>50</sup>Darwyansyah, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, h. 31

tertentu, penelitian studi kasus bukanlah dilakukan untuk menarik kesimpulan terhadap fenomena dari suatu populasi atau kumpulan tertentu.

Sedangkan aspek-aspek dalam penelitian kualitatif, adalah 1) kejelasan unsur (tujuan, pendekatan, subjek, sumber data, dan rinci sejak awal); 2) langkah penelitian (perencanaan yang matang ketika persiapan disusun); 3) bisa menggunakan sampel dan hasil penelitiannya diberlakukan untuk populasi; 4) hipotesis (jika diperlukan); 5) desain (langkah-langkah dan hasil yang diharapkan jelas); 6) pengumpulan data (wawancara atau observasi); 7) analisis data (sesudah semua data terkumpul).<sup>51</sup>

## 2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah Pondok Pesantren Qothrotul Falah yang beralamat di Jl. Sampay-Cileles Km. 05 Kp. Sarian Ds. Sumurbandung Kec. Cikulur Kab. Lebak Prop. Banten.

## 3. Waktu Penelitian

Rancangan waktu yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

NO.	JENIS KEGIATAN	WAKTU
01	Pengajuan Judul Tesis	November 2018
02	Pengerjaan Proposal Tesis	November-Desember 2018
03	Pengajuan Proposal Tesis	Februari 2019
04	Sidang Proposal Tesis	Maret 2019

---

<sup>51</sup>Darwyansyah, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, h. 34.

05	Pengumpulan Data/Penelitian Lapangan	Maret s.d. September 2019
06	Penulisan Tesis	Juli s.d. September 2019
07	Sidang Munaqasah	Oktober 2019
08	Perbaikan Tesis	November 2019

#### **4. Sumber Penelitian**

Selain data-data atau dokumentasi Pondok Pesantren Qothrotul Falah, sumber datanya adalah orang yang memiliki power dan otoritas di lembaga ini. Sumber data utamanya dalam bentuk program kerja, kata-kata dan tindakan orang yang diamati, dan diwawancarai. Sumber utama ini dapat dicatat melalui catatan tertulis, pengangkatan atau melalui perekaman video dan pengambilan foto.

#### **5. Fokus Penelitian**

Peneliti kualitatif berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan atau partisipan sebagai sumber data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Fokusnya adalah tentang strategi pemasaran pendidikan Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikur Lebak Banten.

#### **6. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Observasi**

Menurut Syamsuddin dan Vismania, metode observasi ini berupa pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki atau yang terjadi di lapangan. Observasi ini dilakukan dengan mengamati secara langsung pada

objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>52</sup> Adapun obyek observasi yang peneliti amati adalah kegiatan pemasaran di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengambil data-data yang dibutuhkan.

#### **b. Wawancara**

Metode wawancara berarti cara pengumpulan data dan penelitian melalui komunikasi langsung dengan obyek.<sup>53</sup> Menurut Lexy J. Moeloeng, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>54</sup> Wawancara yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *in depth interviewing* (wawancara mendalam) atau bisa juga disebut wawancara tidak terstruktur.<sup>55</sup> Tujuan wawancara ini untuk memperoleh data-data tentang strategi pemasaran di Pondok Pesantren Qothrotul Falah. Adapun pihak-pihak yang diwawancarai adalah Pimpinan Pondok Pesantren Qothrotul Falah KH. Ahmad Syatibi Hambali, Koordinator Majelis Pembimbing Santri (MPS) Qothrotul Falah Nurul H. Maarif, Kepala SMA Qothrotul Falah KH. Abdurohman M.Pd., Kepala

---

<sup>52</sup>Syamsuddin & Vismania, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa* (Bandung PT. Remaja Rosdakarya: 2007), h. 97.

<sup>53</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset dan Sosial* (Bandung: Manajar Maju, 1996), h. 162.

<sup>54</sup>Lexy J. Moeloeng, *Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 35.

<sup>55</sup>Sutopo, *Metodologi Penulisan Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, . 2006), h. 68.

MTs Qothrotul Falah Ahmad Turmudzi, M.Pd., Kepala Madrasah Diniyah Qothrotul Falah Sufyan Sadeli, S.Pd., Waka Kurikulum Agus F. Awaludib, S.Pd., guru-guru/pendidik, dan beberapa lagi yang penting digali informasinya. Wawancara ini berupa pemberian pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan permasalahan penelitian yang diharapkan mendapat timbal balik jawaban.

#### **c. Dokumentasi**

Menurut Suharsimi Arikunto, metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal/variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.<sup>56</sup> Analisis dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam pendokumentasian ini, peneliti akan mengumpulkan data dari sumber tertulis, gambar, video, foto, rekaman, profil, rancangan kegiatan, dan yang lainnya.

#### **d. Angket atau Kuisoner**

Menurut Sugiono, angket atau kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>57</sup> Sedangkan Sukmadinata mengatakan, angket atau kuisoner merupakan teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung melakukan tanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat

---

<sup>56</sup>Suharsimi. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 206.

<sup>57</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), h. 142.

pengumpulan datanya juga disebut angket yang berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Sama dengan pedoman wawancara, bentuk pertanyaan bisa bermacam-macam, yaitu pertanyaan terbuka, pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tertutup.<sup>58</sup>

#### e. Member Check

*Member check* adalah teknik untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Tujuannya adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.<sup>59</sup>

### 7. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data adalah pengamatan pada seluruh data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang didapatkan dari lapangan penelitian, baik itu melalui data observasi, wawancara, pengamatan dokumen atau gabungan dari keduanya.<sup>60</sup> Juga data-data yang didapat melalui *member check* dan angket atau kuisioner, yang peneliti sebar ke berbagai partisipan. Dalam teknik analisis data ini, langkah-langkah yang bisa dilakukan adalah:

#### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan

---

<sup>58</sup>Nana Syauidih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009), h. 219.

<sup>59</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 276.

<sup>60</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1998), h. 235.

polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mencarinya bila perlukan.<sup>61</sup>

#### **b. Penyajian Data**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>62</sup>

#### **c. Verifikasi**

Verifikasi adalah penarikan kesimpulan dari sebuah proses penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan yang berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>63</sup>

## **I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Untuk lebih mensistematiskan pembahasan dalam penelitian ini, maka dibuat sistematika pembahasan sebagai berikut; BAB I Pendahuluan berisi Latar Balakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan

---

<sup>61</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, h. 247.

<sup>62</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, h. 249.

<sup>63</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, h. 252.

Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II tentang Memahami Strategi Pemasaran Pendidikan, berisi Pemaknaan Pemasaran Pendidikan, Fungsi Pemasaran Pendidikan, Prinsip-prinsip Pemasaran Pendidikan, dan Model-model Pemasaran Pendidikan.

BAB III mengulas Profil Pondok Pesantren Qothrotul Falah, yang terdiri dari Sisi Geografis dan Sosiologis, Kondisi Riil Pendidikan Masyarakat, Historisitas Pendirian dan Pendiri, Visi dan Misi Pesantren, Struktur Kepengurusan Pesantren dan Sarana Prasarana, Santri dan Tenaga Pendidik; dan Sistem Pengajaran, Pembinaan dan Jadwal Kegiatan.

BAB IV merupakan inti dari penelitian ini, yakni Peran Pimpinan dan Strategi Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Qothrotul Falah. Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab, yakni Tantangan-tantangan Kekinian yang Kompetitif, Peran Pimpinan dalam Pemasaran Pendidikan, Strategi Pemasaran Pendidikan yang Ditempuh (Identifikasi Pasar, Segmentasi Pasar, Diferensiasi Produk, Komunikasi Pemasaran dan Pelayanan Pesantren); dan Kelebihan dan Kelemahan Strategi Pemasaran Pendidikan di Pondok Pesantren Qothrotul Falah

Penelitian ini diakhiri BAB V Penutup, yang berisi Kesimpulan dan Saran-saran.

Dan sebagai kelengkapan data penelitian, maka di akhir tesis ini akan dilampirkan beberapa data penting terkait dengan substansi penelitian.[]