

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI PENDIDIKAN ISLAM DI PESANTREN  
AR-RAUDHATUL HASANAH MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**MUHAMMAD AQLI RAMADHANA  
NIM. 170206003**

**Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Prodi Manajemen Pendidikan Islam**



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH  
2022**

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI PENDIDIKAN ISLAM DI PESANTREN  
AR-RAUDHATUL HASANAH MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**MUHAMMAD AQLI RAMADHANA  
NIM. 170206003**

**Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Prodi Manajemen Pendidikan Islam**

**Pembimbing I**



**Muhammad Faisal, M.Ag  
Nip. 197108241998031002**

**Pembimbing II**



**Ainul Mardhiah, S.Ag., M.A  
Nip. 197510122007102001**

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI  
PENDIDIKAN ISLAM DI PESANTREN AR-RAUDHATUL HASANAH MEDAN**

**SKRIPSI**

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dan Di Nyatakan Lulus  
Serta Di Terima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)  
Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Pada Hari/Tanggal :

Jum'at, 17 Juni 2022

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

**Ketua**

**Syafruddin, S.Ag, M.Ag**

NIP. 197306162014111003

**Sekretaris**

**Fakhrol Azmi S.Pd.I, M.Pd**

NIDN. 2126098702

**Penguji I**

**Lailatussaadah, S.Ag, M.Pd**

NIP. 197512272007012014

**Penguji II**

**Ainul Mardhiah, M.A.Pd**

NIP. 11975101220071020001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh



**Prof. Safrul Mufik, S.Ag., M.A., M.Ed., Ph.D**  
NIP. 19730102 199703 1 003

16

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aqli Ramadhana  
NIM : 170206003  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan** adalah benar karya asli saya, kecuali lampiran yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



  
Muhammad Aqli Ramadhana

AR-RANIRY

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Aqli Ramadhana  
NIM : 170206003  
Fakultas/Prodi : Tarbiyah dan Keguruan/ Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan  
Tebal Skripsi : 122 Halaman  
Pembimbing 1 : Muhammad Faisal, S.Ag. M.Ag.  
Pembimbing 2 : Ainal Mardhiah, M.A.Pd.  
Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Eksistensi Pendidikan Islam

Manajemen pemasaran meliputi kegiatan perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar untuk mencapai tujuan organisasi. Penelitian ini bertujuan : 1) Untuk mengetahui manajemen pemasaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan, 2) Untuk mengetahui kendala dan cara mengatasi kendala pemasaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan, 3) Untuk mengetahui strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Wakil Direktur Pesantren, Bagian Kehumasan Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh yaitu: 1) Manajemen Pemasaran Pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan menggunakan Metode 4P, *Product*, *Promotion*, *Place*, dan *Price*. Dari segi *product* yaitu menciptakan santri/santriwati yang berjiwa Islamiyah, tauhid, bermental kepemimpinan, berprestasi, dan menghasilkan lulusan yang profesional. Dari segi *promotion* yaitu melalui media sosial, melalui lisan antar lisan, melalui acara-acara besar pesantren. Dari segi *place* yaitu lingkungan yang kondusif disertai sarana prasarana yang mendukung. Dari segi *price* yaitu pembiayaan menggunakan sistem pembayaran SPP bulanan. 2) Kendala manajemen pemasaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dari segi teknis maupun non teknis seperti: a) Hambatan teknis seperti brosur yang terlambat. b) Dari segi *product* yaitu persepsi masyarakat yang menganggap pesantren liberal. c) Dari segi promosi yaitu banyak dari orang tua yang tidak mengetahui sistem pendidikan yang diterapkan di pesantren. d) Dari segi *price* yaitu di daerah-daerah tertentu sistem perbankan tidak dapat diakses. 3) Strategi yang dilakukan pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah yaitu dengan mengevaluasi kurikulum setiap tahun, membangun kepercayaan masyarakat umum dan wali-wali santri, mempertahankan kualitas alumni, pengkaderisasian pengurus pesantren serta menjalankan visi dan misi pesantren.

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, Allah SWT telah memberikan kesempatan untuk mengoreksi dan membersihkan diri dari kesalahan sehingga menjadi lebih bersih dan lebih dekat kepada-Nya. Dengan kekuatan-Nya juga penulis telah dapat menyelesaikan kegiatan karya tulis yang tertuang dalam skripsi dengan judul **“Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah”**. Shalawat beriring salam penulis alamatkan ke pangkuan alam Nabi Muhammad SAW dimana beliau telah susah payah merubah pola pikir umat manusia dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Dan juga kepada para sahabat dan alim ulama yang bersama-sama memperjuangkan agama yang paling sempurna jika dibandingkan dengan agama yang lain di muka bumi ini. Islam merupakan agama yang Rahmatan Lillaamiin.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas studi untuk menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh serta sebagai syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen Pendidikan Islam di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Muslim Razali, S.H.,M.Ag. selaku Dekan Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
2. Mumtazul Fikri M.A. selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
3. Muhammad Faisal S.Ag. M.Ag. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ainal Mardhiah M.A.Pd. selaku pembimbing II, yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan yang sangat berarti demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Pihak pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
6. Perpustakaan UIN Ar-Raniry dan Perpustakaan Wilayah yang telah menyediakan bahan dalam penelitian ini.

Semoga Allah membalas semua kebaikan mereka dengan balasan yang lebih baik. Penulis menyadari bahwa terlalu banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyajian skripsi ini, untuk itu sangat di harapkan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin ya rabbal'amin

Banda Aceh, 17 Juni 2022

Penulis,

Muhammad Aqli Ramadhana

## DAFTAR ISI

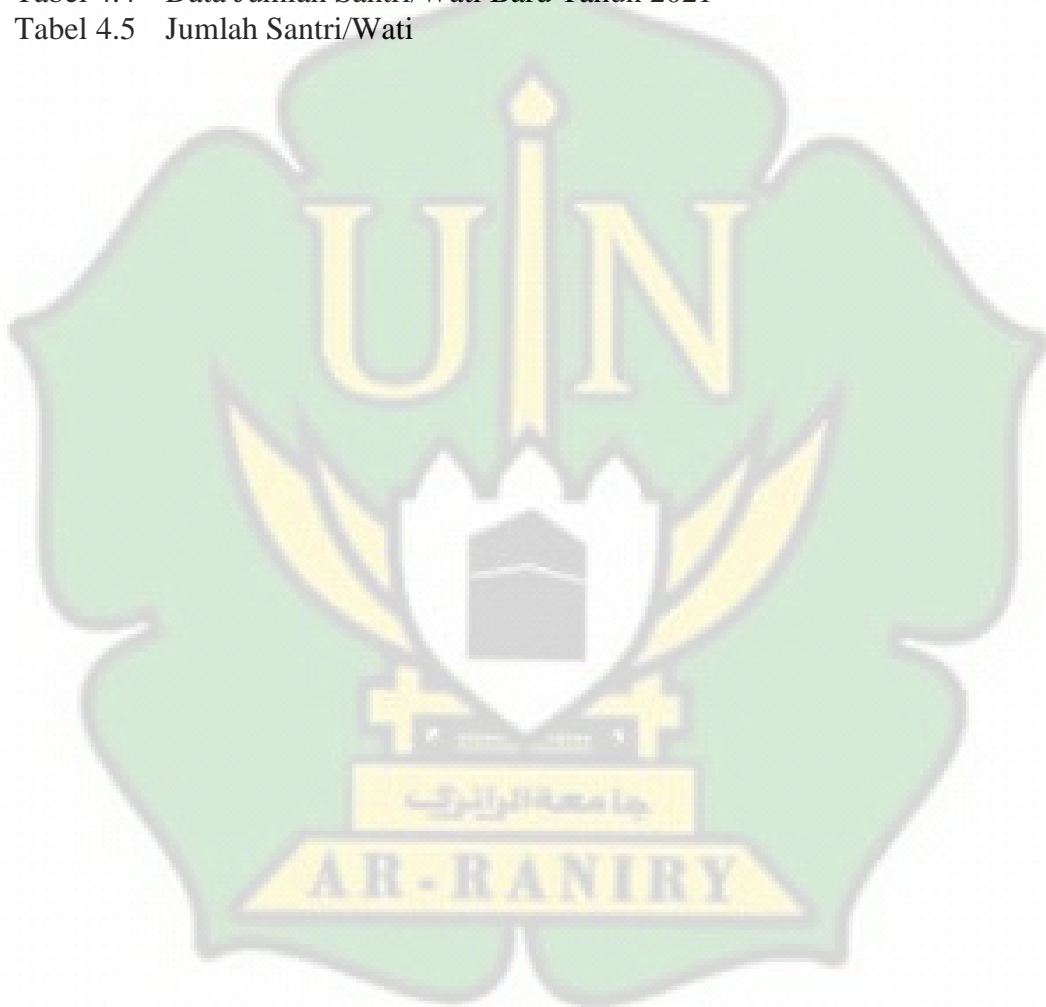
<b>LEMBARAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang Masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat penelitian .....	9
E. Penjelasan Istilah .....	10
F. Kajian Terdahulu .....	14
G. Sistematika penulisan.....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Pesantren.....	22
1. Manajemen.....	22
2. Pemasaran .....	23
3. Manajemen Pemasaran .....	27
4. Pengertian Pendidikan .....	28
5. Manajemen Pemasaran Pendidikan .....	29
B. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	30
1. Jasa.....	31
2. Pemasaran Jasa Pendidikan Islam.....	32
C. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan .....	34
D. Eksistensi Pendidikan Islam di Pondok Pesantren.....	38
1. Eksistensi Pendidikan Pesantren.....	38
2. Pendidikan Islam.....	40
3. Pondok Pesantren.....	43
4. Pendidikan Pesantren .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis penelitian .....	48
B. Lokasi penelitian .....	49
C. Subjek penelitian.....	49
D. Kehadiran penelitian .....	51
E. Teknik pengumpulan data.....	53
F. Instrumen pengumpulan data.....	56
G. Teknik analisis data.....	57
H. Teknik keabsahan data.....	58



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran umum lokasi penelitian .....	61
1. Profil Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah MEDAN .....	61
2. Visi dan Misi Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah .....	62
3. Panca Jiwa dan Motto Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.....	63
4. Keadaan Sumber Daya Manusia Data Guru/ Tenaga Kepengurusan Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.....	67
5. Data Santri/wati baru Tahun 2021-2022.....	76
B. Hasil penelitian.....	77
1. Manajemen pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar- Raudhatul Hasanah .....	78
2. Apa saja kendala dan bagaimana mengatasi kendala pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.....	92
3. Bagaimana strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.....	98
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	103
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	119
B. Saran .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1 Susunan Tenaga Pendidik Dan Tenaga Kependidikan (Ustadz) Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Tahun 2021-2022
- Tabel 4.2 Susunan Tenaga Pendidik Dan Tenaga Kependidikan (Ustadzah) Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Tahun 2020-2022
- Tabel 4.3 Data Jumlah Santri/Wati Baru Tahun 2021
- Tabel 4.4 Data Jumlah Santri/Wati Baru Tahun 2021
- Tabel 4.5 Jumlah Santri/Wati



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keputusan tentang Pembimbing Skripsi dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Lampiran 2: Surat Izin Penelitian dari Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Lampiran 3: Surat Keterangan telah melakukan Penelitian dari Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah
- Lampiran 4: Pedoman wawancara mengenai Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan
- Lampiran 5: Instrumen Observasi Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan
- Lampiran 6: Instrumen Dokumentasi Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan
- Lampiran 7: Foto Dokumentasi Kegiatan Penelitian
- Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup Penulis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seorang pemimpin dalam lembaga pendidikan memegang peran penting. Kepemimpinan kepala madrasah yang kuat, sangat mendukung karakter peningkatan pemasaran jasa pendidikan. Kepemimpinan merupakan seni dan ketrampilan dalam memanfaatkan kekuasaannya untuk memengaruhi orang lain agar melaksanakan aktivitas tertentu pada tujuan yang telah ditetapkan. Kepemimpinan yang kuat meliputi beberapa kemampuan, antara lain: Kemampuan manajerial, kemampuan memobilisasi, memiliki otonomi luas.<sup>1</sup>

Kyai atau pengasuh pondok pesantren merupakan elemen yang sangat esensial bagi suatu pesantren. Rata-rata pesantren yang berkembang di Jawa dan Madura sosok kyai begitu sangat berpengaruh, karismatik, berwibawa, sehingga amat disegani oleh masyarakat di lingkungan pesantren. Beliau merupakan figur atau sosok yang menjadi tokoh sentral atau tokoh panutan dalam lingkungan pesantren. Selain dianggap pemimpin tertinggi, kyai juga dianggap sebagai sumber belajar oleh para santrinya.<sup>2</sup>

Secara umum, tujuan sistem pendidikan pesantren adalah membina warga negara agar berkepribadian muslim sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dan menanamkan rasa keagamaan tersebut pada semua segi kehidupannya serta

---

<sup>1</sup> U. Saefullah, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), Cet. 1, h. 13

<sup>2</sup> Masjkur, *Integrasi Sekolah ke Dalam Sistem Pendidikan Pesantren*, (Surabaya: Diantama. 2007),h. 20.

menjadikannya sebagai orang yang berguna bagi agama, masyarakat dan negara.

Sedangkan tujuan khusus suatu sistem pendidikan pesantren adalah:

1. Mendidik santri anggota masyarakat untuk menjadi seorang muslim yang
2. Bertakwa kepada Allah. Berakhlak mulia, memiliki kecerdasan, keterampilan dan sehat lahir batin sebagai warga negara yang berpancasila.
3. Mendidik santri untuk menjadikan manusia muslim selaku kader-kader ulama dan muballigh yang berjiwa ikhlas, tabah, tangguh, wiraswasta dalam mengamalkan sejarah Islam secara utuh dan dinamis.
4. Mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan mempertebal semangat kebangsaan agar dapat menumbuhkan manusia-manusia pembangunan yang dapat membangun dirinya dan bertanggungjawab kepada pembangunan bangsa dan negara.<sup>3</sup>

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.<sup>4</sup> Adapun definisi pemasaran menurut Philip Kotler adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan

---

<sup>3</sup> Masjkur, *Integrasi Sekolah ke Dalam Sistem Pendidikan Pesantren*, (Surabaya: Diantama. 2007),h. 21

<sup>4</sup> Philip Kotler, Kelvin Lane, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 (Jakarta: Indeks, 2009), h. 7

menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.<sup>5</sup>

Strategi promosi pemasaran pendidikan juga diperlukan karena pendidikan para masyarakat melihat pendidikan atau sebuah lembaga dari berbagai sudut pandang. Untuk itu perlu yang namanya strategi dalam hal memasarkan pendidikan. Di dalam dunia pemasaran, kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para pembeli, lazim disebut kegiatan promosi.<sup>6</sup> Kegiatan tersebut dapat dilakukan secara langsung yaitu pejabat atau petugas khusus secara langsung menghubungi calon pembeli.

Pemasaran pendidikan merupakan langkah yang harus dilakukan lembaga pendidikan dalam mengikuti ketatnya persaingan untuk memperoleh pelanggan pendidikan, yaitu peserta didik. Bagi lembaga pendidikan yang telah memiliki image yang bagus di masyarakat (katakanlah sekolah favorit), implementasi pemasaran pendidikan hanya membutuhkan planning yang lebih menyempurnakan keberadaan lembaga pendidikan tersebut dengan melakukan peningkatan kualitas secara berkesinambungan dengan inovasi sebagai terobosan baru dalam mengantisipasi permintaan dunia kerja sebagai relevansi dari pendidikan.

---

<sup>5</sup> Kotler & Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 (Erlangga : Jakarta, 2001). h. 18.

<sup>6</sup> Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1988), h. 178.

Kekurangan murid (peserta didik) sekalipun terjadi pada lembaga pendidikan yang kurang berkualitas, namun tidak mustahil juga terjadi pada lembaga pendidikan yang lumayan berkualitas. Hal demikian terjadi karena pemasaran pendidikannya lemah, sehingga kalah bersaing dalam mendapatkan peserta didik dengan lembaga pendidikan yang sama kualitasnya tapi pemasarannya baik. Lembaga pendidikan harus selalu berusaha agar tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing sebagaimana yang telah disahkan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 pasal 35 ayat (1) dinyatakan bahwa: “Standar nasional pendidikan terdiri atas standar isi, proses, kompetensi lulusan, tenaga kependidikan, sarana dan prasarana, pengelolaan, pembiayaan, dan penilaian pendidikan yang harus ditingkatkan secara berencana dan berkala”.<sup>7</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 merupakan babak baru bagi pendidikan untuk bangkit, berbenah, meningkatkan mutu dan kualitasnya serta lebih mengenalkan dirinya ditengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu menentukan dan menetapkan strategi atau sebuah rencana, serta melakukan aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sebuah lembaga pendidikan dapat mengubah penilaian masyarakat terhadap kualitas

---

<sup>7</sup> Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Jakarta: Direktorat Jendral pendidikan Islam Departemen Agama RI, 2006), h. 24

pendidikan tersebut dalam jangka panjang dan merupakan cara untuk membangun citra lembaga secara keseluruhan.<sup>8</sup>

Strategi merupakan cara yang sangat urgen, yang akan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan, setelah dijabarkan tujuan yang hendak dicapai. Hal demikian terjadi dalam setiap organisasi atau lembaga, dimana tidak terlepas dari penetapan strategi, yang berbeda hanyalah apakah strategi itu tepat, berjalan dengan baik, efisien, dan efektif atau memenuhi semua unsur yang perlu diperhatikan dalam hal penerapannya. Dengan adanya strategi, maka suatu organisasi akan dapat memperoleh kedudukan atau posisi yang kuat dalam wilayah kerjanya. Hal ini disebabkan karena organisasi tersebut mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik dalam melakukan pendekatan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam wilayah kerja yang dilayaninya. Dengan demikian strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir dari suatu organisasi, namun strategi bukanlah sekedar suatu rencana, melainkan adalah rencana yang menyatukan. Strategi mengikat semua bagian yang ada dalam organisasi menjadi satu, sehingga strategi meliputi semua aspek penting dalam suatu organisasi, strategi itu terpadu dari semua bagian rencana yang harus serasi satu sama lain dan berkesesuaian. Oleh karena itu penentuan strategi membutuhkan tingkatan komitmen dari suatu organisasi, dimana tim organisasi tersebut bertanggung jawab dalam memajukan strategi yang mengacu pada hasil atau tujuan akhir.

---

<sup>8</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 55



Berdasarkan hasil pengamatan sementara, Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah memang menempati posisi/kedudukan yang baik dan mempunyai pengaruh yang positif dikalangan masyarakat. Berdirinya pondok Pesantren berkat besarnya keinginan masyarakat Paya bundung untuk menyebarkan dakwah Islam pada masa itu (1970), dan dipercayakan kepada KH.Usman Husni yang saat itu beliau baru saja lulus dari Pondok Pesantren Madani GONTOR dan menjadi pembimbing utama(Ustadz) dikampung tersebut. Dan dari situ lah awalnya terbentuk Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah, dan hingga sekarang dipimpin oleh KH. SOLIHIN ADIN, S,Ag, MM. dan dengan sesuai perkembangan zaman pesantren mempromosikan lembaga pendidikannya dengan berbagai cara seperti : Pembuatan brosur pendaftaran, media you tube dan mengundang beberapa tokoh besar untuk bintang tamu dipesantren, dan ada pun mewajibkan santri-santrinya setiap tahunnya untuk membuat pentas seni setiap konsulat(perdaerah) guna untuk memperluas dakwah pesantren dan menjadikan daya tarik orang tua untuk memasukkan anaknya ke lembaga tersebut.

Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan dengan berbagai cara pemasaran dan promosi telah mencapai kuantitas peserta didik yang bisa dikatakan banyak. Oleh karena itu pemasaran menjadi sesuatu yang harus dilaksanakan pihak pesantren, selain ditujukan untuk mengenalkan sekolah, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk nama baik terhadap lembaga sehingga menarik sejumlah calon peserta didik. Untuk itu sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas peserta didik yang ada.

Dengan kuantitas peserta didik dan rombongan belajar yang bisa dikatakan banyak dalam lingkup pesantren yang ada di provinsi Sumatera Utara, itu semua tidak terlepas dari manajemen pemasaran pendidikan yang dilaksanakan oleh pihak Pesantren. Promosi yang dilakukan bukan hanya dari brosur atau pamflet saja. Namun juga saat pertemuan dengan wali santri, melalui Alumni-Alumninya, serta melalui acara-acara besar pesantren.

KMI Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan Adalah sekolah Pendidikan Guru Islam yang modal dan kurikulumnya diambil dari KMI Pondok Modern Darussalam Gontor, yang merupakan perpaduan antara sekolah Noormal Islam Padang Panjang dengan model Pendidikan Pondok Pesantren di Jawa. Pelajaran agama seperti yang diajarkan di beberapa pesantren pada umumnya dengan sistem Sorogan, diajarkan di kelas-kelas. Pada saat yang sama, para santi/wati sudah wajib tinggal di asrama dengan mempertahankan jiwa dan suasana kehidupan pesantren.<sup>9</sup>

Dan Pihak Pesantren telah membangun cabang yaitu pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah 2 di LUMUT Sibolga guna untuk memperluas dakwah dan memudahkan peminat yang berada cukup jauh dari pondok dan bisa menempuh pendidikan Islam lembaga tersebut .

Dan pada tanggal 18 januari 2017 Kemenag Republik Indonesia secara resmi telah memberikan Surat Keputusan (SK) Pendirian Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Ar-Raudhatul Hasanah. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT)

---

<sup>9</sup> Rasyidin Bina, *Peningkatan Kompetensi Guru; Studi Implementasi Kebijakan di Pesantren*, (Medan: Rawda Publishing, 2020), h. 229.

Ar-Raudhatul Hasanah memiliki dua program studi yaitu Pendidikan Bahasa Arab (PBA) dan Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Dari dua program studi tersebut akan ditindak lanjuti dalam lembaga kajian berbentuk Pusat Studi Pondok Pesantren, yang berfokus pada pengumpulan model dan tipologi pengelolaan pondok pesantren dan Lembaga Kajian Kitab Kuning Klasik Nusantara. Dan dengan berdirinya kampus Sekolah Tinggi Ilmu tarbiyah (STIT) Ar-Raudhtaul Hasanah makin besar pula nama lembaga pendidikan tersebut, maka dari itu makin mudah bagi lembaga untuk memasarkan pendidikan nya dalam menarik perhatian dan minat peserta didik untuk menempuh pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Bedasarkan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen pemasaran lembaga pendidikan pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan islam, baik dari segi kurikulum pendidikan pesantren yang menggunakan kurikulum Pondok Pesantren GONTOR dan dapat berkembang pesat pada era globalisasi ini, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan memaparkannya dalam sebuah kajian karya ilmiah yang berjudul “Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah manajemen pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan?
2. Apa sajakah kendala dan cara mengatasi kendala pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.?
3. Bagaimanakah strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan?.

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari keseluruhan rumusan masalah yang ada, peneliti bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah manajemen pemasaran pendidikan islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.
2. Untuk mengetahui apa sajakah kendala dan cara mengatasi kendala pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap berbagai aspek, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan peneliti sendiri sehingga dapat menghasilkan penelitian yang berkualitas dan penelitian ini

diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman terhadap pembaca khususnya dalam bidang pemasaran pendidikan.

b. Menambah khazanah keilmuan terkait strategi pemasaran pendidikan.

## 2. Manfaat praktis

a. Bagi Pimpinan pesantren

Sebagai tolak ukur dalam pengambilan kebijakan bagi pimpinan dalam pengelolaan pesantren untuk mengembangkan lembaganya.

b. Bagi Pesantren

Menambah bahan kajian, khususnya mengenai strategi pemasaran pendidikan Islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.

c. Bagi Ustadz/ah

Memberikan informasi, kajian, pertimbangan, dan masukan bagi penyelenggara pendidikan Islam pada pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.

## E. Penjelasan Istilah

### 1. Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dengan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Terry, “manajemen adalah usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.”

Pemasaran Menurut Kotler, “pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran.”

Sedangkan manajemen pemasaran atau marketing adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, serta mengomunikasikan nilai unggul kepada pelanggan.<sup>10</sup>

Jadi, yang dimaksud penulis pemasaran disini adalah proses penawaran dan penjualan sebuah jasa pendidikan dalam rangka menyebarluaskan ketengah-tengah masyarakat untuk memperoleh pelanggan pendidikan yang berupa peserta didik atau santri dan santriwati melalui brosur, surat kabar, teknologi siaran televisi atau radio.

## 2. Jasa Pendidikan Islam

jasa pendidikan mempunyai peranan penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan keberhasilan jasa pendidikan dapat diwujudkan dalam bentuk pemberian layanan pendidikan berkualitas kepada pelanggan jasa pendidikan, yaitu siswa. Adapun kata jasa (service) mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service) sampai dengan

---

<sup>10</sup> M.Munir, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*, INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol,1. No.2, 2018, h. 80.

pengertian jasa sebagai produk. Untuk memahami pemasaran jasa pendidikan, kita perlu memahami definisi jasa dari beberapa ahli sehingga konsep pemasaran jasa pendidikan dapat dipahami secara menyeluruh.

Menurut Lovelock dalam buku yang ditulis oleh David Wijaya, jasa dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a) Tindakan atau perbuatan yang ditawarkan satu kelompok kepada kelompok lain.
- b) Aktivitas ekonomi yang menciptakan nilai serta menyediakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu.
- c) Sesuatu yang dapat dibeli dan dijual.<sup>11</sup>

### 3. Eksistensi

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa: “Eksistensi artinya Keberadaan, keadaan, adanya<sup>12</sup> . Selain itu dalam kamus besar bahasa Indonesia dikemukakan bahwa: “Eksistensi: keberadaan, adanya”<sup>13</sup> . Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka yang dimaksud dengan eksistensi adalah suatu keberadaan atau keadaan kegiatan usahanya masih ada dari dulu hingga sampai sekarang dan masih diterima oleh lingkungan masyarakat perawang, dan keadaannya tersebut lebih dikenal atau lebih eksis dikalangan masyarakat.

### 4. Pendidikan Islam

---

<sup>11</sup> David wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 5

<sup>12</sup> Dessy Anwar, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Amelia, 2003), h 132.

<sup>13</sup> Ebta Setiawaan, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat bahasa, 2011), h, 154.

Nabi telah mendidik membentuk kepribadian yaitu kepribadian muslim dan sekaligus berarti bahwa Nabi Muhammad SAW adalah seorang pendidik yang berhasil. Apa yang beliau lakukan dalam membentuk manusia, kita rumuskan sekarang dengan pendidikan Islam. Cirinya ialah perubahan sikap dan tingkah laku sesuai dengan petunjuk ajaran Islam. Untuk itu perlu adanya usaha, kegiatan, cara, alat, dan lingkungan hidup yang menunjang keberhasilannya. Dengan demikian, secara umum dapat kita katakan bahwa pendidikan Islam itu adalah pembentukan kepribadian muslim.<sup>14</sup>

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap judul di atas, maka penulis merasa perlu untuk Maksud judul diatas adalah Bagaimana pihak pesantren dalam mempertahankan Eksistensi pesantren tersebut dalam mendidik peserta didiknya dan masih diterima oleh lingkungan masyarakat, dan keadaannya tersebut lebih dikenal atau lebih eksis dikalangan masyarakat. Dan dibutuhkan pula strategi-strategi pemasaran yang tepat agar mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

#### **F. Kajian Terdahulu yang Relevan**

Kajian terdahulu merupakan kajian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain dengan mendapatkan hasil yang empiris. Adapun tujuan dari kajian terdahulu ini adalah agar peneliti dapat melihat serta membandingkan antara penelitian yang peneliti teliti dengan peneliti lain.

---

<sup>14</sup> Rosmiaty Aziz, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: SIBUKU, 2019), Cet. 2, h. 4.



Afidatun Khasanah<sup>15</sup>, Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD ALAM BATURRADEN, Vol 8 No.2 tahun 2015, Fokus pembahasan tulisan ini adalah pada pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan di era global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan kemajuan taraf pendidikan pada suatu lembaga pendidikan. Tulisan ini secara khusus akan membahas bagaimanakah pemasaran yang diterapkan di SD Alam Baturraden sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan yang ditawarkannya. Lebih lanjut, tulisan ini melihat secara kritis bagaimana maraknya pemasaran jasa pendidikan beranjak dari konsep awal sekolah sebagai lembaga pendidikan nirlaba dan bukan sebagai lahan bisnis dalam dunia pendidikan.

Afif Alfiyanto<sup>16</sup>, Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius, Adaara, Vol. 10, No.1, tahun 2020, Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran jasa pendidikan berbasis budaya religi di SDIT Luqman Al-Hakim Internasional Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya manajemen pemasaran jasa pendidikan berbasis budaya religi di SDIT Luqman Al-Hakim Internasional Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode lapangan kualitatif. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dan snowball. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data

---

<sup>15</sup> Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD ALAM BATURRADEN*, El- Tarbawi, Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8, No. 2, 2015, h.164.

<sup>16</sup> Afif Alfiyanto<sup>16</sup>, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius*, Adaara, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 10, No.1, 2020, h. 53.

deskriptif-kualitatif dengan pendekatan induktif untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) SDIT LHI melakukan manajemen pemasaran yang berbasis budaya religius untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pendidikan yang akan membangun generasi muslim yang berakhlak mulia dan berakhlak mulia, menguasai prinsip, berlandaskan keilmuan, berkontribusi. untuk kebaikan dunia, dan bertaqwa kepada Allah SWT. Ada 7 elemen yang digunakan dalam manajemen pemasaran, yaitu: 1) Produk, 2) Harga; 3) tempat; 4) Promosi; 5) Sumber Daya Manusia; 6) Bukti Fisik; 7) Proses. (2) Penerapan budaya religius dilaksanakan oleh sekolah melalui dimensi tauhid, syari'at, dan moralitas yang tertuang dalam kurikulum, visi, misi, tujuan sekolah, program sekolah, dan proses pembelajaran. (3) Faktor-faktor yang mendukung pemasaran jasa pendidikan di SDIT LHI, yaitu a. Penerapan kurikulum PHI; b. Sumber daya manusia yang kompeten; c. Fasilitas pendidikan lengkap; d. Kegiatan promosi yang menggunakan banyak strategi; e. Lokasi sekolah yang mudah diakses; dan f. Banyak sekali prestasi di bidang umum dan keagamaan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah a. Minimnya masukan mahasiswa dikarenakan biaya SPP yang lumayan mahal; b. Staf pengajar sementara; c. Persaingan dengan lembaga pendidikan lain; d. Manajemen pemasaran kekurangan karyawan; e. Interpretasi yang berbeda dari tujuan sekolah oleh administrator sekolah dan orang tua.

Ari Prayoga, Ilis Rosbiah,dan Dian,<sup>17</sup> Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah, Vol.3, No.1, Tahun 2020. Persaingan antara lembaga pendidikan, terutama sektor swasta dalam rangka untuk mendapatkan siswa

---

<sup>17</sup> Ari Prayoga, Ilis Rosbiah,dan Dian, *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah*, Dirasah, Vol.3, No.1, 2020.

baru sangat ketat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya lembaga pendidikan yang menerapkan strategi pemasaran untuk menarik siswa sebanyak mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan berdasarkan teori manajemen dan bauran pemasaran di Madrasah Aliyah Miftahurroja Lebakmuncang Ciwidey, Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam kajian ini adalah dengan pengamatan lingkungan internal dan eksternal madrasah, wawancara dengan kepala madrasah, wakil kepala madrasah bidang kurikulum, pendidik, komite dan dokumentasi dari pamflet, daftar lembaga, agenda pemasaran madrasah. Teknik analisis data yang digunakan adalah untuk melakukan pengurangan data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa: pertama, strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan mutu pendidikan di MA Miftahurroja Lebakmuncang Ciwidey dengan menggunakan fungsi manajemen, ada empat tahapan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Kedua, pelaksanaan strategi pemasaran jasa Pendidikan di MA Miftahurroja Lebakmuncang melalui marketing mix yaitu; produk, tempat harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Daya saing MA Miftahurroja Lebakmuncang Ciwidey cukup baik hal itu dapat dilihat dari data peningkatan jumlah siswa.

Harmoko Triaji,<sup>18</sup> *Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Berbasis Teknologi Informasi di SMP ISLAM AL-AZHAR 21 SUKOHARJO*, Vol.3, No.2, Tahun 2017. Tujuan khusus penelitian; (1) mengetahui konsepsi pemasaran pendidikan berbasis teknologi informasi (2) mengetahui peran manajemen kepala sekolah dalam strategi pemasaran pendidikan berbasis teknologi informasi (3) Mengetahui faktor pendukung dan penghambat pemasaran pendidikan berbasis teknologi informasi. Metode penelitian ini kualitatif naturalistic dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Teknik analisis data dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian; 1) Berdasar konsep bauran pemasaran, pemasaran berbasis teknologi informasi di SMP Al Azhar 21 dijabarkan pada isi/ keunggulan produk, metode dan media pemasaran berbasis teknologi informasi telah memberi daya tarik bagi masyarakat untuk menjadi pilihan sekolah, 2) Pelibatan guru dan karyawan dalam pemasaran berbasis teknologi informasi telah diupayakan maksimal oleh Kepala Sekolah, 3) Faktor pendukung adalah fisik gedung, kurikulum, sumber daya manusia, akreditasi sekolah, prestasi, ekstrakurikuler dan kegiatan OSIS yang variatif, keunggulan khusus, Student Trip ke luar negeri, strategi pemasaran khususnya yang berbasis teknologi informasi. Faktor penghambat adalah kebijakan pemerintah daerah dan persaingan kompetitor.

---

<sup>18</sup> Harmoko Triaji, *Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Berbasis Teknologi Informasi di SMP ISLAM AL-AZHAR 21 SUKOHARJO*, Jurnal JARLITBANG Pendidikan, Vol.3, No.2, Tahun (2017).

M.Munir,<sup>19</sup> Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik.Vol,1. No.2, Tahun 2018. Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah/lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa pendidikan (orang tua siswa/wali murid).Meningkatnya kuantitas peserta didik baru, pasti tidak akan terlepas dari kualitas yang dimiliki oleh sekolah. Karena kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sekolah yang telah memenuhi target. Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Manajemen pemasaran yang baik dengan menerapkan 7 elemen, yaitu product (produk), price (harga), place (lokasi),promotion (promosi), people (orang/guru dan staf), Physical evidence (bentuk fisik).

Setelah meninjau dari peneliti terdahulu, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian yang peneliti lakukan terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti sebelumnya, diantaranya adalah:

*Pertama*, persamaan penelitian yang dilakukan oleh Afidatun Khasanah, adalah sama-sama meneliti tentang pemasaran didunia pendidikan. Perbedaannya

---

<sup>19</sup> M.Munir, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*, INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol,1. No.2, Tahun (2018).

adalah pada variable kedua, peneliti lebih meneliti pada bagian eksistensi pendidikan nya sedangkan beliau meneliti pada strategi peningkatan Mutu pendidikan.

*Kedua*, persamaan penelitian yang dilakukan oleh Afif Alfianto yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam. Perbedaannya adalah lokasi penelitian dan objek penelitian.

*Ketiga*, persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ari Prayoga, dkk yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif , yang membedakannya adalah penelitian tersebut memfokuskan pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan sedangkan peneliti fokus pada mempertahankan eksistensi pendidikan .

*Keempat*, persamaan penelitian yang dilakukan oleh Harmoko Triaji, yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan, sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut memfokuskan pengelolaan pemasaran pendidikan berbasis teknologi informasi, dan peneliti fokus pada mempertahankan eksistensi peserta didik.

*Kelima*, persamaan penelitian yang dilakukan oleh M. Munir, adalah sama-sama membahas manajemen pemasaran pendidikan dan metode penelitian kualitatif hanya saja yang membedakan adalah penelitian sebelumnya lebih memfokuskan manajemen pemasaran untuk meningkatkan kuantitas peserta didik di sekolah tersebut sedangkan peneliti berfokus pada eksistensi pendidikan Islam.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan para pembaca dalam menelaah skripsi ini, maka penulis membuat pembahasan dalam 5 bab, dengan yang satu dan lainnya saling berhubungan. Adapun sistematika pembahasan ini yaitu sebagai berikut:

Bab I, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika pembahasan. Bab II, berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan.

Bab III, Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian yang meliputi: jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrument pengumpulan data, analisis data, dan uji coba ke absahan. Bab IV, pada bab yang ke empat ini membahas mengenai temuan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang meliputi: gambaran umum lokasi penelitian, dan bagaimana Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. Bab V, mencakup kesimpulan akhir penelitian yang dilakukan peneliti serta saran-saran dari peneliti.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Pesantren

##### 1. Pengertian Manajemen

Manajemen secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yang berarti *management*. Kata *management* berasal dari kata kerja *to manage* yang berarti mengurus atau dapat berarti mengurus, mengatur, mengemudikan, mengendalikan, mengelola, menyelenggarakan, menjalankan, melaksanakan, dan memimpin. Kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu “*manus*” yang berarti “tangan”, dan “*Agere*” yang berarti “melakukan”, kata2 ini digabung sehingga menjadi “*manager*” yang berarti yang menangani sesuatu, mengatur, membuat sesuatu seperti yang diinginkan nya dengan mendayagunakan seluruh sumber daya yang ada.<sup>20</sup>

Manajemen adalah suatu proses yang kontinu yang bermuatan kemampuan dan keterampilan khusus yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu kegiatan baik secara perorangan maupun bersama orang lain atau melalui orang lain dalam mengkoordinasikan dan menggunakan segala sumber untuk mencapai tujuan organisasi secara produktif, efektif dan efisien.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Suhelayanti, Dkk, *Manajemen Pendidikan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 2.

<sup>21</sup> Akhmad Muadin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Quran*, TA'ALLUM: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 5, No. 2, 2017, h. 296.



Menurut G.R Terry manajemen adalah usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.<sup>22</sup>

Jadi manajemen adalah segala aktivitas mengelola, mengkoordinir, mengawasi, dan mengatur suatu kegiatan atau sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## 2. Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan atau pun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menawarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan upaya merubah kebutuhan menjadi peluang yang menguntungkan.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Boyde, Walker dan Larreche, pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi, dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa, dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan penukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Donni Juni Priansa, *Kepala Sekolah dan Guru Profesional*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), h. 191-192.

<sup>23</sup> Marisi Butarbutar, Dkk, *Manajemen Pemasaran Teori dan Pengembangan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 2.

<sup>24</sup> Tati Handayani, dkk, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 10.

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 dari produsen sampai konsumen.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.<sup>25</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses penukaran barang atau jasa yang dilakukan oleh seorang ataupun sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu, dari satu individu ke individu yang lain. Dan dalam pemasaran dunia pendidikan yang ditawarkan adalah berupa jasa. Dan peranan pemasaran bertujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan menghasilkan laba, dan dapat menarik perhatian konsumen lainnya dengan adanya produk yang menarik dan dapat memuaskan konsumen.

---

<sup>25</sup> Akhmad Muadin, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Quran", TA'ALLUM: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 5, No. 2, 2017, h. 296.

### 3. Manajemen Pemasaran

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.<sup>26</sup>

Menurut Kotler manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, kegiatan promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan dalam menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.<sup>27</sup>

Seorang tokoh yang bernama W.J Stanton dalam bukunya Mursid mendefinisikan pemasaran adalah “Keseluruhan perangkat yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang aktual maupun potensial”. Dengan begitu ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan sebuah produk baik barang ataupun jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

---

<sup>26</sup> Christian A.D Selang, *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, 2013, h. 71.

<sup>27</sup> Marisi Butarbutar, Dkk, *Manajemen Pemasaran Teori dan Pengembangan...*, h.7.

Ada beberapa tahapan kegiatan yang harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pembeli. Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi 4 kegiatan utama yang sering disebut 4P dalam pemasaran.<sup>28</sup>

1. Product (produk) yang menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara tepat.
2. Price (harga) menyangkut penetapan harga jual barang ataupun jasa yang sesuai dengan kualitas barang atau jasa dan dapat dijangkau oleh konsumen.
3. Place (tempat) menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang atau jasa sehingga sampai ke tangan konsumen.
4. Promotion (promosi) menyangkut pemilihan kebijakan dan penetapan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

Manajemen pemasaran mencakup pengaturan permintaan, yang menjadi pengaturan hubungan dengan pelanggan. Manajemen permintaan tidak hanya merancang strategi menambah pelanggan baru dan melakukan transaksi dengan mereka, akan tetapi berusaha seoptimal mungkin untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Jika dihubungkan dengan biaya maka biaya menemukan pelanggan yang baru lebih besar dari pada mempertahankan dan memuaskan pelanggan

---

<sup>28</sup> M. Mursid, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

yang sudah ada. Hal ini lah yang menjadi bagian dari manajemen pemasaran tersebut.

Peranan penting dari manajemen pemasaran pendidikan adalah strategi untuk keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan. Bertolak ukur dari kebutuhan dan keinginan konsumen (siswa dan wali murid) manajemen pemasaran pendidikan harus mampu memperkirakan sekaligus mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat yang memuaskan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini menuntut lembaga pendidikan supaya mampu bersaing dalam memasarkan jasa pendidikan. Fasilitas yang memadai mendukung suatu lembaga mampu memasarkan jasa pendidikan dengan baik, dengan begitu mutu lembaga pendidikan akan semakin baik dan kuantitas peserta didik akan bertambah. Namun bila lembaga pendidikan kurang kuat dalam memasarkan pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan kuantitasnya.<sup>29</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran meliputi kegiatan perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

---

<sup>29</sup> Kacung Wahyudi, “*Manajemen Pemasaran Pendidikan*”, Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1, 2017, h. 2.

#### 4. Pengertian Pendidikan

Pendidikan dalam kamus besar bahasa Indonesia suatu proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok manusia dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.<sup>30</sup> Dalam UU RI No 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas) menyatakan “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara” .<sup>31</sup>

Pendidikan sebagai sebuah produk jasa merupakan suatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan. Pendidikan merupakan pilar utama pembangunan bangsa. Keberhasilan pendidikan suatu bangsa berkaitan erat dengan kemajuan yang dicapai. Terutama pendidikan yang membentuk karakter nasional bangsa. Dunia pendidikan adalah dunia yang sangat dinamis, selalu bergerak, selalu terjadi perubahan dan pembaharuan.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), 1128

<sup>31</sup> Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) pasal 1.

<sup>32</sup> Iwan Ridwan, Maulana, Konsep “Peserta Didik Menurut Al-Ghazali dan Implikasinya terhadap Praktik Pendidikan di Pondok Pesantren Al-Mutawally Desa Bojong Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan”, Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah, Vol 1 No 1, 2016, h. 2.

## **5. Manajemen Pemasaran Pendidikan**

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat planning, actuating, pengendalian jasa pendidikan yang terkandung pada pertukaran yang bertujuan menghasilkan satisfaction bagi pihak-pihak terkait. Konsep manajemen pemasaran pendidikan disini mengambil konsep dari manajemen dalam bidang marketing economics. Pengambilan konsep tersebut karena dirasa lembaga pendidikan merupakan produk yang melayani jasa.<sup>33</sup>

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pendidikan adalah proses manajemen yang mengatur tentang pemasaran pendidikan baik dari segi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, pengendalian jasa, serta evaluasi yang bertujuan untuk memuaskan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Dan dalam pendidikan yang dipasarkan adalah jasa pendidikan.

### **B. Pemasaran Jasa Pendidikan**

Kegiatan pemasaran jasa pendidikan pada saat ini sudah dilakukan secara terbuka. Upaya sekolah untuk menggaet calon siswa potensial yang lebih capable dan matang telah menjadi tuntutan yang wajib dipenuhi dalam rangka mendukung proses pembelajaran serta meningkatkan daya saing antar sekolah. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Hanya lembaga pendidikan

---

<sup>33</sup> Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 5.

yang dapat memenuhi kebutuhan atau kepuasan pelanggan (siswa) yang dapat bertahan.

### **1. Pengertian Jasa**

Kotler dan Keller mengemukakan pengertian jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Mendefinisikan jasa sebagai aktivitas-aktivitas yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud yang merupakan obyek utama dari suatu transaksi yang dirancang untuk menyediakan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. memberikan pengertian jasa sebagai hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang atau obyek. Jasa meliputi suatu perbuatan, kinerja, atau suatu upaya yang tidak dapat diproses secara fisik.<sup>34</sup>

Menurut Munir, jasa adalah suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain (dalam hal ini pelanggan) agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Menurut Siagian, jasa secara umum adalah upaya untuk memberikan kesenangan-kesenangan kepada pelanggan dengan adanya kemudahan-kemudahan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> Salim Aktar, *Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 2, No. 12, 2017, h. 3.

<sup>35</sup> Salim Aktar, *Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan*, h. 3



Terkait dengan jasa pendidikan, baik Kotler maupun ahli pemasaran lainnya, sepakat bahwa lembaga pendidikan merupakan salah satu termasuk organisasi non-profit yaitu kegiatan melayani konsumen yang berupa siswa, atau mahasiswa, dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan stakeholder. Lembaga Pendidikan akan memberikan layanan tersebut kepada pihak yang ingin dilayani, pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut. Layanan ini dapat dilihat dalam berbagai bidang, mulai dari layanan yang berbentuk fisik, sampai pada layanan yang berbentuk fasilitas dan proses yang bermutu. Inilah yang disebut konsep sebenarnya dari marketing. Karena itu lembaga pendidikan harus bisa mempertahankan eksistensinya, lembaga pendidikan dituntut untuk dapat memasarkan, karena sebegus-bagusnya suatu lembaga jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut dikalangan masyarakat.

## **2. Pemasaran Jasa Pendidikan Islam**

Persaingan lembaga pendidikan merupakan hal yang tidak dapat terelakan lagi. Persaingan antar sekolah saat ini semakin kompetitif. Pendidikan formal dalam hal ini sekolah sedang mengalami perubahan besar berupa lingkungan global pendidikan. Produk pendidikan yang kurang berkualitas akan terpinggirkan. Implikasi dari hal ini adalah fakta bahwa masyarakat sudah mulai

mempertanyakan dan memilih sekolah-sekolah bermutu untuk putra putri mereka.<sup>36</sup>

Muhammad Hamid An-Nashir dan Qullah Abdul Qadir Darwis mendefinisikan pendidikan Islam sebagai proses pengarahan perkembangan manusia pada sisi jasmani, akal, bahasa, tingkah laku, dan kehidupan sosial keagamaan yang diarahkan pada kebaikan menuju kesempurnaan. Sementara itu Omar Muhammad At-Taumi Asy-Syaibani sebagaimana dikutip oleh M. Arifin, menyatakan bahwa pendidikan Islam adalah usaha mengubah tingkah laku individu dalam kehidupan pribadi atau kehidupan kemasyarakatan dan kehidupan di alam sekitarnya.<sup>37</sup>

Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan jalannya organisasi untuk berkembang, dan mendapatkan banyaknya peminat. Kegiatan pemasaran jasa pendidikan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen memiliki pandangan baik terhadap lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan adalah wadah yang berguna untuk membina manusia, membawa ke arah masa depan yang lebih baik. Setiap orang yang berada pada wadah tersebut akan

---

<sup>36</sup> Baba Mukmin, *Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu*, Jurnal Islamic Education Manajemen, Vol. 5, No. 1, 2020, h. 98.

<sup>37</sup> Sigit Priatmoko, *Memperkuat Eksistensi Pendidikan Islam Di Era 4.0*, Jurnal Studi Pendidikan Islam, Vol. 1, No. 2, 2018, h. 223.

mengalami perubahan dan perkembangan menurut warna dan corak institusi tersebut.<sup>38</sup>

### **C. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan**

Dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya, setiap organisasi menjalankan strategi pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Kotler dan Amstrong, ada tiga tahap yang dapat ditempuh untuk menetapkan strategi pemasaran, yaitu sebagai berikut.

- 1) Memilih konsumen yang dituju.
- 2) Mengidentifikasi keinginan konsumen.
- 3) Menentukan bauran pemasaran.

Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan eksternal dan internal organisasi. Faktor-faktor eksternal yang dapat menimbulkan adanya peluang atau ancaman bagi organisasi terdiri dari: keadaan pasar, persaingan, teknologi, ekonomi, sosial budaya, hukum, dan peraturan. Sedangkan faktor-faktor internal menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan organisasi, meliputi: keuangan, produksi, SDM, serta khususnya bidang pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, dan jasa. Analisis tersebut merupakan penilaian apakah strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan sesuai dengan keadaan pada saat ini. Hasil penilaian tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang

---

<sup>38</sup> Baba Mukmin, *Manajemen Pemasaran...*, h. 99

dijalankan perlu diubah serta untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan di masa mendatang.

Menurut Kotler dalam Assen,dkk, strategi ini terdiri dari empat komponen dasar yang disebut 4P, yaitu: produk ( Product ), lokasi ( Place ), harga ( Price ), dan promosi ( Promotion ).

a. Produk ( Product )

Produk yaitu fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah. Meskipun sekolah yang disurvei sangat giat dalam menawarkan produk/ pelayanan yang berkualitas, namun sejumlah masalah masih dapat ditemukan, seperti:

- 1) Kurangnya pertimbangan pada ragam penawaran. Sebagian besar sekolah cenderung memberikan terlalu banyak penawaran. Sekolah seharusnya melakukan spesialisasi pada suatu hal tertentu.
- 2) Adanya kebutuhan untuk melihat pelajaran, yakni keuntungan apa yang akan didapatkan pelanggan (siswa) daripada hanya memberikan gambaran umum tentang kandungan materi yang ada dalam pelajaran tersebut.
- 3) Adanya kebutuhan untuk memastikan bahwa kualitas dilihat dalam arti terpenuhinya kebutuhan pelanggan daripada kualitas pelajaran itu sendiri.

4) Hanya ada sedikit perhatian akan “potensi hidup” dari pelajaran tersebut. Dalam hal ini, sekolah dapat menjabarkan kepada pelanggan berbagai prestasi yang telah mereka capai, baik itu di bidang pengetahuan/ keterampilan maupun ekstrakurikuler. Dengan adanya hal ini, pelanggan dapat melihat keteraturan dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar di sekolah. Hal ini tentu saja menjadi nilai tambah dalam pemasaran jasa pendidikan sekolah.

b. Harga ( Price )

Harga yaitu pembiayaan (costing) yang membandingkan pengeluaran dengan keuntungan yang didapat pelanggan, serta penetapan harga (pricing) atau harga yang dikenakan kepada pelanggan. Hal ini terlihat jelas pada sekolah swasta karena pilihan pasar sangat terbuka untuk calon orangtua, yaitu antara “sekolah swasta yang mahal” dan “sekolah negeri yang bagus dan gratis”. Akan tetapi, hal ini adalah persoalan penting bagi sekolah negeri karena:

- 1) Proses perekrutan siswa mengarah kepada tambahan dana dari pemerintah.
- 2) Dukungan dana sponsor dari anggota komunitas pebisnis lokal.
- 3) Biaya yang dikenakan dan sumbangan orang tua untuk fasilitas tambahan dan aktivitas ekstrakurikuler. Sekolah harus mau terbuka dalam pengelolaan dana pendidikannya. Dalam hal ini sekolah harus berani dan jujur mengemukakan berbagai manfaat dan apa saja yang diperoleh pelanggan dengan membayar sejumlah uang untuk pengganti

jasa pendidikan yang mereka lakukan. Bila pemaparan penggunaan uang jasa pendidikan dilakukan dengan baik dan terukur, maka pelanggan akan mengerti terhadap biaya mahal pendidikan yang diwajibkan sekolah.

c. Lokasi ( Place )

Lokasi yaitu kemudahan akses dan penampilan serta kondisinya secara keseluruhan. Ketika sekolah memperhatikan masalah penampilan (misalnya melalui dekorasi, tampilan, dan ucapan selamat datang kepada pengunjung), maka akan semakin berkurangnya perhatian yang diberikan kepada masalah akses (seperti: parkir untuk pengunjung, akses bagi penyandang cacat, konsultasi di luar sekolah, dan mesin penjawab telepon).

d. Promosi ( Promotion )

Promosi yaitu kemampuan mengkomunikasikan manfaat yang didapat dari organisasi bagi para pelanggan potensial. Promosi yang dilakukan sekolah, dapat juga diarahkan kepada komposisi dan kualifikasi tenaga pengajar, termasuk pola perekrutan guru yang terencana baik. Sekolah dapat mempromosikan, bahwa mereka terus berupaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di antaranya dengan: mengadakan program pelatihan serta pengembangan guru dan staf sekolah, mengendalikan seluruh kegiatan sekolah, meningkatkan kesejahteraan guru dan staf sekolah, serta melakukan strategi pertumbuhan usaha sekolah dalam rangka meningkatkan daya saing sekolah.

Selain itu sekolah harus dapat memberikan jaminan, bahwa setiap tenaga pendidik (guru) dan tenaga kependidikan bertugas memberikan layanan pendidikan yang berkualitas kepada mereka (siswa sebagai pelanggan).<sup>39</sup>

#### **D. Eksistensi Pendidikan Islam di Pondok Pesantren**

##### **1. Eksistensi Pendidikan Pesantren**

Eksistensi pendidikan pesantren jika dianalisis dengan teori struktural fungsional yang digagas oleh Talcott Parsons dengan mengemukakan bahwa agar sistem organisasi sosial dapat bertahan (survive) maka sistem harus memiliki empat hal yang disebut dengan AGIL: Adaptation (adaptasi), yaitu sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan dengan kebutuhan; goal attainment (mempunyai tujuan), yaitu sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya; integration (integrasi), yaitu sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya; latency (pemeliharaan pola), yaitu sebuah sistem harus memperlengkapi, memelihara dan memperbaiki, pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.

Keempat fungsi tersebut, menurut Parsons, berlangsung ke dalam empat sistem tindakan. Pertama, organisasi perilaku yang melaksanakan adaptasi. Kedua, sistem kepribadian, yang melaksanakan pencapaian tujuan. Ketiga, sistem sosial yang menanggulangi fungsi integrasi. Keempat, sistem kultural, yang melaksanakan fungsi pemeliharaan pola. Kelemahan teori yang dibangun Talcott

---

<sup>39</sup> Salim Aktar, "Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan", *INSPIRASI: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 12, 2017, h. 4-6.

Persons tidak membicarakan tentang kepemimpinan sebuah organisasi, padahal kepemimpinan menjadi kunci melaksanakan program-program di atas dalam struktur organisasi.<sup>40</sup>

Dari teori sturuktur fungsional di atas, dapat dianalisis bahwa sistem pendidikan pesantren mempunyai daya tahan kuat karena sesuai dengan struktur sosial suatu sistem organisasi dalam menghadapi perubahan atau modernisasi. Hal terlihat dalam konsep operasional dalam sistem pendidikan pesantren. Pertama, sistem adaptasi yang dilakukan di pesantren sangat jelas ketika melihat fungsi pesantren yang memposisikan sebagai lembaga pendidikan keagamaan (keislaman) yang tetap menjadi sentral tafaqquh fi al-dîn yang berfungsi memelihara, mengembangkan dan memanfaatkan ilmu-ilmu keislaman. Bahkan peran nilai antara masyarakat dan pesantren yang diakhiri oleh kemenangan pesantren, sehingga selama masa kolonial pesantren merupakan pendidikan yang banyak beradaptasi dengan rakyat dan tidak berlebihan kiranya untuk menyatakan pesantren sebagai lembaga pendidikan grass root people yang menyatu dengan kehidupan masyarakat.

Eksistensi pendidikan pesantren dapat dipahami bahwa pesantren sesuai dengan teori ilmu sosial dalam budaya sebuah organisasi, karena itu pesantren yang besar dan memiliki daya tahan dan kontinuitas adalah pesantren yang melakukan empat sistem fungsi di atas. Jika tidak, maka dapat dipastikan pendidikan pesantren tidak mempunyai daya tahan yang kuat, bahkan akan

---

<sup>40</sup> Ahmad Royani, “Eksistensi Perubahan Pesantren dalam Arus Perubahan”, Cendikia, Vol.16, No. 1, 2018, h.379



tergusur sebagai lembaga pendidikan Islam alias menjadi pendidikan umum. Dengan kata lain, meninggalkan salah satu fungsi sistem di atas, maka pendidikan pesantren tidak mempunyai ketahanan, dan mengikuti perkembangan zaman. Inilah yang diistilahkan dalam dunia pesantren yang berbunyi: al-muhâfazhah ‘ala alqadîm al-sâlih wa al-akhzu bi al-jadîd al-ashlah (memelihara dan melestarikan nilai-nilai lama yang masih positif dan mengambil nilai-nilai baru yang lebih positif).

## **2. Pendidikan Islam**

Pengertian pendidikan seperti yang dipahami sekarang belum terdapat di zamannya Nabi. Tetapi usaha dan kegiatan yang dilakukan oleh Nabi yang menyampaikan ajaran, memberi contoh, melatih keterampilan berbuat, memberi motivasi dan menciptakan lingkungan sosial yang mendukung pelaksanaan ide pembentukan pribadi muslim itu, telah mencakup arti pendidikan dalam pengertian sekarang. Orang Arab Mekah yang tadinya penyembah berhala, musyrik, kafir, kasar, dan sombong maka dengan usaha dan kegiatan Nabi mengislamkan mereka, lalu tingkah laku mereka berubah menjadi penyembah Allah Tuhan yang maha Esa, mu'min, muslim, lemah lembut dan hormat kepada orang lain. Mereka telah berkepribadian muslim sebagaimana yang dicita-citakan oleh ajaran Islam.

Dengan begitu berarti Nabi telah mendidik membentuk kepribadian yaitu kepribadian muslim dan sekaligus berarti bahwa Nabi Muhammad SAW adalah seorang pendidik yang berhasil. Apa yang beliau lakukan dalam membentuk manusia, kita rumuskan sekarang dengan pendidikan Islam. Cirinya ialah

perubahan sikap dan tingkah laku sesuai dengan petunjuk ajaran Islam. Untuk itu perlu adanya usaha, kegiatan, cara, alat, dan lingkungan hidup yang menunjang keberhasilannya. Dengan demikian, secara umum dapat kita katakan bahwa pendidikan Islam itu adalah pembentukan kepribadian muslim.<sup>41</sup>

Menurut musthafa Al-Ghulayani: bahwa pendidikan Islam ialah menanamkan ahlak yang mulia didalam jiwa anak dalam masa pertumbuhannya dan menyiraminya dengan air petunjuk dan nasihat, sehingga akhlak itu menjadi salah satu kemampuan (meresap dalam) jiwanya kemudian buahnya berwujud keutamaan, kebaikan dan cinta bekerja untuk kemanfaatan tanah air.

Menurut Drs.Ahmad D. Marimba: pendidikan Islam adalah bimbingan jasmani, rohani berdasarkan hukum-hukum agama Islam menuju kepada terbentuknya kepribadian utama menurut ukuran-ukuran Islam. Dengan pengertian yang lain sering kali beliau mengatakan kepribadian utama tersebut dengan istilah kepribadian muslim, yaitu kepribadian yang memiliki nilai-nilai agama Islam, dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Menurut Drs. Burlian Shomad: pendidikan Islam ialah pendidikan yang bertujuan membentuk individu menjadi makhluk yang bercorak diri berderajat tinggi menurut ukuran Allah dan isi pendidikannya untuk mewujudkan tujuan itu adakah ajaran Allah. Secara rinci beliau mengemukakan pendidikan itu baru dapat disebut pendidikan Islam apabila memiliki dua ciri khas yaitu:

---

<sup>41</sup> Rosmiaty Aziz“*Ilmu Pendidikan Islam*”(Yogyakarta, SIBUKU, 2016), h. 4.

- a) Tujuannya untuk membentuk individu menjadi bercocok diri tertinggi menurut ukuran AI-Quran.
- b) Isi pendidikannya ajaran, Allah yang tercantum dengan lengkap di dalam AI-Quran dan pelaksanaannya didalam praktek kehidupan sehari-hari sebagaimana dicontohkan oleh oleh Nabi Muhammad Saw.

Dari perbedaan pendapat oleh para ahli dapat diambil kesimpulan adanya persamaan yang secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut: pendidikan Islam ialah bimbingan yang dilakukan oleh seorang dewasa kepada terdidik dalam masa pertumbuhan agar ia memiliki kepribadian muslim.<sup>42</sup>

### **3. Pondok Pesantren**

Pesantren atau Pondok pesantren adalah suatu lembaga pendidikan Islam yang tumbuh dan diakui oleh masyarakat sekitar dengan sistem asrama yang santri-santrinya menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah, yang sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dan kepemimpinan seorang atau beberapa orang kyai dengan ciri khas yang bersifat kharismatis dan independen dalam segala hal. Pesantren dapat dikategorikan sebagai lembaga nonformal Islam, karena keberadaan dalam jalur pendidikan kemasyarakatan memiliki program pendidikan yang disusun sendiri dan pada umumnya bebas dari ketentuan formal

---

<sup>42</sup> Rosmiaty Aziz "Ilmu Pendidikan Islam" (Yogyakarta, SIBUKU, 2016), h. 6.

Menurut Manfred, pesantren berasal dari masa sebelum Islam dan memiliki kesamaan dalam ajaran agama Budha dalam bentuk asrama. Sedangkan menurut Robson, kata santri berasal dari bahasa Tamil di India, yaitu *sattiri* yang berarti guru mengaji atau orang yang tinggal di sebuah rumah miskin atau bangunan keagamaan pada umumnya.<sup>43</sup>

Lebih jelas lagi, Imam Zarkasyi mengartikan bahwa pesantren yaitu sebuah lembaga pendidikan Islam dengan sistem asrama atau pondok dimana kyai merupakan sosok sentralnya, masjid merupakan sentral kegiatan yang menjiwainya, dan pengajaran ajaran Islam dibawah bimbingan kyai yang diikuti santri merupakan kegiatan utamanya.<sup>44</sup>

Sedangkan menurut Zamaksyari, bahwa pada dasarnya pesantren adalah tempat belajar bagi para santri, sedangkan pondok berarti rumah atau tempat tinggal sederhana yang terbuat dari bambu. Disamping itu, kata pondok berasal dari bahasa Arab "*Funduq*" yang berarti hotel atau asrama. Pondok merupakan tempat penampungan sederhana bagi para pelajar yang jauh dari asalnya. Dan hal ini merupakan tempat tinggal kyai bersama santrinya dan bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, Hubungan kyai dan santri pada umumnya merupakan hubungan ketaatan tanpa batas, begitu pula dengan guru-guru lainnya, rasa kebersamaan dan persaudaraan sangat terasa.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Ahmad Saifuddin, "*Eksistensi Kurikulum Pesantren dan Kebijakan Pendidikan*", Jurnal Pendidikan Agama Islam Vol. 03, No. 01, 2015, h. 213-214

<sup>44</sup> Gatot Krisdiyanto, dkk, "*Sistem Pendidikan pesantren dan Tantangan Modernitas*", (Jurnal Tarbawi : Jurnal Ilmu Pendidikan, Vol. 15, No. 1, Tahun 2019), h. 14.

<sup>45</sup> Rasyidin, *Peningkatan Kompetensi Guru; Studi Implementasi Kebijakan di Pesantren*, (Medan: Rawda Publishing, 2020), h. 171.

Menurut Munir menyebutkan bahwa kata santri dalam perkembangan sistem social di Indonesia mempunyai dua pengertian. Pertama, kata santri berarti orang-orang yang hidup di pondok pesantren tersebut. Kedua, istilah santri menunjukkan status sebagai pemeluk Islam yang dikenal lebih taat dalam melaksanakan berbagai doktrin ajaran islam dalam kehidupan social dan kehidupan sehari-hari.<sup>46</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 unsur yang ada dalam pesantren yaitu: Kyai, masjid, ajaran Islam, dan santri. Juga, pesantren bisa diartikan sebagai ekosistem suatu tempat dimana para penghuninya banyak belajar tentang kehidupan dan berinteraksi satu sama lainnya dalam berbagai segi kehidupan dan aspeknya. Hal itu dimaksudkan bahwa di dalam pesantren para santri belajar tentang bagaimana menjalani kehidupan Islami sesuai dengan syariat-syariat yang diajarkan dalam agama Islam. Tentunya hal itu sangat berguna dalam kehidupan selanjutnya ketika para santri tersebut sudah tidak lagi berada di dalam pesantren.

#### **4. Pendidikan Pesantren**

##### **a. Pendidikan Pesantren Secara Umum**

Adapun Mastuhu, secara spesifik mengemukakan tujuan pendidikan pesantren yaitu menciptakan dan mengembangkan kepribadian Muslim, yaitu kepribadian yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan, berakhlak mulia, bermanfaat bagi masyarakat atau berkhidmat kepada masyarakat dengan jalan menjadi abdi masyarakat, yaitu menjadi pelayan masyarakat sebagaimana

---

<sup>46</sup> Rasyidin, *Peningkatan Kompetensi Guru; Studi Implementasi Kebijakan di Pesantren*, (Medan: Rawda Publishing,2020), h. 180.

kepribadian Nabi Muhammad S.A.W (mengikuti sunah Nabi), mampu berdiri sendiri, bebas dan teguh dalam kepribadian, menyebarkan agama atau menegakkan Islam dan kejayaan umat Islam ditengah-tengah masyarakat ('izzul Islam wal Muslimin), dan mencintai ilmu dalam rangka mengembangkan kepribadian Indonesia. Idealnya pengembangan kepribadian yang ingin dituju ialah kepribadian muhsin.<sup>47</sup>

#### b. Pendidikan Pesantren Secara Khusus

Pesantren memiliki ciri-ciri khas yang berbeda dari lembaga pendidikan pada umumnya. Ciri khas yang disandang itu menjadikan tidak akan mungkin pesantren diberlakukan peraturan yang sama dengan sekolah. Penyelenggaraan pendidikan di pesantren salaf umumnya dengan menggunakan metode sorogan, bandungan, dan wetonan. Sistem sorogan merupakan proses pembelajaran yang bersifat individual atau pendidikan tradisional, dan sistem pembelajaran dasar dan paling sulit bagi para santri, sebab santri dituntut kesabaran, kerajinan, ketaatan dan disiplin diri dalam menuntut ilmu. Seringkali santri tidak menyadari bahwa mereka seharusnya mematangkan diri pada tingkat sorogan ini sebelum mengikuti sistem pembelajaran selanjutnya.<sup>48</sup>

Di antara cita-cita pendidikan pesantren adalah latihan agar dapat berdiri sendiri dan membina diri agar tidak menggantungan sesuatu pada orang lain kecuali kepada Tuhan. Para kyai selalu menaruh perhatian dan mengembangkan

---

<sup>47</sup> Nenden Maesaroh, dkk, "*Tugas dan Fungsi Pesantren di Era Modern*", SOSIETAS, Vol. 7, No. 1, 2017, h. 348.

<sup>48</sup> Imam Syafe'I, "*Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter*", Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8, No. 1, 2017, h. 66-67

watak pendidikan individual, murid dididik sesuai dengan kemampuan dan keterbatasan dirinya.<sup>49</sup>



---

<sup>49</sup> Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren Studi tentang Pandangan hidup Kyai* (Jakarta: LP3ES, 1982), 45.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah Kualitatif. Karena peneliti menganggap permasalahan yang diteliti cukup kompleks dan dinamis sehingga data yang diperoleh dari para narasumber tersebut dijarah dengan metode yang lebih alamiah yakni *interview* langsung dengan para narasumber sehingga didapatkan jawaban yang alamiah. Selain itu peneliti bermaksud untuk memahami situasi social secara mendalam, menemukan pola, hipotesis, dan teori yang sesuai dengan data yang diperoleh dilapangan.

Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah, penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah,(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.<sup>50</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan diskriptif adalah seangkaian proses pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasikan data, serah menarik kesimpulan yang berkenaan dengan data tersebut. Hal ini dikarenakan peneliti akan mendeskripsikan atau menyajikan gambaran lengkap tentang “Manajemen

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2015) h. 15.



Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah”

### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti akan mengambil data penelitian yaitu di ”Pondok Pesantren Modern Ar-Raudhatul Hasanah Jl.Letjen Djamin Ginting, Des.Paya bundung, simpang selayang, Kota Medan, Kab.Sumatera utara.” Alasan peneliti memilih Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sebagai lokasi penelitian di dasari beberapa aspek yaitu, *pertama*, karenan lembaga pendidikan islam tersebut memiliki jumlah peminat yang semakin bertambah setiap tahunnya, *Kedua*, peminatnya dari berbagai penjuru daerah, *Ketiga*, eksistensi pondok pesantren yang tak memudar dan semakin berkembang dari awal tahun berdirinya Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. Inilah yang menjadi daya tarik peneliti ingin melakukan penelitian di lembaga pendidikan tersebut.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah memahami informasi objek peneliti sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek peneliti. Objek penelitian yakni sasaran peneliti yang fokus terhadap penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penentuan objek haruslah memiliki kualifikasi yakni harus mengetahui, memahami, dan mengalami sehingga data yang diperoleh akan lebih valid. Sebagaimana yang diketahui dalam penelitian kualitatif, peneliti akan memasuki

situasi social tertentu. Melakukan pengamatan dan wawancara kepada orang yang dipandang tahu tentang situasi social dalam objek penelitian penulis.<sup>51</sup>

Subjek penelitian adalah Direktur Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah, sebagai seorang manajer yang memimpin dan memegang kendali terhadap Lembaga Pendidikan islam, dan juga sebagai pemberi keputusan dalam setiap kegiatan yang ada di Lembaga Pendidikan islam tersebut.

*Kedua* adalah tenaga kependidikan di Lembaga Pendidikan islam sebagai tenaga pendukung dan pelaksana segala kegiatan dan keputusan yang diputuskan oleh direktur Lembaga. Dan merupakan komponen penting dalam Lembaga Pendidikan, karena tenaga pendidik berperan penting dalam meningkatkan kualitas Pendidikan.

*Ketiga* adalah wali murid sebagai objek penelitian ini, karena wali murid adalah konsumen dalam hal pemasaran jasa pendidikan.

*Keempat* adalah santri/wati, karena santri/wati merupakan salah satu komponen penting dalam berdiri dan kelangsungan sebuah pondok pesantren. Dan juga yang merasakan dan mengikuti segala kegiatan yang ada pada pondok pesantren.

Pemilihan subjek penelitian melalui Teknik yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang dianggap paling mengerti tentang

---

<sup>51</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: kencana, 2017), h.70

apa yang diharapkan, atau sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi social yang diteliti.<sup>52</sup>

#### **D. Kehadiran Peneliti**

Sesuai dengan ciri pendekatan kualitatif salah satunya sebagai instrument kunci.<sup>53</sup> Dengan itu peneliti di lapangan sangat mutlak hadir atau terjun langsung dalam melakukan penelitian berkenaan dengan hal tersebut, dalam mengumpulkan data, peneliti berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan yang menjadi sumber data agar data-data yang diperoleh benar-benar valid.

Kehadiran peneliti sebagai pengamat dan informasi kunci (*key informant*) dalam penelitian ini dilakukan tahap-tahap penelitian agar penelitian ini lebih sistematis dan juga lebih optimal. Langkah-langkah tahapan penelitian tersebut sebagai berikut:

- 1) Mengurus perizinan

Langkah untuk mendapatkan izin melakukan penelitian serta penggalian data adalah peneliti langsung datang ketempat penelitian dengan mengutarakan maksud dan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan.

- 2) Riset pra lapangan

Sebelum peneliti melakukan kunjungan kelapangan untuk mengetahui gambaran lokasi penelitian dan keadaan tempat penelitian, peneliti mencari informasi umum tentang Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan di website

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2011), h. 219

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D...*, h. 223

resmi sekolah tersebut. Peneliti melakukan penjajakan kemudian barulah meninjau kelengkapan dengan datang langsung ke Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan

3) Memilih dan menentukan informan

Informan merupakan orang yang berfungsi untuk memberikan informasi dan keterangan tentang hal yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti memilih dan menentukan orang yang sesuai dan tepat agar dapat memberikan informasi yang luas dan akurat.

4) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti menyiapkan perlengkapan yang dapat membantu dan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian seperti alat tulis, kamera, type recorder.

5) Mulai melakukan pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti terjun kelengkapan dengan langsung ketempat penelitian untuk melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti juga mempersiapkan diri untuk menyesuaikan diri dengan tempat dan metode penelitian, yakni berpenampilan serta berperilaku yang sesuai dengan nilai-nilai dan kebiasaan yang ada di tempat tersebut.

6) Verifikasi data

Peneliti melakukan penarikan kesimpulan yang merupakan proses perumusan makna dari hasil yang diperoleh peneliti. Penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kalimat yang mudah dipahami, serta dilakukan berulang kali mengenai kebenaran dari penyimpulan data.

## 7) Analisis data

Tahap ini peneliti menjelaskan, mempresentasikan dan mendeskripsikan kedalam bentuk tulisan hasil penelitian dari Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan yang sesuai dengan fokus penelitian yang sudah ditentukan.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk terlaksananya penelitian dengan baik, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Ada dua alasan peneliti menggunakan teknik wawancara, yaitu: *Pertama*, dengan wawancara peneliti dapat menggali informasi, tidak saja apa yang diketahui dan dialami subjek yang peneliti teliti, tetapi juga apa yang tersembunyi jauh di dalam diri subjek tersebut. *Kedua*, apa yang peneliti tanyakan pada informan\pihak bisa mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu yang berkaitan dengan masa lampau, masa sekarang dan juga masa akan datang.

Wawancara peneliti lakukan secara terbuka untuk menggali pandangan subjek penelitian (pimpinan pesantren dan bidang sekretaris pesantren). Wawancara peneliti lakukan pada waktu dan konteks yang tepat agar mendapat data yang akurat dan peneliti lakukan sesuai dengan keperluan. Dalam mengadakan wawancara, peneliti dilengkapi dengan alat perekam suara (*tape recorder*), dan buku catatan kecil untuk mencatat hal-hal yang peneliti rasa penting dan berkaitan dengan penelitian.

Langkah-langkah wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Menetapkan kepada siapa wawancara ini akan peneliti lakukan.
  2. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan dalam wawancara
  3. Mengawali atau membuka alur wawancara
  4. Melangsungkan wawancara dengan subjek
  5. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
  6. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
  7. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh.
2. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada pada objek yang diteliti.<sup>54</sup> Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Di dalam kegiatan observasi pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Dan yang menjadi objek observasi peneliti adalah Pesantren, kontribusi pemimpin dan pemasaran pendidikan islam yang diterapkan dan menjadi daya tarik peminat pesantren tersebut.

---

<sup>54</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka cipta, 2002), hlm.133

### 3. Dokumentasi

Untuk menghindari kehilangan data yang telah peneliti kumpulkan dalam waktu relatif lama yang disebabkan kesalahan teknik, maka peneliti melakukan pencatatan-pencatatan secara lengkap dan secepat mungkin dalam setiap selesai pengumpulan data di lapangan. Karena ini merupakan jenis kualitatif maka peneliti yakin bahwa pengumpulan data akan memakan waktu yang panjang. Di samping itu data dokumen juga peneliti perlukan untuk melengkapi data yang peneliti peroleh dari wawancara dan observasi partisipan. Dokumen yang peneliti maksud berupa foto-foto pesantren , transkrip wawancara dan dokumen tentang sejarah-sejarah pesantren dan perkembangannya. Kesemua dokumen ini akan peneliti kumpulkan dan kemudian peneliti analisis demi kelengkapan data penelitian.

Pengumpulan data penelitian, peneliti lakukan secara terus menerus selama lebih kurang 2 (dua) bulan untuk observasi awal dan 1 (satu) bulan pengambilan data akhir. Penelitian berakhir pada saat peneliti telah memperoleh data lengkap tentang subjek yang peneliti teliti, sehingga peneliti menganggap telah memperoleh pemahaman terhadap bidang kajian ini.

Dan data yang akan peneliti ambil adalah data hasil pemasaran pendidikan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah yaitu data jumlah peminat pesantren dari tahun ke tahun sehingga dapat dikaji strategi dalam pemasarannya dan menjadi bahan kajian untuk kita semua.

## **F. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrument merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian, instrument digunakan pada saat peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian. Adapun uraian beberapa alat instrument dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut;

- 1) alat rekam (tape-record), alat rekam biasanya terdiri dari kamera, video, atau perekam suara. Sebagai instrument penelitian alat rekam ini mempermudah peneliti pada saat melakukan pengumpulan dan olah data.
- 2) Panduan wawancara, sebelum peneliti melakukan wawancara dan bertemu langsung dengan narasumber, maka terlebih dahulu peneliti dapat Menyusun daftar pertanyaan yang akan ditanya pada saat wawancara. Sama seperti angket, struktur pedoman wawancara sangat tergantung pada kebutuhan penelitian akan jawaban dari pertanyaan serta kenyamanan dalam proses wawancara.
- 3) Notebook, peneliti sebaiknya memiliki buku catatan penelitian untuk menuliskan point-point penting yang berhubungan dengan fokus penelitian. Sehingga lebih mempermudah peneliti pada saat melakukan pengolahan data.
- 4) Peneliti, yang terakhir adalah peneliti itu sendiri. Instrument penelitian adalah alat bantu untuk mengumpulkan data penelitian, bukan alat bantu yang lain seperti menganalisis data misalnya.



## G. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>55</sup>

Adapun yang akan menjadi Langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sesuai dengan yang dikatakan sugiyono sebagai berikut:

### 1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

### 2. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka Langkah selanjutnya adalah penyajian data, melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D...*, h. 335

### 3. Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dikemukakan dalam penelitian kualitatif, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel, dan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan.<sup>56</sup>

#### H. Uji Keabsahan Data

.Uji keabsahan data yang peneliti gunakan adalah triangulasi. Triangulasi ini memiliki makna sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Dalam penelitian ini triangulasi yang merupakan gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk menguji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda.

Kriterian keabsahan data menurut Sugiyono ada empat kriteria yaitu, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan kredibilitas sebagai kriteria uji keabsahan peneliti.

#### 1. Kredibilitas

Kredibilitas data peneliti maksudnya untuk membuktikan data yang berhasil peneliti kumpulkan sesuai dengan dunia nyata serta yang terjadi sebenarnya. Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara

---

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D...*, h. 333-345

lain, peneliti lakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi Teknik, dan menggunakan bahan referensi.

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin terbentuk, semakin akrab, semakin terbuka, saling memercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Dalam perpanjangan pengamatan peneliti menguji data yang telah diperoleh dengan cara mengecek kembali kelengkapan benar atau tidak.

b. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Meningkatkan ketekunan, maka peneliti memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati, sbagai bakal penelitian meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku, hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait dengan temuan lapangan.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan Teknik yang berbeda. Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari wawancara, lalu dicek dengan observasi dan dokumentasi.

### 3. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi disini yaitu adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah diperoleh peneliti. Misalnya, data dari wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Data tentang interaksi manusia, atau gambar suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto.<sup>57</sup>



---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D...*, h. 368-378

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gambaran umum Lokasi penelitian merupakan hasil penelitian tentang keadaan pesantren secara umum yang dapat dilihat dari garis besar pesantren tersebut seperti keadaan fisik, jumlah sumber daya pesantren serta yang bersangkutan paut dengan hal-hal yang sudah biasa ada pada setiap pesantren. Dalam Gambaran umum ini, peneliti menggunakan teknik studi dokumen. Adapun yang peneliti temukan antara lain 1) Profil Pesantren, 2) Visi dan Misi, 3) Panca Jiwa dan Motto Pesantren, 4) Data Guru/Tenaga Kependidikan, 5) Data Santri/wati baru Tahun 2020-2022.

##### 1. Profil Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah MEDAN

Nama Pesantren	: PP. Ar-Raudhatul Hasanah
Nomor Statistik Pesantren	: 510012710002
NPSN	: 60727944
Nama Direktur Pesantren	: H. Solihin Adin, S.Ag, MM
Luas Tanah Sekolah	: 7,5 Ha
Alamat Sekolah	: JLN. LETJEN. DJAMIN GINTING KM. 11
Desa / Kelurahan	: PAYA BUNDUNG
Kecamatan	: MEDAN TUNTUNGAN
Kabupaten / Kota	: MEDAN
Provinsi	: SUMATERA UTARA
Kode Pos	: 20135 <sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> <https://emispendis.kemenag.go.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:33 WIB.

## 2. Visi dan Misi Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah

Adapun Visi dan Misi pesantren Ar-Raudhatul Hasanah adalah:

### a. Visi

Menjadikan lembaga Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah sebagai lembaga kaderisasi dan layanan masyarakat yang bermutu, semata-mata untuk ibadah kepada Allah SWT dan mengharap ridho-Nya serta implementasi fungsi khalifah Allah di muka bumi.

### b. Misi

1. Mendidik individu-individu yang menguasai bekal-bekal dasar keulamaan, kepemimpinan dan keguruan serta mau dan mampu mengembangkannya sampai ke tingkat yang paling optimal.
2. Mempersiapkan generasi yang unggul dan berkualitas menuju terbentuknya generasi khaira ummah.
3. Membentuk generasi mutafaqqih fi ad-din serta memiliki tradisi-tradisi intelektual yang positif dan responsif terhadap perkembangan dan tuntutan zaman, menuju terciptanya learning society.
4. Mendidik dan membentuk generasi yang berkepribadian IQRA ('Ilmy, Qur'any, Rabbany dan 'Alamy) yang siap mengamalkannya di tengah-tengah masyarakat dengan ikhlas, cerdas dan beramal. Iqra memadukan antara aspek pikir ('ilmy

'alamy) dan aspek zikir (qur'any rabbany) yang teraktualisasikan dalam intelegensia dan moralitas yang relegius.<sup>59</sup>

### **3. Panca Jiwa dan Motto Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

#### **a. Panca Jiwa**

Seluruh kehidupan di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah didasarkan pada nilai-nilai yang dijiwai oleh suasana-suasana yang dapat disimpulkan dalam Panca Jiwa sebagai berikut :

##### **1) Jiwa Keikhlasan**

Jiwa ini berarti berbuat sesuatu bukan karena didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Segala perbuatan dilakukan dengan niat semata-mata untuk ibadah, *lillah*. Badan Wakaf ikhlas mengayomi tanpa berharap apapun dari Pesantren, Pimpinan ikhlas bekerja meskipun menyita waktu kesibukan mereka, Majelis Pengasuh ikhlas mendidik dan para guru ikhlas dalam membantu menjalankan proses pendidikan dan pengajaran, para santri ikhlas dididik dan para wali juga ikhlas menyerahkan putra-putrinya sepenuhnya kepada Pesantren untuk dididik.

##### **2) Jiwa Kesederhanaan**

Kehidupan di Pesantren diliputi oleh suasana kesederhanaan. Sederhana tidak berarti pasif, tidak juga berarti miskin atau melarat. Justru dalam jiwa kesederhanaan itu terdapat nilai-nilai kekuatan,

---

<sup>59</sup> <https://raudhah.ac.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:43 WIB.

kesanggupan, ketabahan dan penguasaan diri dalam menghadapi perjuangan hidup.

### 3) Jiwa Berdikari

Berdikari atau kesanggupan menolong diri sendiri merupakan senjata ampuh yang dibekalkan Pesantren kepada para santrinya. Berdikari tidak saja berarti bahwa santri sanggup belajar dan berlatih mengurus segala kepentingan sendiri, tetapi Pesantren sendiri sebagai lembaga pendidikan juga harus sanggup berdikasi sehingga tidak pernah menyandarkan kehidupannya kepada bantuan atau belas kasihan dari pihak-pihak lainnya. Inilah *Zelp berdruiiping system* (sama-sama memberikan iuran dan sama-sama memakai/menggunakan).

### 4) Jiwa Ukhuwwah Islamiyah

Kehidupan di Pesantren diliputi suasana persaudaraan yang akrab, sehingga segala suka dan duka dirasakan bersama dalam jalinan *ukhuwwah islamiyah*. Tidak ada dinding yang dapat memisahkan antara mereka. *Ukhuwwah* ini bukan saja selama mereka di Pesantren, tetapi juga mempengaruhi ke arah persatuan umat dalam masyarakat setelah mereka terjun di masyarakat.

### 5) Jiwa Bebas

Bebas dalam berpikir dan berbuat, bebas dalam menentukan masa depan, bebas dalam memilih jalan hidup, dan bahkan bebas dari berbagai pengaruh negatif dari luar dan masyarakat. Jiwa bebas ini



akan menjadikan santri/wati berjiwa besar dan optimis dalam menghadapi segala kesulitan. Hanya saja dalam kebebasan ini seringkali ditemukan unsur-unsur negatif, yaitu apabila kebebasan itu disalahgunakan, sehingga terlalu bebas (liberal) dan berakibat hilangnya arah dan tujuan atau prinsip. Jiwa yang meliputi suasana kehidupan Pesantren itulah yang dibawa oleh santri sebagai bekal utama di dalam kehidupannya di masyarakat. Jiwa ini juga harus dipelihara dan dikembangkan dengan sebaik-baiknya.

b. Motto Pesantren

Pendidikan Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah menekankan pada pembentukan pribadi muslim, mukmin dan muhsin yang Berbudi Tinggi, Berbadan Sehat, Berpengetahuan Luas, Berpikiran Bebas dan Beramal Ikhlas. Kriteria atau sifat-sifat utama ini merupakan motto pendidikan di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah.

1) Berbudi Tinggi

Berbudi tinggi merupakan landasan paling utama yang ditanamkan oleh Pesantren ini kepada seluruh santrinya dalam semua tingkatan; dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Realisasi penanaman motto ini dilakukan melalui seluruh unsur pendidikan dan pengajaran yang ada.

2) Berbadan Sehat

Tubuh yang sehat adalah sisi lain yang dianggap penting dalam pendidikan di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah ini. Dengan tubuh yang

sehat para santri akan dapat melaksanakan tugas hidup dan beribadah dengan sebaik-baiknya. Pemeliharaan kesehatan dilakukan melalui berbagai kegiatan olahraga, dan bahkan ada olahraga rutin yang wajib diikuti oleh seluruh santri sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

### 3) Berpengetahuan Luas

Para santri di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah ini dididik melalui proses yang telah dirancang secara sistematis untuk dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mereka. Santri tidak hanya diajari pengetahuan, lebih dari itu mereka diajari cara belajar yang dapat digunakan untuk membuka khazanah pengetahuan. Majelis Pengasuh sering berpesan bahwa pengetahuan itu luas, tidak terbatas, tetapi tidak boleh terlepas dari berbudi tinggi, sehingga seseorang itu tahu untuk apa dia belajar serta tahu prinsip untuk apa dia menambah ilmu.

### 4) Berpikiran Bebas

Berpikiran bebas tidaklah berarti bebas sebebas-bebasnya (liberal). Kebebasan di sini tidak boleh menghilangkan prinsip, teristimewa prinsip sebagai muslim, mukmin dan muhsin. Justru kebebasan di sini merupakan lambang kematangan dan kedewasaan dari hasil pendidikan yang telah diterangi petunjuk *Ilahi (hidayatullah)*. Motto ini ditanamkan sesudah santri memiliki budi tinggi atau budi luhur dan sesudah ia berpengetahuan luas.

#### 5) Beramal Ikhlas

Dengan menghayati secara benar keempat sifat utama sebelumnya, diharapkan santri dapat beramal ikhlas dalam semua perbuatannya, sepenuhnya *lillah*, hatinya *billah* dan aktifitasnya *fillah*, sebagaimana tercantum dalam Panca Jiwa Pesantren

#### **4. Keadaan Sumber Daya Manusia Data Guru / Tenaga Kepengurusan Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Sumber daya manusia dalam pendidikan merupakan orang-orang yang terlibat di dalam proses kegiatan lembaga pendidikan. Sumber daya manusia yang ada di pesantren Ar-raudhatul Hasanah terbagi menjadi dua bagian yaitu pengurus badan wakaf, dan pengurus Lembaga pesantren. Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah merupakan Lembaga Pendidikan yang berdiri dengan status wakaf . Tenaga kepengurusan pesantren adalah suatu organisasi yang dibentuk oleh pimpinan pesantren untuk mengatur segala urusan dalam pesantren tersebut agar dapat berkembang dan berjalan dengan baik. Sumber daya manusia sangatlah penting bagi keberlangsungan hidupnya suatu lembaga pendidikan. Maka dari itu kualitas sumber daya manusia dalam pendidikan sangatlah mempengaruhi kualitas dari suatu sekolah. SDM yang berkualitas dapat dilihat dari latar belakang pendidikannya, rentang waktu pengalaman dalam mengajar serta sudah tersertifikasi atau belum. Untuk itu agar mengetahui kesiapan dan kualitas PP. Ar-Raudhatul Hasanah peneliti mencari informasi tentang tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan melalui teknik studi dokumen, peneliti menemukan data yang di sajikan dalam bentuk Tabel berikut ini:

Tabel 4.1. Susunan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan (Ustadz) Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah tahun 2021-2022

NO	NIG	NAMA	STATUS
01	86.005	Dr. H. Rasyidin Bina, M.A.	Guru Tetap
02	88.010	H. Muhammad Subhan, M.A.	Guru Tetap
03	89.011	H. Solihin Adin, S.Ag., M.M.	Guru Tetap
04	89.014	Drs. H. Hariyanto, M.Si.	Guru Tetap
05	89.015	H. Ishaq Saragih, S.Pd.	Guru Tidak Tetap
06	90.013	Fathurrahman, S.Ag., S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
07	91.018	H. Miftakhuddin, S.S., S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
08	91.019	Abdul Hamid Adam, S.E., S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
09	92.021	Zulfikri, S.Pd.I.	Guru Tetap
10	92.025	H. Dermawan, S.E., S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
11	92.027	Carles Ginting, BHSc.	Guru Tetap
12	93.029	Kasri, S.Pd.	Guru Tetap
13	94.037	H. Joko Kuncoro, S.H., S.Pd.I., M.Kn	Guru Tetap
14	94.039	Suria Sakti, S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
15	94.042	H. Badruzzaman Sembiring, S.E., M.A.	Guru Tetap
16	95.044	Amman Lingga, S.H.I, S.Pd.I.	Guru Tetap
17	96.072	Husaini Sekedang, S.E., M.M.	Guru Tetap
18	96.076	Fahmi Jamaluddin, S.E.	Guru Tetap
19	96.164	H. Andi Wahyudi, Lc., M.A.	Guru Tetap
20	98.101	Luqman Khaqim, S.H., S.Pd.I.	Guru Tetap
21	98.102	Suprianto, M.Si., Apt.	Guru Tidak Tetap
22	99.110	Muchlis Ichsan, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
23	00.127	Erwin, S.T., S.Pd.I.	Guru Tetap
24	01.138	Suroso, S.E.	Guru Tetap
25	01.139	Aam Aminudin, S.H., S.Pd.I., M.M.	Guru Tetap
26	02.144	H. Qosim Nursheha, Lc., M.Ud.	Guru Tetap
27	03.150	Muhammad Ilyas, S.Pd., M.Si.	Guru Tetap
28	03.151	Mar'an Sabuqi Siregar, S.Fil.I., M.Pem.I.	Guru Tetap
29	03.153	Santuso, S.Pd.	Guru Tetap
30	03.162	H. Dian Hafizhi, Lc.	Guru Tetap
31	04.166	Syahrial Zulkapadri, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
32	04.169	H. Habibie Sembiring Meliala, Lc., M.Pd.I.	Guru Tetap
33	05.190	Atho' Muhdhori, S.Pd.	Guru Tetap
34	06.193	Miswan, M.Pd.	Guru Tetap
35	06.196	H. Aminullah Ginting, S.S., S.Pd.I.	Guru Tetap
36	07.205	H. Zuhair Mubarak Hazaa, Lc., M.Pd.I	Guru Tetap

37	07.206	Azmi Rauf Hasibuan, S.Pd.	Guru Tetap
38	07.208	Al-Fazri	Guru Tetap
39	07.209	Pardamean Hasibuan, S.Si.	Guru Tetap
40	07.210	H. Zainal Abidin, Lc., M.A.	Guru Tidak Tetap
41	08.244	Fathul Munir, S.Psi.	Guru Tetap
42	09.254	Abdullah Sani Ritonga, M.Pd.	Guru Tetap
43	09.256	H. Hamdan Noor, Lc., M.T.H.	Guru Tetap
44	09.257	H. Ahmad Fauzi Ilyas, Lc., M.S.I.	Guru Tetap
45	09.258	Irwan Haryono S., S.Fil.I.	Guru Tetap
46	09.259	Tarikh Al Hafizh Hasibuan, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
47	09.261	Abdul Aziz Sebayang, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
48	09.264	M. Yusuf Fadli, S.Si.	Guru Tetap
49	09.265	H. Alamsyah Daulay, Lc.	Guru Tetap
50	09.266	H. Mukhlis Mubarrok Dalimunthe, Lc., M.S.I.	Guru Tetap
51	09.269	Edi Suprpto, S.Si.	Guru Tetap
52	10.278	M. Yunus Kembaren, S.Pd.	Guru Tetap
53	10.280	Amir Hidayah Siregar, S.E.I.	Guru Tetap
54	10.281	Doko Prasetyo, S.Pd.I.	Guru Tetap
55	10.293	Handoko, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
56	11.304	Dr. H. Ahmad Faisal, Lc., M.T.H.	Guru Tetap
57	11.309	Radinal Mukhtar Harahap, S.H.I, M.Pd.	Guru Tetap
58	11.310	Faisal Hamid, S.E.	Guru Tetap
59	11.312	H. Fakhrurrazi Ismail, M.A.	Guru Tetap
60	11.314	Hendani, S.Pd.I., M.Pd.	Guru Tetap
61	11.315	Iqbal Syafi'i, S.Pd.	Guru Tetap
62	11.316	Irpan Khairuddin, M.Pd.	Guru Tetap
63	11.319	Supriadi, M.Pd.I	Guru Tetap
64	12.329	H. Muhammad Mugni Siregar, Lc.	Guru Tetap
65	12.331	Alfin Nasyir Lubis, S.Pd.	Guru Tetap
66	12.332	H. Muhammad Bisath Rusydi, Lc.	Guru Tetap
67	12.334	M. Saleh Baizit	Guru Tetap
68	12.335	M. Syahputra Kembaren	Guru Tetap
69	12.337	H. Rifqi Nauval, Lc.	Guru Tetap
70	12.339	Rudiansyah Anggara Selian, S.Psi.	Guru Tetap
71	12.340	H. Syaiful Muhammad Khadafi, Lc.	Guru Tetap
72	13.352	H. M. Munawir Yusri Pasaribu, Lc., M.A.	Guru Tetap
73	13.353	Mhd. Adiyani Sembiring, S.Pd.I.	Guru Tetap
74	13.356	Candra Kirana, S.Pd.	Guru Tetap

75	13.357	Edi Sumardi, Lc	Guru Tetap
76	13.358	H. Fadhlan Habibi Harahap, Lc.	Guru Tetap
77	13.361	H. Kautsar Adil Harahap, Lc.	Guru Tetap
78	13.363	H. M. Fadhillah Nasution, Lc.	Guru Tetap
79	13.364	H. Mhd. Mahya Nashuha, Lc.	Guru Tetap
80	13.365	H. M. Yusuf Habibi, Lc.	Guru Tetap
81	13.367	Rizaldi Pulungan, S.Pd.	Guru Tetap
82	13.371	Ahmad Reza Pratama, S.Pd.	Guru Tetap
83	13.372	Jaka Saputra	Guru Tetap
84	13.389	H. Ali Akbar Simbolon, Lc., M.A.	Guru Tidak Tetap
85	13.390	H. Khairul Saleh Harahap, Lc.	Guru Tetap
86	14.395	M. Agus Syahputra	Guru Tetap
87	14.401	Mhd. Dandy Praditia, S.Ak.	Guru Tetap
88	14.416	Khuldi Masykur Daulay, S.E.	Guru Tetap
89	15.427	Muhammad Iqbal, S.E.	Guru Tetap
90	15.429	Ahmad Fuadi, S.Pd.I.	Guru Tetap
91	16.430	Azmal Fakhri Hasibuan, S.H.I.	Guru Tetap
92	16.431	H. Kamaluddin Muhammad Hot Pasi, Lc.	Guru Tetap
93	16.432	H. Syarif Husen, Lc., M.Ag.	Guru Tetap
94	16.433	M. Syihabuddin Nasution, S.E.I.	Guru Tetap
95	16.435	Arief Reza Lajor Pratama Ginting	Guru Tetap
96	16.436	Faisal Khalid Tarigan, S.H.I.	Guru Tetap
97	16.437	Hendra Gunawan	Guru Tetap
98	16.439	Muhammad Ibnu Kholdun	Guru Tetap
99	16.441	Muhammad Rizky Nur Sandy	Guru Tetap
100	16.443	Muhammad Ikhsan Zakwani	Guru Tetap
101	16.444	Muhammad Ilham Koto	Guru Tetap
102	16.446	Satria Tri Utomo	Guru Tetap
103	16.459	Harri Wardana, S.H.	Guru Tetap
104	16.461	H. Muhammad Iqbal, Lc., M.A.	Guru Tetap
105	17.470	Dayfana Anjasmara Selian	Guru Tetap
106	18.488	Afpendi Fahrul Roji Siregar	Guru Tidak Tetap
107	18.489	Dedek Kurniawan	Guru Tidak Tetap
108	18.490	Harik Aziz Faisal	Guru Tidak Tetap
109	18.494	Ridwan Syahaya	Guru Tidak Tetap
110	18.508	Rahmat Faisal Nasution, S. Psi.	Guru Tetap
111	18.511	Zulham Purnama Ridho, S.H.	Guru Tetap
112	19.520	Hasby Ashaba As-Siddiq	Guru Tidak Tetap
113	19.523	Yudi Irawan	Guru Tidak Tetap

114	19.525	Muhammad Alfian Zakarino	Guru Tidak Tetap
115	20.532	Ahmad Mulia Hadomuan	Guru Tidak Tetap
116	20.534	Hafiz Ramadhanu Akbar	Guru Tidak Tetap
117	21.555	M. Naufal Ghazi	Guru Pengabdian
118	21.556	Abil Arqam	Guru Pengabdian
119	21.557	Ahmad Sobri Nasution	Guru Pengabdian
120	21.558	Aqsa Murya Tamiling	Guru Pengabdian
121	21.559	Bhamakerti Eka Nurzani	Guru Pengabdian
122	21.560	Bobby Junior	Guru Pengabdian
123	21.562	Irsyaad Saifullah	Guru Pengabdian
124	21.563	M. Nabil Hanifah Purba	Guru Pengabdian
125	21.564	Maulana Akhyar Hanif	Guru Pengabdian
126	21.565	Muhammad Alfaz Al Khairi	Guru Pengabdian
127	21.566	Muhammad Alwi Muharriri	Guru Pengabdian
128	21.568	Muhammad Rizki Harahap	Guru Pengabdian
129	21.569	Said Tiopan Murtadha	Guru Pengabdian
130	21.570	Husnal Righof Al Hakim	Guru Pengabdian
131	21.571	M. Iqbal Fonanda	Guru Pengabdian

*Sumber data dokumen Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah*

Tabel 4.2. Susunan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan (Ustadzah)  
Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Tahun 2020-2022

NO	NIG	NAMA	STATUS
1	89.016	Dra. Hj. Kasyuliani	Guru Tidak Tetap
2	89.017	Ir. Hj. Rasmalem br. Ginting, S.Pd.	Guru Tetap
3	92.052	Hj. Aisah, S.Ag.	Guru Tetap
4	93.055	Holidah, S.Ag., M.T.H.	Guru Tetap
5	93.058	Faizun Fahmi, M.S.I.	Guru Tetap
6	94.059	Hj. Sarmadiani Rambe, S.E., S.Pd.I.	Guru Tetap
7	94.060	Evarianta Ginting, S.Sos.	Guru Tetap
8	95.062	Tut Wuri Handayani Nasution, S.Pd.I.	Guru Tetap
9	95.065	Evi Norati Jeja Lingga. SE, S.Pd.	Guru Tetap
10	95.066	Hj. Halimah, S.Pd.I.	Guru Tetap
11	95.067	Elvi Yulianti, S.Pd.	Guru Tidak Tetap
12	96.074	Eli Marni, S.H.	Guru Tetap
13	96.077	Hj. Hijrah Ginting, S.Pd.	Guru Tidak Tetap
14	96.092	Ismaini, S.Pd.	Guru Tetap
15	97.080	Siti Rahmah Nasution, S.Pd.I.	Guru Tetap
16	97.083	Evi Linda Nasution, S.Pd.	Guru Tetap

17	97.085	Jawarni, S.Pd.	Guru Tetap
18	97.091	Yusra, S.Pd.	Guru Tetap
19	98.088	Aisyah Tarigan, S.E., S.Pd.I.	Guru Tetap
20	98.093	Sulastri, S.Si.	Guru Tetap
21	98.099	Nurliani, S.S., S.Pd.	Guru Tetap
22	99.109	Rani Silvikana Sembiring, S.Pd.	Guru Tetap
23	00.125	Hj. Zukhairiah Ginting, S.Ag., M.Pd.	Guru Tetap
24	00.126	Dewindarni, S.E., S.Pd.	Guru Tetap
25	01.132	Rini Hartati AR, S.Sos., S.Pd.	Guru Tetap
26	01.135	Sri Wahyuni, S.Pd.	Guru Tetap
27	01.136	Endang Retno Ningsih, S.Pd.I.	Guru Tetap
28	01.137	Ovi Ramadhani, S.Q., S.Pd.I.	Guru Tetap
29	02.145	Ismayati, S.Pd.	Guru Tetap
30	03.156	Darvina Lubis, S.Ag., M.Pd.I.	Guru Tetap
31	03.157	Novita Darni Lubis, S.Pd.	Guru Tetap
32	03.158	Khairul Akmal, S.Pd.	Guru Tetap
33	05.181	Nurahmi Lumban Gaol, M.Farm., Apt.	Guru Tetap
34	05.182	Nashratus Shaifa Sembiring, S.Psi.	Guru Tetap
35	05.184	Herlena, S.Pd., M.Si.	Guru Tetap
36	05.191	Rika Agustina, Lc.	Guru Tetap
37	06.194	Iftah Mawaddah, S.E.	Guru Tetap
38	06.198	Arli Marlina, S.Pd.	Guru Tetap
39	06.201	Nurzannah, S.Ag.	Guru Tetap
40	06.202	Yusra Hayati, M.Si.	Guru Tetap
41	07.213	Suningsih, S.Pd.I.	Guru Tetap
42	07.214	Zulya Sri Astuti Hasibuan, S.Pd.	Guru Tetap
43	07.215	Husnul Amanah, S.Pd.	Guru Tetap
44	07.216	Khulaishah Fajrul Fithri, S.Pd.	Guru Tetap
45	07.239	Irma Handayani Saragih, M.Pd.	Guru Tetap
46	08.243	Masyita Fachri, S.Pd.	Guru Tetap
47	08.247	Sri Wahyuni Br. Bangun, S.Pd.	Guru Tetap
48	09.270	Wilda Netriza, S.Q.	Guru Tetap
49	09.272	Rera Rizki Agustina	Guru Tetap
50	09.275	Henny Maulida, S.Pd.I.	Guru Tetap
51	10.283	Citra Arihta Meliala, S.Pd.	Guru Tetap
52	10.284	Desy Fitriana, S.Si.	Guru Tetap
53	10.285	Hesty Asnita, S.Pd.	Guru Tetap
54	10.286	Ira Madanisa, S.Pd., M.Si.	Guru Tetap
55	10.287	Hj. Maryam Jamilah Batubara, Lc., M.H.I.	Guru Tetap



56	10.290	Fitri Irmayanti br. Manik, Lc.	Guru Tetap
57	10.292	Nela Andira, S.Psi.	Guru Tetap
58	10.296	Dilla Sari, S.Pd.	Guru Tetap
59	10.297	Herlin Nikmah, S.Pd., M.Si.	Guru Tetap
60	10.298	Husnul Fadhillah, S.Pd.	Guru Tetap
61	10.299	Nur Fiddini Permata Sari, S.Pd.	Guru Tetap
62	10.301	Nurhani, S.Pd.	Guru Tetap
63	10.302	Siti Rohana	Guru Tetap
64	11.321	Hj. Martina Siregar, Lc., M.A.	Guru Tetap
65	11.322	Sri Suryani, M.Psi.	Guru Tidak Tetap
66	12.342	Lia Juniyanti Lumban Gaol, S.Farm.	Guru Tetap
67	12.347	Risty Afrina Dwi Putri, S.Pd.	Guru Tetap
68	12.348	Siti Aminah, S.Pd.	Guru Tetap
69	12.351	Welisa, S.Pd.	Guru Tetap
70	13.355	Hendriyani, S.Pd.I.	Guru Tetap
71	13.375	Ade Novita Sari	Guru Tetap
72	13.376	Ari Ningsih, S.Pd.	Guru Tetap
73	13.379	Fitri Randia Ningsih, S.Pd.	Guru Tetap
74	13.380	Fitri Yani Br Karo, S.Pd.	Guru Tetap
75	13.383	Intan Mawaddah Warahmah, S.Pd.	Guru Tetap
76	13.384	Latifah Hidayah Brutu	Guru Tetap
77	13.386	Suni Rahayu Ningsih, S.Farm.	Guru Tetap
78	13.388	Silvi Puji Oktari, S.Pd.	Guru Tetap
79	14.404	Sri Purwani, S.H.I.	Guru Tetap
80	14.406	Fauziah	Guru Tetap
81	14.407	Gita Maylana, S.Pd.	Guru Tetap
82	14.409	Nabila Sahana Nasution, A.Md.	Guru Tetap
83	14.411	Rahma Wita, S.Ag.	Guru Tetap
84	14.412	Rahmadaninta Sembiring, S.Pd.	Guru Tetap
85	14.413	Riska Amelia Nasution, S.Pd.	Guru Tetap
86	14.414	Susi Rezkita Dewi, S.Pd.	Guru Tetap
87	15.422	Dewi Maya Sari, S.Pd.	Guru Tetap
88	15.424	Nuzhatul Husna, S.Pd.	Guru Tetap
89	15.425	Uswatun Hasanah, S.Ag.	Guru Tetap
90	15.428	Nurul Munawaroh Hasanah Saragi, S.Pd.	Guru Tetap
91	16.450	Dita Fadhillah Sitorus	Guru Tetap
92	16.451	Fitri Ade Nastitin	Guru Tetap
93	16.453	Mawaddah Ramadhani	Guru Tetap
94	16.454	May Novita Astri	Guru Tetap

95	16.464	Fakhrunniza AR, S.Si.	Guru Tetap
96	16.465	Nursyaidah, S.Pd.	Guru Tetap
97	17.477	Elaeis Guineensis Jalil Hasibuan, S.E.I.	Guru Tetap
98	17.478	Husnul Aini, S.T.	Guru Tetap
99	17.484	Novia Khairunnisa	Guru Tetap
100	18.496	Cut Dwita Ananda Pinem	Guru Tidak Tetap
101	18.497	Dalia Utari	Guru Tidak Tetap
102	18.498	Dwi Ayu Sastika	Guru Tidak Tetap
103	18.499	Faradillah Zebua	Guru Tidak Tetap
104	18.500	Meutia Az Zahra	Guru Tidak Tetap
105	18.501	Nurmala Br. Kaban	Guru Tidak Tetap
106	18.509	Sofia Hasni Rusady	Guru Tidak Tetap
107	18.510	Chintia Dewi Lathifah, S.Pd.	Guru Tetap
108	18.512	Setia Murti Cahya Niam	Guru Tidak Tetap
109	19.530	Meisya Fauziah	Guru Tidak Tetap
110	19.531	Nabilah Rosyada	Guru Tidak Tetap
111	20.539	Dini Khairunnisa Al-Fath Harahap	Guru Tidak Tetap
112	20.541	Fatimah Azzahra	Guru Tidak Tetap
113	20.542	Herliana Br Hutagaol	Guru Tidak Tetap
114	20.544	Junita Siska Ananda	Guru Tidak Tetap
115	20.545	Khairunnisa Lubis	Guru Tidak Tetap
116	20.546	Miftahul Jannah	Guru Tidak Tetap
117	20.547	Nurhaliza Siagian	Guru Tidak Tetap
118	20.548	Nurul Khattimah Br Perangin-Angin	Guru Tidak Tetap
119	20.549	Silvia Rizki	Guru Tidak Tetap
120	20.550	Siti Hajar Amanah	Guru Tidak Tetap
121	20.551	Syiddik Winny Lumban Gaol	Guru Tidak Tetap
122	20.553	Purwanti	Guru Tidak Tetap
123	20.554	Indah Rosalina Ritonga, S.Pd.	Guru Tidak Tetap
124	21.572	Ishmatud Diniyah, S.Sos.	Guru Pengabdian
125	21.573	Aura Andini Lubis	Guru Pengabdian
126	21.574	Karmila Indah Yani	Guru Pengabdian
127	21.575	Nadya Rizqi Munazzah	Guru Pengabdian
128	21.576	Selvia Wati	Guru Pengabdian
129	21.577	Seri Ani	Guru Pengabdian
130	21.578	Syarifah Sri Hidayah Br Solin	Guru Pengabdian
131	21.579	Qonita Tussyakdiah	Guru Pengabdian
132	21.580	Widya Chantika Tria Amanda	Guru Pengabdian

*Sumber data dokumen Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Tabel 4.2 di atas maka dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia di PP Ar-Raudhatul Hasanah sudah sangat siap melengkapi segala kebutuhan dalam aspek tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan nya. Kesiapan sumber daya manusia di PP. Ar-Raudhatul Hasanah dalam mendidik santri/ wati sangatlah mencukupi, dilihat dari segi tenaga pendikinya sudah memadai, karena memiliki jumlah tenaga pendidik yang cukup, ijazah yang dimiliki sesuai, jumlah mengajar di kelas cukup, dan terdapat juga guru pengabdian yang merupakan alumni pesantren yang baru saja tamat guna untuk mengabdikan kepada pesantren dan menambah pengalaman.

#### **5. Data Santri/wati baru Tahun 2021-2022**

Santri/ wati yang mendaftar ke pesantren Ar-Raudhatul Hasanah mencapai 1000 lebih setiap tahun nya dengan jumlah 800 santri yang di terima untuk dapat menempuh Pendidikan di pesantren, keterangan tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan direktur pesantren, beliau mengatakan bahwa:

pastinya , untuk 2 tahun ini sekitar 800 santri/wati yang diterima dan jumlah pendaftar mencapai 1300 santri/wati”<sup>60</sup>

Penjelasan tersebut sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh bagian kehumasan PP. Ar-Raudhatul Hasanah berikut ini:

untuk target tidak di batasi semua berhak mendaftarkan dirinya ke pesantren Raudhah akan tetapi alhamdulillah pendaftar selalu melebihi yang ekpektasi yang diinginkan dan ini merupakan sebuah berkah juga karena setiap tahun nya pendaftar selalu mencapai ribuan santri dan santriwati, dan untuk membatasi nya tersebut diadakanlah testing

---

<sup>60</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

untuk menjadi santri di pesantren. Untuk tahun ini 800 santri yang diterima oleh pesantren.<sup>61</sup>

Berikut ini adalah table jumlah santri/wati yang diterima pada tahun 2021:

*Tabel 4.3. Data Jumlah Santri/Wati baru tahun 2021*

No	Tingkatan	Jumlah
1	SD Putra	320 Santri
2	SD Putri	325 Santriwati
3	SMP Putra	82 Santri
4	SMP Putri	79 Santriwati
	Total	806 Santri/wati

*Sumber data dokumen PP. Ar-Raudhatul Hasanah*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Tabel 4.3 di atas merupakan jumlah santri yang diterima di PP. Ar-Raudhatul Hasanah tahun 2021 setelah mengikuti seleksi ujian masuk pesantren.

## **B. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian diperoleh dengan melakukan proses wawancara kepada pihak-pihak sekolah yang terkait dengan penelitian, serta melakukan observasi dan studi dokumen. Melaksanakan proses penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tentang: 1) bagaimana manajemen pemasaran pendidikan islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. 2) apa saja kendala dan bagaimana mengatasi kendala pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. 3) bagaimana strategi pesantren dalam memepertahankan eksistensi pendidikan islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

---

<sup>61</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

## **1. Manajemen pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dengan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Terry, “manajemen adalah usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.”

Pemasaran Menurut Kotler, “pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran.” Sedangkan manajemen pemasaran atau marketing adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, serta mengomunikasikan nilai unggul kepada pelanggan.

Dari segi *Product*, produk yang dimaksud disini adalah alumni yang professional, guru-guru yang berkompeten, serta wali kelas yang berpengalaman dan senior. Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah merupakan Lembaga Pendidikan yang berdiri dengan tanah wakaf murni dari masyarakat desa Paya Bundung kota Medan, Setelah melalui proses yang panjang, pada tanggal 18 Oktober 1982, bertepatan dengan peringatan tahun baru Hijriah 1 Muharram 1403 H, dideklarasikanlah pendirian Pesantren Tarbiyah Islamiyah Ar-Raudlatul Hasanah secara resmi. Madrasah dengan sistem pulang hari yang dijalankan Pesantren berkembang pesat. Muridnya selalu bertambah dari tahun ke tahun, baik secara

kuantitas maupun asal daerah mereka. Hal ini tentunya menggembirakan hati para Pengasuh dan Badan Wakaf.

Dengan niat dan tekad yang bulat untuk benar-benar mendirikan pendidikan pesantren secara utuh, pada bulan Juni 1986, dimulailah pendidikan tingkat Kulliyatul Mu'allimin Al-Islamiyah (KMI) dengan jenjang pendidikan selama 6 tahun. Namun program madrasah yang tidak mukim juga masih berjalan hingga tahun 1988.

KMI Ar-Raudlatul Hasanah adalah Sekolah Pendidikan Guru Islam yang model dan kurikulumnya diambil dari KMI Pondok Modern Darussalam Gontor, yang merupakan perpaduan antara Sekolah Normal Islam Padang Panjang dengan model pendidikan pondok pesantren di Jawa. Pelajaran agama, seperti yang diajarkan di beberapa pesantren pada umumnya dengan sistem sorogan, diajarkan di kelas-kelas. Pada saat yang sama, para santri/santriwati sudah wajib tinggal di dalam asrama dengan mempertahankan jiwa dan suasana kehidupan pesantren. Pada periode awal, santriwati masih dititipkan pada keluarga Paya Bundung karena tidak adanya tempat.

Proses pendidikan berlangsung 24 jam. Pelajaran agama dan umum diberikan secara seimbang dalam jangka 6 tahun. Pendidikan keterampilan, kesenian, olahraga, organisasi dan lain-lain merupakan bagian dari kegiatan kehidupan santri/santriwati di Pesantren. Pada saat pembukaan, siswa yang mengikuti program KMI ini berjumlah 9 santri yang tinggal di rumah Ust. Usman Husni dan 6 santriwati yang masih dititipkan di rumah masyarakat/keluarga Paya Bundung. Namun dengan kegigihan pengasuhnya, dan dengan datangnya

beberapa guru lulusan Pondok Modern Darussalam Gontor, sistem KMI yang diinginkan seperti Gontor pun mulai dapat dijalankan dengan efektif dan baik.

Hal ini berpengaruh pada kuantitas dan kualitas santri/santriwati yang selalu meningkat. Guru-guru pengasuh pertama yang datang dari Pondok Modern Darussalam Gontor membantu Ust. Usman Husni antara lain adalah Syahid Marqum, Basron Sudarmanto, Maghfur Abdul Halim (1985), Norman dan Muhammad Bustomi (1986), Rasyidin Bina, Junaidi, dan Sultoni Trikusuma (1987) dan lain-lain.<sup>62</sup>

PP. Ar-Raudhatul Hasanah masih berstatus wakaf dari awal berdiri pada tanggal 18 Oktober 1982 hingga saat ini. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah beliau mengatakan bahwa:

Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah tetap berstatus wakaf dari awal berdiri hingga hari ini, dan dapat kita lihat tulisan besar di awal Ketika memasuki pesantren terdapat “selamat datang di bumi wakaf” dengan adanya tulisan tersebut maka menyatakan bahwa pesantren Ar-Raudhatul Hasanah berstatus wakaf.<sup>63</sup>

Saat ini alumni pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sudah mencapai alumni Angkatan yang ke-30 dan sekarang mencapai sekitar ribuan santri yang sudah menjadi alumni pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dari berbagai tempat di Indonesia maupun di luar negeri. Pernyataan tersebut sesuai dengan wawancara peneliti dengan Wakil Direktur Pesantren.

---

<sup>62</sup> <https://raudhah.ac.id/>, diakses pada tanggal 13 February 2022, pukul 22:55 WIB.

<sup>63</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Untuk saat ini alumni pesantren saat ini sekitar belasan ribu karena untuk setiap tahun nya alumni perangkatan itu mencapai 300 sampai 400 an santri/wati.<sup>64</sup>

Peranan penting dari manajemen pemasaran pendidikan adalah strategi untuk keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan. Bertolak ukur dari kebutuhan dan keinginan konsumen (siswa dan wali murid) manajemen pemasaran pendidikan harus mampu memperkirakan sekaligus mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat yang memuaskan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini menuntut lembaga pendidikan supaya mampu bersaing dalam memasarkan jasa pendidikan. Fasilitas yang memadai mendukung suatu lembaga mampu memasarkan jasa pendidikan dengan baik, dengan begitu mutu lembaga pendidikan akan semakin baik dan kuantitas peserta didik akan bertambah. Namun bila lembaga pendidikan kurang kuat dalam memasarkan pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan kuantitasnya. manajemen pemasaran pendidikan Islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah meliputi kegiatan perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi..

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan kegiatan yang dipercayakan kepada bagian sekretaris pesantren Ar- Raudhatul Hasanah, dan Adapun manajemen perencanaan pemasaran yang digunakan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah untuk mempertahankan eksistensi pendidikan Islam yaitu:

---

<sup>64</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.



- a. Menetapkan tujuan pemasaran : seperti, mendapat siswa yang berprestasi dan berakhlak mulia
- b. Mampu menjalin hubungan yang baik antara pesantren dan wali santri
- c. Memiliki brand pesantren yang dapat dipercaya dan dikenal baik oleh wali santri dan masyarakat
- d. Menganalisa market Pendidikan
- e. Mengatur pola promosi
- f. Menentukan strategi pemasaran dengan 4P yaitu *product, price, place, promotion.*
- g. Membuat prosedur, mengadakan rapat, memebentuk tim, Menyusun agenda kegiatan, membagi tugas, konsep pembiayaan.
- h. Mengadakan perkumpulan bulanan untuk bagian humas
- i. Menentukan kewajiban setiap anggota humas seperti bagian dokumentasi, bagian berita, bagian desain, dan bagian publikasi
- j. Mencetak brosur pendaftaran setiap tahunnya
- k. Membentuk panitia penerimaan santri baru
- l. Mensterilkan tempat pendaftaran

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan direktur pesantren Ar-Raudhatul Hasanah, beliau mengatakan:

bila kita kembali lagi ke defenisi pemasaran, maka perencanaan pemasaran Pendidikan yaitu bagaimana kita bisa menggandrungi konsumen, bagaimana kita membaca market, bagaimana pola promosi, dan sebagainya dan setiap Lembaga pasti punya visi dan misi, orang bergerak berdasarkan visi misi itu maka dia akan memasang strategi-strategi, saya kira tidak berbeda juga dari lembaga- lembaga yang lain, kita punya planing , assisment,

analisa. Pesantren juga tidak lepas dari manajemen, Islam kan manajemen nya kuat. Begitu juga manajemen di pesantren ar-raudhatul hasanah, manajemen nya kuat, jadi bila dikatakan manajemen pemasaran ya bagaimana kita melakukan pendekatan ke masyarakat dan wali murid.<sup>65</sup>

Penjelasan tersebut sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh bagian kehumasan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah berikut ini:

pada setiap bulan nya khusus kepala bidang mengadakan perkumpulan membahas masalah perkembangan pesantren, dan khususnya bagian humas di dalamnya terdapat lagi beberapa bagian seperti: dokumentasi, berita, desain, dan publikasi.<sup>66</sup>

Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dalam memasarkan pendidikan Islam menggunakan beberapa bentuk pemasaran seperti:

- a. Melalui media social
- b. Melalui lisan antar lisan misalnya melalui alumni pesantren
- c. Melalui acara-acara besar pesantren seperti perpulangan konsulat, rihlah iqtisadiyah kelas 6 KMI, Panggung gembira, Drama Arena, dll.

Pernyataan di atas sesuai dengan hasil wawancara dengan bagian kehumasan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah berikut ini:

Di dalam pesantren dan bagian humas itu ada pelatihan untuk mempromosikan melalui medsos seperti Instagram, website, you tube, dan lainnya. Jadi bentuk pemasarannya ada menggunakan media social dan lisan antar lisan melalui alumni-alumni pondok dan wali-wali santri serta acara-acara besar pesantren seperti perpulangan konsulat dan rihlah iqtisadiyah kelas 6 KMI.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>66</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

<sup>67</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren

Dan dari segi pelaksanaan pemasaran pendidikan Islam Adapun beberapa penerapan dan kegiatan yang menjadi bagian dari strategi pemasaran pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan bagian kehumasan pesantren sebagai berikut:

Ketika brosur selesai dibuat akan disebarakan melalui Instagram resmi, dan pada website pesantren juga dijelaskan langkah-langkah untuk pendaftaran anak untuk memudahkan wali santri yang kurang mengerti dan meletakkan nomor hp bagian humas untuk dihubungi. Dan IKRH juga ikut menyebarkan melalui grup- grup alumni, dan ada juga acara-acara seperti perpulangan konsulat dan rihlah kelas VI. Gunanya untuk menjalin silaturahmi, karena silaturahmi juga bagian dari strategi pemasaran Pendidikan.<sup>68</sup>

Pernyataan diatas dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan direktur pesantren beliau mengatakan:

Proses pelaksanaan pemasaran terdapat dua metode yaitu dengan cara langsung dan secara tidak langsung Secara langsung seperti Melalui social media seperti: Instagram,youtube, website, menyebarkan brosur pendaftaran setiap tahun nya, mengenalkan pesantren melalui acara- acara melalui santri dan satriwati Ketika perpulangan konsulat, mengadakan acara besar pesantren seperti PG dan DA, mengadakan acara workshop, mengadakan rihlah iqtisadiyah bagi kelas 6 KMI, menjalin komunikasi yang baik dengan wali santri. Dan secara tidak langsung seperti, melalui alumni- alumni pesantren, melalui wali santri, melalui dakwah-dakwah ustadz di luar pesantren.<sup>69</sup>

Selain itu pesantren juga mengadakan kegiatan pemasaran diperkumpulan orang banyak. Hal tersebut di jelaskan oleh Direktur pesantren.

---

<sup>68</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren

<sup>69</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Pesantren melakukan kegiatan pemasaran diperkumpulan orang banyak tetapi secara tidak langsung, seperti silaturahmi perpulangan konsulat, secara tidak langsung acara ini adalah pelaksanaan pemasaran diperkumpulan orang banyak, tetapi dengan konsep silaturahmi, gunanya adalah untuk membangun kepercayaan orang-orang di sekitar terhadap produk yang kita punya, dan contoh lainnya adalah seperti guru yang mempunyai potensi tampil di acara tertentu.<sup>70</sup>

Maka dari semua pernyataan di atas dapat disimpulkan pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah terdapat dua metode yaitu dengan cara langsung dan secara tidak langsung:

1) Secara langsung

- a. Melalui social media seperti: Instagram, youtube, website
- b. Menyebar brosur pendaftaran setiap tahunnya
- c. Menyebarkan ke grup-grup IKRH daerah
- d. Mengenalkan pesantren melalui acara-acara melalui santri dan satriwati ketika perpulangan konsulat
- e. Mengadakan acara besar pesantren seperti PG dan DA
- f. Mengadakan acara workshop
- g. Mengadakan rihlah iqtisadiyah bagi kelas 6 KMI
- h. Menjalin komunikasi yang baik dengan wali santri

2) Secara tidak langsung

- a. Melalui alumni-alumni pesantren
- b. Melalui wali santri
- c. Melalui dakwah-dakwah ustadz di luar pesantren

---

<sup>70</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

d. Guru yang memiliki potensi tampil di acara tertentu

Dan segala proses kegiatan di atas langsung diawasi oleh Direktur pesantren pernyataan berikut sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Direktur pesantren.

Setiap kegiatan di pesantren Ar- Raudhatul Hasanah selalu dalam pengawasan Direktur pastinya, dalam hal pengawasan bukan hanya dari segi pemasaran saja akan tetapi seluruh kegiatan baik ustadz/ustadzah maupun kegiatan santri dibawah kepengawasan saya.<sup>71</sup>

Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan bagian kehumasan pesantren

Untuk setiap kegiatan terkhususnya pemasaran langsung dalam pengawasan Direktur pesantren. Setiap berita yang ingin dipublikasi harus mendapat izin dari direktur terlebih dahulu tidak semua informasi bisa langsung dipublikasikan.<sup>72</sup>

Santri/ wati yang mendaftar ke pesantren Ar-Raudhatul Hasanah mencapai 1000 lebih setiap tahun nya dengan jumlah 800 santri yang di terima untuk dapat menempuh Pendidikan di pesantren, keterangan tersebut dijelaskan dengan hasil wawancara peneliti dengan direktur pesantren, beliau mengatakan bahwa:

“pastinya , untuk 2 tahun ini sekitar 800 santri/wati yang diterima dan jumlah pendaftar mencapai 1300 santri/wati”<sup>73</sup>

Penjelasan tersebut sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh bagian kehumasan PP. Ar-Raudhatul Hasanah berikut ini:

---

<sup>71</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>72</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekertaris pesantren

<sup>73</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

untuk target tidak dibatasi semua berhak mendaftarkan dirinya ke pesantren Raudhah akan tetapi alhamdulillah pendaftar selalu melebihi yang ekpektasi yang diinginkan dan ini merupakan sebuah berkah juga karena setiap tahun nya pendaftar selalu mencapai ribuan santri dan santriwati, dan untuk membatasinya tersebut diadakanlah testing untuk menjadi santri di pesantren. Untuk tahun ini 800 santri yang diterima oleh pesantren.<sup>74</sup>

Berikut ini adalah table jumlah santri/wati yang diterima pada tahun 2021:

Tabel 4.4. Data Jumlah Santri/Wati baru tahun 2021

No	Tingkatan	Jumlah
1	SD Putra	320 Santri
2	SD Putri	325 Santriwati
3	SMP Putra	82 Santri
4	SMP Putri	79 Santriwati
	Total	806 Santri/wati

*Sumber data dokumen PP. Ar-Raudhatul Hasanah*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Tabel 4.3 di atas merupakan jumlah santri yang diterima di Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah tahun 2021 setelah mengikuti seleksi ujian masuk pesantren.

Dari segi *Place* menurut hasil observasi peneliti sudah sangat kondusif dan memenuhi kebutuhan ustadz/ustadzah dan santri/wati pesantren, hal tersebut dikuatkan dengan wawancara peneliti dengan Wakil Direktur pesantren.

Lingkungan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah menurut kami sudah sangat kondusif, dikatakan kosndusif karena kami bisa melakukan kegiatan Pendidikan kami sesuai prosedur yang telah dibuat, dan apakah ada hambatan-hambatan dari luar? Sampai hari ini tidak ada, semua nya aman dari segi lingkungan.<sup>75</sup>

<sup>74</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

<sup>75</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Selain tempat yang kondusif faktor pendukung lainnya dalam hal perkembangan pesantren yaitu adalah guru-guru yang kompeten dan wali kelas yang sudah berpengalaman dan senior, hal tersebut disampaikan Wakil Direktur pesantren dalam wawancara dengan peneliti.

Selain tempat yang kondusif faktor guru-guru berpengaruh besar terhadap perkembangan Pendidikan pesantren, apabila guru nya tidak benar maka pesantren tersebut tidak akan bisa berkembang.<sup>76</sup>

Dari segi sarana dan prasarana juga sudah memenuhi akan tetapi menurut direktur pesantren masih kekurangan sarana dan prasarana di bidang ekstrakurikuler seperti sarana olahraga dan pengembangan minat. Hal tersebut disampaikan oleh Wakil Direktur pesantren dalam wawancara dengan peneliti.

belum, dari segi fisik belum memadai seperti sarana olahraga, pengembangan minat, kalau dari segi Pembelajaran alhamdulillah sudah memadai. Karena pesantren tidak hanya memikirkan perkembangan otaknya saja, badannya juga merupakan bagian yang memang harus diurus, dan semua yang terkait dengan kehidupan nya 24 jam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.<sup>77</sup>

Dari segi *Promosi* pesantren tidak melakukan promosi khusus akan tetapi lebih ke pelayanan terhadap konsumen guna untuk membangun komunikasi serta kepercayaan konsumen terhadap lembaga pesantren. Pesantren tidak melakukan endorse dalam hal promosi, bagian kehumasanlah yang menjadi inti utama dalam hal komunikasi dan relasi bagi pesantren. Yang menjadi promotor pesantren adalah santri dan wali santri itu sendiri. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Direktur pesantren.

---

<sup>76</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>77</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Kita tidak ada promosi khusus seperti endorse, menetapkan guru-guru di berbagai daerah untuk mempromosikan pesantren dan sebagainya dan kita tidak ada dana promosi, yang ada itu membangun komunikasi dengan wali santri. Pesantren hanya mengandalkan humas yang membangun komunikasi secara terbuka dengan wali santri yang dia bisa diakses kapan saja, ya kalau ditanya siapa promotornya, promotornya adalah santri dan wali santri. Dan kita di sini tidak ada bagian pemasaran, kehumasan itu adalah sesuatu yang normal pada setiap institusi karena setiap institusi pasti membutuhkan publikasi untuk semua stakeholder yang ada, tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan terhadap apa yang dilakukan di pesantren, karena pesantren besar karena kepercayaan konsumen bukan karena adanya bonus.<sup>78</sup>

Dan dari segi *Price*, pesantren menerapkan budaya “Dari kita untuk kita” karena pesantren berdiri dari tanah wakaf yang pada dasarnya tidak memiliki donator tetap atau investor dan sebagainya. Pesantren menetapkan sistem pembayaran SPP perbulan, yang mana pesantren mengharuskan santri/wati untuk membayar SPP setiap bulannya ke bagian bendahara pesantren. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Direktur pesantren.

pembiayaan dari santri, yaitu SPP perbulannya, dan dalam 3 tahun terakhir ini conditional/ tidak ada peningkatan SPP. Pesantren menerapkan budaya dari kita untuk kita, kita berkembang karena seluruh isi pesantren bukan karena orang lain.<sup>79</sup>

Pesantren juga memberi keringanan kepada santri/wati nya yang telah meninggal orangtuanya (yatim/piatu) dan bagi yang kurang mampu, pesantren memberi keringanan berupa pengurangan uang SPP perbulannya, dan pemberian uang jajan atau infaq. Dan bagi yang kurang mampu bisa mengajukan diri ke

---

<sup>78</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>79</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.



bagian bendahara pesantren untuk pertimbangan pengurangan SPP perbulannya. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Direktur pesantren.

Pesantren memberi keringanan SPP bagi anak yang sudah meninggal orang tuanya (yatim) berupa keringanan SPP dan ada uang jajan untuk mereka dari pesantren, dan untuk yang kurang mampu diharuskan untuk mengurus keringanan uang SPP karena harus dicek terlebih dahulu kondisi keluarganya.<sup>80</sup>

## **2. Kendala dan cara mengatasi kendala pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Dapat diketahui bahwa dalam manajemen pemasaran pendidikan tidak selamanya berjalan dengan baik dan berhasil. Ada kalanya kegiatan mengalami gangguan yang diakibatkan beberapa kendala. Dan setiap kendala pasti mempunyai solusi dan strategi untuk mengatasi kendala tersebut.

Setiap lembaga atau instansi pasti tidak luput dari kendala dan penghambat, maka dari itu seorang pemimpin suatu lembaga harus lah memiliki strategi dalam meminimalisir kendala yang ada dalam organisasinya. Meminimalisir berarti memperkecil atau bahkan menghilangkan dan memberikan solusi dari setiap permasalahan yang ada dalam manajemen pemasaran.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Wakil Direktur pesantren Ar-Raudhatul Hasanah, mengatakan bahwa:

Di dalam pendidikan ini kami tidak pernah merasa ada persaingan dan perebutan siswa jadi saya tidak menganalisis hambatan itu terlalu lama paling yang menghambat ada orang tua yang tidak puas dengan yang ada, apa yang dilakukan pesantren untuk orang

---

<sup>80</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

tua yang tidak puas? Ya pesantren hanya bisa diam saja karena tidak bisa dipaksakan untuk puas dengan keadaan pesantren.<sup>81</sup>

Dari pernyataan Direktur Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah di atas menyatakan bahwa dalam segi perekrutan peserta didik pesantren tidak mengalami kesusahan di bagian tersebut. Dalam pendidikan pesantren yang menjadi hambatan adalah adanya orang tua yang tidak tau bagaimana pendidikan pesantren dan mereka merasa tidak puas dengan cara pendidikan pesantren. Yang menjadi inti dari pendidikan pesantren adalah kepercayaan, apabila orang tua tidak percaya maka pesantren tidak bisa memaksakan kehendak orang tua tersebut untuk paham bagaimana itu pendidikan pesantren.

Dan Adapun kendala dari segi perencanaan dan pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan Islam berikut sesuai hasil wawancara peneliti dengan Wakil Direktur pesantren.

Kalau dari segi perencanaan dan pelaksanaan ada beberapa hambatan teknis seperti brosur yang telat, aplikasi yang tidak lancer, terkadang terjadi miss komunikasi dalam penyampaian informasi. dan solusinya adalah menyelesaikannya karena itu hanya masalah-masalah kecil.<sup>82</sup>

Dan bagian kehumasan menambahkan beberapa kendala seperti hasil wawancara peneliti berikut.

Kendala pastinya ada ya seperti terkadang ada wali santri yang menelpon diwaktu yang tidak tepat, seperti pada tahun lalu karena

---

<sup>81</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>82</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

pesantren baru-baru menerapkan system online kami sempat kewalahan karena kekurangan orang yang mahir dalam IT.<sup>83</sup>

Dari pernyataan bagian kehumasan maka dapat disimpulkan beberapa kendala dalam hal manajemen pemasaran pendidikan yaitu:

- a. Hambatan teknis seperti brosur yang terlambat
- b. Aplikasi yang tidak lancar
- c. Kadang terjadi miss komunikasi dalam penyampaian informasi
- d. kendala via telepon seperti ,terkadang ada tamu yang menelpon diwaktu yang kurang tepat
- e. kendala pada pendaftaran online seperti kekurangan orang yang mahir dalam IT

Adapun strategi yang digunakan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan bagian kehumasan, mengatakan bahwa.

Alhamdulillah setiap kendala bisa dihandle dan dikondisikan dengan baik seperti menambah orang dalam perekrutan panitia serta mengkader pada yang ahli di bidang tersebut.<sup>84</sup>

Strategi yang digunakan pesantren untuk mengatasi hambatan yang terjadi pada perencanaan dan pelaksanaan pemasaran pendidikan adalah dengan mengkaderkan suatu hal kepada yang ahli, seperti apabila ada yang mahir pada bidang IT maka akan diserahkan kepada yang ahli bidang IT.

---

<sup>83</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

<sup>84</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

Berikut nya dari segi *Promosi*. Kendala dari segi promosi yaitu masih ada orang tua yang belum tau bagaimana pendidikan di pesantren itu, dan pihak pesantren tidak mungkin mengupload seluruh kegiatan yang ada dari setiap sudut di pesantren di media social. Seperti yang dikatakan oleh bagian kehumasan pesantren.

Kendalanya ya mungkin masih ada yang tidak tahu bagaimana sih pendidikan di pesantren itu, apabila mengandalkan you tube atau Instagram masih agak kurang untuk mengupload pembelajaran dari awal sampai selesai. Jadi untuk mengetahui pembelajaran pesantren itu harus dirasakan sendiri karena tidak mungkin mengupload dari awal sampai akhir pembelajaran. dan cara yang kami lakukan untuk orang tua yang ingin mengetahui bagaimanasih kehidupan di pesantren tersebut, yaitu dengan memposting status di Instagram atau lewat you tube pesantren setiap ada acara atau kegiatan besar pesantren seperti Porseni, Leangue Expo, PG dan DA, dan lain-lainnya, serta tidak lupa pula mempositng kegiatan di sore hari misalnya di lapangan, atau saat jam sekolah di perpustakaan.<sup>85</sup>

Sebagaimana pernyataan bagian kehumasan pesantren di atas ada beberapa cara untuk mengatasi hal tesebut strategi yang dilakukan pesantren adalah dengan cara mengupload acara-acara dan kegiatan besar pesantren serta selalu mengupload kegiatan sehari-hari di satu tempat seperti sore hari di lapangan bola kegiatan anak sedang bermain bola, atau di saat jam sekolah di perpustakaan pesantren. Dan hal yang terpenting adalah dengan merasakannya sendiri bagaimana kehidupan pesantren itu.

Adapun kendala pemasaran berikutnya yaitu dari segi *Price*. Karena peserta didik pesantren bukan hanya dari kota saja akan tetapi ada juga yang dari

---

<sup>85</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

daerah perkampungan sehingga masih ada di daerah-daerah tertentu yang sistem perbankan itu tidak dapat diakses sehingga tidak bisa mengirim pembiayaan SPP lewat bank. Dan juga karena di masa pandemik Covid-19 ada orang tua yang ekonominya terhambat atau ada yang terkena bencana sehingga tidak mampu membayar SPP bulanan. Seperti yang dikatakan Wakil Direktur pesantren.

Mungkin di daerah tertentu perbankan tidak bisa diakses dan karena covid kadang-kadang ada orang tua yang ekonominya terhambat atau ada yang terkena bencana untuk saat ini tantangan nya di situ adalah 15 sampai 30 persen agak berat tapi masih bisa tercover insyaallah. Ya solusi nya pesantren tetap memberikan hak nya walaupun dia belum bayar sampai orang tua nya bisa mengirimkan uang SPP nya, hanya itu yang bisa dilakukan pesantren.<sup>86</sup>

Berikutnya adalah kendala pesantren dari segi *Product*. Seperti yang kita ketahui pesantren Ar-Raudhatul Hasanah telah berdiri dari tahun 1982 dan berkembang hingga sekarang. Dan yang menjadi kendala adalah perspektif setiap orang, baik itu pemerintah, orang tua, masyarakat, dan diri mereka sendiri. Perspektif yang memandang bahwa anak lulusan pesantren bisa menjadi liberal, atau perspektif yang menganggap bahwa anak lulusan pesantren hanya lah bisa menjadi ustadz, perspektif yang salah itu lah yang menjadi hambatan bagi lulusan pesantren di luar sana, seperti hasil wawancara peneliti dengan Wakil Direktur pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Produk dari pendidikan itu adalah alumninya, dan yang menjadi hambatan bagi alumni- alumni pesantren di luar sana adalah perspektif atau sudut pandang kepada diri nya sendiri yang menganggap bahwa anak pesantren hanya bisa menjadi ustadz serta perspektif pemerintah dan masyarakat yang menanggapi bahwa

---

<sup>86</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

anak pesantren bisa liberal. Kita tidak bisa menyalahkan perspektif orang lain, karena setiap orang mempunyai perspektif masing-masing, perspektif itulah yang menjadi hambatan bagi produk pendidikan pesantren.<sup>87</sup>

Dan berikut solusi yang dikatakan oleh Wakil Direktur pesantren sesuai dengan hasil wawancara dengan peneliti.

Solusinya adalah dengan membuktikan bahwa alumni pesantren itu bisa apa saja, buktinya alumni pesantren ini sudah ada yang menjadi abdi negara, ada yang jadi pengusaha besar, pembisnis online, lawyer, dan sebagainya. itulah guna nya tujuan leadership dan keagamaan yang diterapkan oleh pesantren Ar-Raudhatul Hasanah kepada santri/wati nya.<sup>88</sup>

Dalam hal ini juga Wakil Direktur menekankan bahwa tindakan yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi pesantren adalah dengan membangun kepercayaan masyarakat serta orang tua dan mempertahankan kualitas output serta mempertahankan integrasi pesantren. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Wakil Direktur Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Apapun dilakukan, karena kita tidak mau pesantren ini berubah menjadi bisnis jadi untuk mempertahankan eksistensinya adalah membangun kepercayaan masyarakat dan mempertahankan kualitas output, walaupun terkadang orang mengukur output ini dari perspekti-perspektif yang berbeda, indikatornya adalah pendaftar tidak pernah di bawah ekspektasi, karena sudah 10 tahun tidak pernah di bawah 1200 pendaftar alhamdulillah selalu di atas 1200 pendaftar.<sup>89</sup>

Berdasarkan data-data yang peneliti dapatkan melalui teknik observasi, wawancara, dan studi dokumen di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa ada beberapa kendala pada manajemen pemasaran pendidikan di pesantren Ar-

---

<sup>87</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>88</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>89</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Raudhatul Hasanah dari segi perencanaan, pelaksanaan, *promosi*, *price*, dan *product*, dan semua kendala tersebut dapat diatasi dengan baik oleh pihak pesantren.

### **3. Strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Eksistensi pendidikan pesantren jika dianalisis dengan teori struktural fungsional yang digagas oleh Talcott Parsons dengan mengemukakan bahwa agar sistem organisasi sosial dapat bertahan (*survive*) maka sistem harus memiliki empat hal yang disebut dengan AGIL: *Adaptation* (adaptasi), *goal attainment* (mempunyai tujuan), *integration* (integrasi), *latency* (pemeliharaan pola).

Untuk *Adaptation*(adaptasi) yang dimaksud di sini adalah bagaimana pihak pesantren beradaptasi dengan kurikulum pendidikan di era modern saat ini, dan adapun hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren

Manajemen itu kan mempunyai dinamika, jadi walaupun kurikulum KMI merupakan kurikulum lama dalam tahap pelajaran kami selalu memberikan yang up to date atau yang terbaru, kita juga tidak boleh tertinggal zaman, karena Islam memiliki solusi di setiap zaman, berarti kita juga harus mengikuti zaman juga dulu haji masih ditempuh jalan kaki, dan sekarang sudah menggunakan pesawat, jadi kalo ilmu ini berkembang pendidikan Islam juga harus berkembang secara berpikir, jadi kita menyesuaikan dengan kurikulum kita yang memang dia update, raudhah juga mengikuti perkembangan masa, begitu juga dengan manajemen kita.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Pihak pesantren selalu beradaptasi dan mengevaluasi kurikulum dari tahun ketahunnya guna untuk mengupdate mata pelajaran, Teknik mengajar yang sesuai dengan kebutuhan santri/watinya.

Berikutnya adalah goal attainment (mempunyai tujuan), yang dirangkum pada visi dan misi pesantren. Adapun visi dan misi Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah yaitu:

a. Visi

Menjadikan lembaga Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah sebagai lembaga kaderisasi dan layanan masyarakat yang bermutu, semata-mata untuk ibadah kepada Allah SWT dan mengharap ridho-Nya serta implementasi fungsi khalifah Allah di muka bumi.

b. Misi

1. Mendidik individu-individu yang menguasai bekal-bekal dasar keulamaan, kepemimpinan dan keguruan serta mau dan mampu mengembangkannya sampai ke tingkat yang paling optimal.
2. Mempersiapkan generasi yang unggul dan berkualitas menuju terbentuknya generasi khaira ummah.
3. Membentuk generasi mutafaqqih fi ad-din serta memiliki tradisi-tradisi intelektual yang positif dan responsif terhadap perkembangan dan tuntutan zaman, menuju terciptanya learning society.
4. Mendidik dan membentuk generasi yang berkepribadian IQRA ('Ilmy, Qur'any, Rabbany dan 'Alamy) yang siap



mengamalkannya di tengah-tengah masyarakat dengan ikhlas, cerdas dan beramal. Iqra memadukan antara aspek pikir ('ilmy 'alamy) dan aspek zikir (qur'any rabbany) yang teraktualisasikan dalam intelegensia dan moralitas yang relegius.<sup>91</sup>

Selanjut nya adalah integration (integrasi) yaitu integrasi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan islam yang membangun kepercayaan masyarakat, wali-wali santri, serta seluruh rakyat Indonesia, dan mempertahankan kualitas alumni-alumninya. Santri di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah terdiri dari berbagai penjurur, bahkan ada yang dari luar negeri. Dan begitu juga dengan alumninya ada yang yang melanjutkan pendidikan nya di luar negeri, yang berperan penting pada integrasi adalah bagian kehumasan yang mengatur social pesantren baik di dalam pesantren ataupun di luar pesantren seperti hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren :

Pesantren akan melakukan apapun untuk mempertahankan eksistensi pendidikan Islamnya, karena kita tidak mau pesantren ini berubah menjadi bisnis jadi untuk mempertahankan eksistensinya adalah membangun kepercayaan masyarakat dan mempertahankan kualitas output, walaupun terkadang orang mengukur output ini dari perspekti-perspektif yang berbeda, indikator nya adalah pendaftar tidak pernah di bawah ekspektasi, karena sudah 10 tahun tidak pernah di bawah 1200 pendaftar alhamdulillah selalu diatas 1200 pendaftar”<sup>92</sup>

Yang terakhir adalah latency (pemeliharaan pola), dalam pemeliharaan pola pesantren berpegang teguh pada Visi dan Misi, Panca Jiwa, dan Motto Pesantren pesantren yang telah ditetapkan. Pihak pesantren dalam

---

<sup>91</sup> <https://raudhah.ac.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:43 WIB.

<sup>92</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

mempertahankan eksistensi pendidikan Islam siap melakukan apa saja demi kemajuan pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. Karena pada dasarnya pesantren berstatus bumi wakaf dan dari situlah terbentuk nya jiwa kebersamaan dan persaudaraan yang kuat antara pimpinan pesantren, ustadz/ustadzah, dan santri/wati sehingga memiliki satu visi dan misi yaitu untuk memajukan pondok, pengkaderisasian dengan berlandaskan Panca Jiwa dan Motto Pesantren, Pola tersebut lah yang membuat pesantren dapat terus berkembang setiap tahunnya. seperti yang dikatakan oleh ustadz bagian kehumasan sebagai berikut:

jadi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah terdapat panca jiwa dan motto pesantren, selama itu dijalankan insyallah pesantren akan terus bertahan dan berkembang setiap tahunnya, dan juga ada namanya panca jangka, salah satunya yaitu Kaderisasi, jadi kenapa tetap berdiri kokoh ? ya karena kaderisasi tersebut lah membuat raudhah bertahan dan berdiri tegak dari masa ke masa. Kaderisasi itu dibentuk bertujuan untuk menyatukan tujuan yaitu satu visi dan misi.<sup>93</sup>

Tentunya bagi setiap pondok pesantren memiliki hambatan dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pondoknya akan tetapi salah satunya adalah perspektif orang yang berbeda-beda sehingga ada yang menganggap bahwa pesantren adalah liberal dan sebagainya. Seusai dengan hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren beliau mengatakan:

Untuk sebuah pesantren pada awal berdirinya pasti banyak hambatan dalam proses pendidikan nya seperti sarana dan prasarana, lingkungan, komunikasi dengan masyarakat, dan perspektif orang yang berbeda-beda ada yang menganggap pesantren liberal dan lain-lainnya, dan insyaallah pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sudah melalui masa-masa tersebut dan yang sampai sekarang masih ada yaitu salah satunya dengan pemerintah,

---

<sup>93</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

karena setiap orang mempunyai perspektif masing-masing, perspektif itulah yang menjadi hambatan bagi pondok.<sup>94</sup>

Dan beliau juga mengatakan bahwa solusi untuk masalah tersebut adalah:

Solusi nya adalah dengan membuktikan bahwa alumni pesantren itu bukan liberal atau sesatikan tetapi alumni pesantren bisa apa saja, itulah guna nya tujuan pesantren membentuk jiwa dan mental leadership dan keagamaan di dalam diri tiap-tiap santri/wati di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.<sup>95</sup>

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang membahas tentang Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan dengan cara Observasi, Dokumentasi, dan Wawancara maka peneliti ingin membahas sebagai berikut:

#### **1. Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat planning, actuating, pengendalian jasa pendidikan yang terkandung pada pertukaran yang bertujuan menghasilkan satisfaction bagi pihak-pihak terkait. Konsep manajemen pemasaran pendidikan disini mengambil konsep dari manajemen dalam bidang marketing economics. Pengambilan konsep tersebut karena dirasa lembaga pendidikan merupakan produk yang melayani jasa.<sup>96</sup>

---

<sup>94</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>95</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>96</sup> Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 5.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari seorang tokoh yaitu W.J Stanton. Dia mendefinisikan

Pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memberi kepuasan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.<sup>97</sup>

Ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan pelanggan. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pelanggan. Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi 4 aktivitas penting yang sering disebut 4P dalam pemasaran: *Product, Price, Place* dan *Promotion*.<sup>98</sup>

Manajemen pemasaran pendidikan termasuk dalam produk layanan jasa, karena disini pihak lembaga pendidikan memberikan pelayanan jasa dibidang pendidikan. Perlu adanya sebuah pengelolaan dalam memasarkan jasa pendidikan agar rencana yang sudah ditentukan di awal mampu berjalan sesuai yang diharapkan oleh seluruh pihak lembaga pendidikan. Penerapan manajemen pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan bisa dikatakan sudah terlaksana sesuai yang direncanakan.

Untuk kegiatan penting dari tokoh pertama product. W.J Stanton mendefinisikan product sebagai berikut:

---

<sup>97</sup> Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 26.

<sup>98</sup> Mursid, M. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),h. 26

Product ialah segala hal yang berkenaan dengan penentuan barang atau jasa yang ditawarkan dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen<sup>99</sup>

Ini sejalan dengan yang dilakukan pihak madrasah yang pertama mengenai produk. produk yang dimaksud disini lulusan yang profesional, guru yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Pesantren Ar-Raudhatul hasanah merupakan lembaga pendidikan yang berdiri dengan tanah wakaf murni dari masyarakat desa Paya Bundung kota Medan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah beliau mengatakan bahwa:

Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah tetap berstatus wakaf dari awal berdiri hingga hari ini, dan dapat kita lihat tulisan besar di awal Ketika memasuki pesantren terdapat “selamat datang di bumi wakaf” dengan adanya tulisan tersebut maka menyatakan bahwa pesantren Ar- Raudhatul Hasanah berstatus wakaf.<sup>100</sup>

Saat ini alumni pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sudah mencapai alumni Angkatan yang ke- 30 dan sekarang meencapai sekitar ribuan santri yang sudah menjadi alumni pesantren Ar-Raudhtul Hasanah dari berbagai tempat di Indonesia maupun di luar negeri. Pernyataan tersebut seusai dengan wawancara peneliti dengan Wakil Direktur pesantren.

Untuk saat ini alumni pesantren saat ini sekitar belasan ribu karena untuk setiap tahun nya alumni perangkatan itu mencapai 300 sampai 400 santri/wati.<sup>101</sup>

Dan jumlah santri yang sedang mondok di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah keseluruhan nya sekarang dari kelas 1 sampai dengan kelas 6 berjumlah

---

<sup>99</sup> Mursid, M. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),h. 26.

<sup>100</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>101</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

3.568 santri dan santri wati hal tersebut sesuai dengan hasil data yang di berikan oleh sekretaris direktur pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. berikut adalah data seluruh santri pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Tabel 4.5. Jumlah Santri/Wati tahun 2022.

Kelas	Jumlah
Kelas I	629
Kelas I Int	154
Kelas 2	551
Kelas 3	600
Kelas 3 Int	132
Kelas 4	449
Kelas 5	544
Kelas 6	509
Total	3.568

*Sumber data dokumen PP. Ar-Raudhatul Hasanah*

Dalam hal ini yang dilakukan madrasah mencari lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Bukan hanya melakukan rapat pembagian jam mata pelajaran untuk peserta didik dan menentukan pendidik yang profesional, serta rapat penentuan wali kelas yang lebih berpengalaman, namun ada perencanaan juga mengenai perencanaan RPP dan segala sesuatu yang mendukung proses pembelajaran dan

menyampaikan kepada peserta didik apa saja yang perlu disiapkan untuk kegiatan belajar mengajar.

Setelah melakukan perencanaan dan mengimplementasikannya, pihak madrasah selanjutnya akan melakukan evaluasi setelah berlangsungnya kegiatan belajar mengajar selama satu semester yang telah dilaksanakan. Pihak madrasah akan melakukan evaluasi untuk perbaikan penyampaian pengetahuan melalui materi-materi yang sudah disiapkan dan direncanakan pihak madrasah.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang kedua price. W.J Stanton mendefinisikan price sebagai berikut:

Price ialah semua yang berkenaan dengan penentuan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan mutu produk dan dapat diperoleh oleh pelanggan.<sup>102</sup>

Pesantren menerapkan budaya “Dari kita untuk kita” karena pesantren berdiri dari tanah wakaf yang pada dasarnya tidak memiliki donatur tetap atau investor dan sebagainya. Pesantren menetapkan sistem pembayaran SPP perbulan, yang mana pesantren mengharuskan santri/wati untuk membayar SPP setiap bulannya ke bagian bendahara pesantren. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Direktur pesantren.

Pembiayaan dari santri, yaitu SPP perbulan nya , dan dalam 3 tahun terakhir ini kondisional tidak ada peningkatan SPP. Pesantren menerapkan budaya dari kita untuk kita, kita

---

<sup>102</sup> Mursid, M. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

berkembang karena seluruh isi pesantren bukan karena orang lain.<sup>103</sup>

Dan pesantren juga memberi keringanan kepada santi/wati nya yang telah meninggal orangtuanya (yatim/piatu) dan bagi yang kurang mampu, pesantren memberi keringanan berupa pengurangan uang SPP perbulannya, dan pemberian uang jajan atau infaq. Dan bagi yang kurang mampu bisa mengajukan diri ke bagian bendahara pesantren untuk pertimbangan pengurangan SPP perbulannya. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Direktur pesantren.

Pesantren memberi keringanan SPP bagi anak yang sudah meninggal orang tuanya (yatim) berupa keringanan SPP dan ada uang jajan untuk mereka dari pesantren, dan untuk yang kurang mampu diharuskan untuk mengurus keringanan uang SPP karena harus di cek terlebih dahulu kondisi keluarganya.<sup>104</sup>

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga place. W.J Stanton mendefinisikan place sebagai berikut:

Place juga berkenaan dengan tata letak dan lingkungan dari perusahaan, dalam hal ini tata letak dan lingkungan dari perusahaan tersebut.<sup>105</sup>

Menurut hasil observasi peneliti sudah sangat kondusif dan memenuhi kebutuhan ustadz/ustadzah dan santri/wati pesantren, hal tersebut dikuatkan dengan wawancara peneliti dengan Direktur pesantren.

Lingkungan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah menurut kami sudah sangat kondusif, dikatakan kondusif karena kami bisa melakukan kegiatan pendidikan kami sesuai prosedur yang telah dibuat, dan

---

<sup>103</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>104</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>105</sup> Mursid, M. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.



apakah ada hambatan-hambatan dari luar? Sampai hari ini tidak ada semua nya aman dari segi lingkungan.<sup>106</sup>

Selain tempat yang kondusif pesantren Ar-Raudhatul Hasanah faktor pendukung lainnya dalam hal perkembangan pesantren yaitu adalah guru-guru yang kompeten dan wali kelas yang sudah berpengalaman dan senior, hal tersebut disampaikan Direktur pesantren dalam wawancara dengan peneliti.

Selain tempat yang kondusif faktor guru-guru berpengaruh besar terhadap perkembangan pendidikan pesantren, apabila guru nya tidak benar maka pesantren tersebut tidak akan bisa berkembang.<sup>107</sup>

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga promotion. W.J Stanton mendefinisikan promotion sebagai berikut:

“Promotion ialah semua yang berkenaan dengan penentuan kebijakan mempromosikan secara maksimal sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan”.<sup>108</sup>

Pesantren tidak melakukan promosi khusus akan tetapi lebih ke pelayanan terhadap konsumen guna untuk membangun komunikasi serta kepercayaan konsumen terhadap lembaga pesantren. Pesantren tidak melakukan endorse dalam hal promosi, bagian kehumasanlah yang menjadi inti utama dalam hal komunikasi dan relasi bagi pesantren. Yang menjadi promotor pesantren adalah santri dan wali santri itu sendiri. Seperti yang di sampaikan oleh Wakil Direktur pesantren.

Kita tidak ada promosi khusus seperti endorse, menetapkan guru-guru di berbagai daerah untk mempromosikan pesantren dan sebagainya dan kita tidak ada dana promosi, yang ada itu

---

<sup>106</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>107</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>108</sup> Mursid, M. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

membangun komunikasi dengan wali santri. Pesantren hanya mengandalkan humas yang membangun komunikasi secara terbuka dengan wali santri yang dia bisa di akses kapan saja, ya kalau ditanya siapa promotor nya, promotornya adalah santri dan wali santri. Dan kita disini tidak ada bagian pemasaran, kehumasan itu adalah sesuatu yang normal pada setiap institusi karena setiap institusi pasti membutuhkan publikasi untuk semua stackholder yang ada, tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan terhadap apa yang dilakukan di pesantren, karena pesantren besar karena kepercayaan konsumen bukan karena adanya bonus.<sup>109</sup>

## **2. Kendala dan cara mengatasi kendala pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Berdasarkan data-data yang peneliti dapatkan melalui teknik observasi, wawancara, dan studi dokumen di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa ada beberapa kendala pada manajemen pemasaran pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dari segi perencanaan, pelaksanaan, *promosi*, *price*, dan *product*, dan semua kendala tersebut dapat di atasi dengan baik oleh pihak pesantren.

Dari segi perencanaan dan pelaksanaan ada beberapa hambatan teknis seperti brosur yang telat, aplikasi yang tidak lancar, terkadang terjadi miss komunikasi dalam penyampaian informasi, terkadang ada wali santri yang menelpon diwaktu yang tidak tepat, seperti pada tahun lalu karena pesantren baru-baru menerapkan system online kami sempat kewalahan karena kekurangan orang yang mahir dalam IT. Cara mengatasinya adalah dengan mengkaderkan orang yang ahli serta menambahkan orang pada bidang tersebut.

---

<sup>109</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

Dari segi *Promosi* masih ada orang tua yang belum tau bagaimana pendidikan di pesantren itu, dan pihak pesantren tidak mungkin mengupload seluruh kegiatan yang ada dari setiap sudut di pesantren di media sosial. Solusinya adalah dengan cara mengupload kegiatan-kegiatan penting serta dengan mengupload kegiatan sehari-hari walaupun tidak full satu harian.

Dari segi *Price* ada di daerah tertentu perbankan tidak bisa di akses dan karena covid 19 kadang-kadang ada orang tua yang ekonominya terhambat atau ada yang terkena bencana, solusinya adalah pesantren tetap memperdulikan anaknya tersebut walaupun belum bayar SPP.

Dan yang terakhir adalah *Product* kendalanya adalah persektif masyarakat, pemerintah, orang tua, serta diri sendiri yang menganggap bahwa lulusan pesantren hanya bisa menjadi ustadz. Solusinya adalah dengan membuktikan serta membangun kepercayaan masyarakat agar dapat mengubah persektif mereka.

### **3. Strategi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan Islam di pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah**

Eksistensi pendidikan pesantren jika dianalisis dengan teori struktural fungsional yang digagas oleh Talcott Parsons dengan mengemukakan bahwa agar sistem organisasi sosial dapat bertahan (survive) maka sistem harus memiliki empat hal yang disebut dengan AGIL: Adaptation (adaptasi), yaitu sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan dengan kebutuhan; goal attainment (mempunyai tujuan), yaitu sebuah sistem harus

mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya; integration (integrasi), yaitu sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya; latency (pemeliharaan pola), yaitu sebuah sistem harus memperlengkapi, memelihara dan memperbaiki, pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.

Keempat fungsi tersebut, menurut Parsons, berlangsung ke dalam empat sistem tindakan. Pertama, organisasi perilaku yang melaksanakan adaptasi. Kedua, sistem kepribadian, yang melaksanakan pencapaian tujuan. Ketiga, sistem sosial yang menanggulangi fungsi integrasi. Keempat, sistem kultural, yang melaksanakan fungsi pemeliharaan pola. Kelemahan teori yang dibangun Talcott Parsons tidak membicarakan tentang kepemimpinan sebuah organisasi, padahal kepemimpinan menjadi kunci melaksanakan program-program di atas dalam struktur organisasi.<sup>110</sup>

Untuk Adaptation(adaptasi) yang dimaksud disini adalah bagaimana pihak pesantren beradaptasi dengan kurikulum pendidikan di era modern saat ini, dan adapun hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren

Manajemen itu kan mempunyai dinamika, jadi walaupun kurikulum KMI merupakan kurikulum lama dalam tahap pelajaran kami selalu memberikan yang up to date atau yang terbaru, kita juga tidak boleh tertinggal zaman, karena Islam memiliki solusi disetiap zaman, berarti kita juga harus mengikuti zaman juga dulu haji masih ditempuh jalan kaki, dan sekarang sudah menggunakan pesawat, jadi kalo ilmu ini berkembang ya pendidikan Islam juga harus berkembang secara berpikir, jadi Ketika kita menyesuaikan dengan kurikulum kita yang memang dia update,

---

<sup>110</sup> Ahmad Royani, "Eksistensi Perubahan Pesantren dalam Arus Perubahan", Cendikia, Vol.16, No. 1, 2018, h.379

raudhah juga mengikuti perkembangan zaman, begitu juga dengan manajemen kita .<sup>111</sup>

Pihak pesantren selalu beradaptasi dan mengevaluasi kurikulum dari tahun ketahunnya guna untuk mengupdate mata pelajaran, Teknik mengajar yang sesuai dengan kebutuhan santri/watinya.

Berikutnya adalah goal attainment (mempunyai tujuan), yang dirangkum pada visi dan misi pesantren. Adapun visi dan misi Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah yaitu:

a. Visi

Menjadikan lembaga Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah sebagai lembaga kaderisasi dan layanan masyarakat yang bermutu, semata-mata untuk ibadah kepada Allah SWT dan mengharap ridho-Nya serta implementasi fungsi khalifah Allah di muka bumi.

b. Misi

1. Mendidik individu-individu yang menguasai bekal-bekal dasar keulamaan, kepemimpinan dan keguruan serta mau dan mampu mengembangkannya sampai ke tingkat yang paling optimal.
2. Mempersiapkan generasi yang unggul dan berkualitas menuju terbentuknya generasi khaira ummah.
3. Membentuk generasi mutafaqqih fi ad-din serta memiliki tradisi-tradisi intelektual yang positif dan responsif terhadap

---

<sup>111</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

perkembangan dan tuntutan zaman, menuju terciptanya learning society.

4. Mendidik dan membentuk generasi yang berkepribadian IQRA ('Ilmy, Qur'any, Rabbany dan 'Alamy) yang siap mengamalkannya di tengah-tengah masyarakat dengan ikhlas, cerdas dan beramal. Iqra memadukan antara aspek pikir ('ilmy 'alamy) dan aspek zikir (qur'any rabbany) yang teraktualisasikan dalam intelegensia dan moralitas yang relegius.<sup>112</sup>

Selanjut nya adalah integration (integrasi) yaitu integrasi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan islam yang membangun kepercayaan masyarakat, wali-wali santri, serta seluruh rakyat Indonesia, dan mempertahankan kualitas alumni-alumninya. Santri di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah terdiri dari berbagai penjur, bahkan ada yang dari luar negeri. Dan begitu juga dengan alumninya ada yang yang melanjutkan pendidikan nya di luar negeri, yang berperan penting pada integrasi adalah bagian kehumasan yang mengatur social pesantren baik di dalam pesantren ataupun di luar pesantren seperti hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren :

Pesantren akan melakukan apapun untuk mempertahankan eksistensi pendidikan islamnya, karena kita tidak mau pesantren ini berubah menjadi bisnis jadi untuk mempertahankan eksistensinya adalah membangun kepercayaan masyarakat dan mempertahankan kualitas output, walaupun terkadang orang mengukur output ini dari perspekti-perspektif yang berbeda, indikator nya adalah pendaftar tidak pernah di bawah ekspektasi, karena sudah 10 tahun

---

<sup>112</sup> <https://raudhah.ac.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:43 WIB.

tidak pernah di bawah 1200 pendaftar alhamdulillah selalu diatas 1200 pendaftar”<sup>113</sup>

Yang terakhir adalah latency (pemeliharaan pola), dalam pemeliharaan pola pesantren berpegang teguh pada panca jiwa, dan motto pesantren pesantren yang telah ditetapkan. Pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan islam siap melakukan apa saja demi kemajuan pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. Karena pada dasarnya pesantren berstatus bumi wakaf dan dari situlah terbentuk nya jiwa kebersamaan dan persaudaraan yang kuat antara pimpinan pesantren, ustadz/ustadzah, dan santri/wati sehingga memiliki satu visi dan misi yaitu untuk memajukan pondok, pengkaderisian dengan berlandaskan Panca Jiwa dan Motto Pesantren, Pola tersebut lah yang membuat pesantren dapat terus berkembang setiap tahunnya. seperti yang dikatakan oleh ustadz bagian kehumasan sebagai berikut:

jadi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah terdapat panca jiwa dan motto pesantren, selama itu dijalankan insyallah pesantren akan terus bertahan dan berkembang setiap tahunnya, dan juga ada namanya panca jangka, salah satunya yaitu Kaderisasi, jadi kenapa tetap berdiri kokoh ? ya karena kaderisasi tersebut lah membuat raudhah bertahan dan berdiri tegak dari masa ke masa. Kaderisasi itu dibentuk bertujuan untuk menyatukan tujuan yaitu satu visi dan misi.<sup>114</sup>

Tentunya bagi setiap pondok pesantren memiliki hambatan dalam mempertahankan eksistensi pendidikan islam di pondoknya akan tetapi salah satunya adalah perspektif orang yang berbeda-beda sehingga ada yang

---

<sup>113</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>114</sup> Dayfana Anjasmara Selian. Staff bagian Humas PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang sekretaris pesantren.

menganggap bahwa pesantren adalah liberal dan sebagainya. Seusai dengan hasil wawancara peneliti dengan Wakil direktur pesantren beliau mengatakan:

Untuk sebuah pesantren pada awal berdirinya pasti banyak hambatan dalam proses pendidikan nya seperti sarana dan prasarana, lingkungan, komunikasi dengan masyarakat, dan perspektif orang yang berbeda-beda ada yang menganggap pesantren liberal dan lain-lainnya, dan insyaallah pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sudah melalui masa-masa tersebut dan yang sampai sekarang masih ada yaitu salah satunya dengan pemerintah, karena setiap orang mempunyai perspektif masing-masing, perspektif itulah yang menjadi hambatan bagi pondok.<sup>115</sup>

Dan beliau juga mengatakan bahwa solusi untuk masalah tersebut adalah:

Solusi nya adalah dengan membuktikan, bahwa alumni pesantren itu bukan liberal atau sesatakan tetapi alumni pesantren bisa apa saja, itulah guna nya tujuan pesantren membentuk jiwa dan mental leadership dan keagamaan di dalam diri tiap-tiap santri/wati di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.<sup>116</sup>

---

<sup>115</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.

<sup>116</sup> Carles Ginting, BHSc. Wakil direktur PP. Ar-Raudhatul Hasanah, wawancara di ruang Direktur pesantren.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah adalah melalui tiga aspek manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan Evaluasi. Perencanaan yang diterapkan dalam pemasaran Pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah meliputi perencanaan *product*, perencanaan *price*, dan perencanaan *promotion*.
  - a. Perencanaan *product* yang dilakukan yaitu membentuk santriwan/santriwati yang berjiwa Islamiyah, bertauhid, bermental kepemimpinan, berprestasi, dan menghasilkan lulusan yang professional. Hal tersebut sudah dicapai dengan adanya pendidik yang kompeten, wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior, kurikulum yang selalu diupdate sesuai dengan masanya, dan dukungan sarana prasarana yang lengkap sesuai dengan kebutuhan.

Pelaksanaan dari perencanaan *product* sudah diterapkan dengan cara mewajibkan tenaga pendidik untuk mengajar sesuai aturan yang telah ditetapkan, melaksanakan ekstrakurikuler yang menjadikan santri berjiwa Islamiyah, bertauhid, dan bermental kepemimpinan melalui program-program ekstrakurikuler seperti pramuka, Darul Hufazh, dan

ikut serta membantu alumni-alumni pesantren untuk menempuh pendidikan ke luar negeri dan kampus- kampus ternama.

- b. Perencanaan *price*, yaitu pembiayaan di pesanter Ar-Raudhatul Hasanah diambil dari masing-masing santri dengan sistem pembayaran SPP bulanan. Dari segi pelaksanaan yaitu membentuk bagian bendahara atau Tata Usaha sebagai pengelola keuangan pesantren.
  - c. Perencanaan *promotion*, yaitu pemasaran Pendidikan pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dilakukan melalui media social, *mouth to mouth* dan melalui acara-acara besar pesantren seperti perpulangan konsulat, rihlah iqtisadiyah kelas 6 KMI, panggung gembira, Drama Arena, dll. Dari segi pelaksanaannya yaitu melalui social media seperti: Instagram, youtube, dan website, menyebar brosur pendaftaran setiap tahun nya, menyebarkan informasi ke grup-grup IKRH daerah, mengenalkan pesantren melalui acara- acara besar pesantren dan melalui santriwan dan satriwati ketika perpulangan konsulat serta menjalin komunikasi yang baik dengan wali santri
  - d. Dari segi place dan sarana prasaran sudah kondusif serta memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat pesantren.
2. Kendala dalam manajemen pemasaran pendidikan Islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah yaitu:
- a. Hambatan teknis, seperti brosur yang terlambat
  - b. Kendala pada pendaftaran online seperti kekurangan orang yang mahir dalam IT

- c. Dari segi promosi yaitu masih ada orang tua yang belum tau bagaimana pendidikan di pesantren itu.
- d. Dari segi *price* yaitu di daerah-daerah tertentu sistem perbankan tidak dapat diakses sehingga tidak bisa mengirim pembiayaan SPP lewat bank.
- e. Masa pandemi Covid-19 ada orang tua yang ekonominya terhambat sehingga tidak mampu membayar SPP bulanan.
- f. Dari segi *product* yaitu persektif masyarakat yang menganggap pesantren liberal dan hanya menjadi ustadz.

Adapun kendala yang tersebut diatas dapat diatasi oleh pihak pesantren dengan beberapa cara, yaitu :

- a. Mengadakan rapat mingguan untuk mengevaluasi kesalahan-kesalahan teknis.
  - b. Mengakaderkan serta merekrut staff yang ahli dalam bidang IT
  - c. Mengupload kegiatan santri sesekali agar orang tua tau kegiatan di pesantren
  - d. Memberi keringanan terhadap orang tua yang bermasalah dari segi ekonomi
  - e. Membuktikan bahwa lulusan pesantren adalah lulusan terbaik.
3. Strategi pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dalam mempertahankan eksistensi pendidikan pesantren yaitu dengan sistem AGIL: Adaptation (adaptasi), *Goal attainment* (mempunyai tujuan), integration (integrasi), latency (pemeliharaan pola). Adapun ketiga strategi tersebut

diimplementasikan dengan cara mengevaluasi kurikulum dari tahun ketahun untuk mengupdate mata pelajaran dan teknik mengajar yang sesuai dengan kebutuhan santriwan/wati, menjalankan visi dan misi sebagai tujuan utama pesantren, membangun kepercayaan masyarakat, wali-wali santri, serta seluruh rakyat Indonesia, mempertahankan kualitas alumni-alumninya, dan pengkaderisian terhadap pengurus pesantren.

## **B. Saran**

1. Pihak pesantren dapat terus meningkatkan kualitas manajemen pemasaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dan dapat lebih berkembang untuk kedepannya sehingga dapat lebih memikat peserta didik dan menciptakan pendidikan yang berguna bagi generasi Islamiyah serta dapat melahirkan generasi Islamiy serta berkualitas terbaik.
2. Dapat terus berpegang teguh terhadap visi dan misi, panca jiwa, serta motto pesantren yang menjadi inti dari eksistensi pendidikan islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.
3. Agar penelitian ini dapat menjadi masukan serta tambahan kepada pesantren. Kemudian diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti hal yang sama dalam cakupan yang berbeda sehingga akan melahirkan teori-teori baru nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aktar, Salim. 2017. *Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan*. INSPIRASI: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 2, No. 12.
- Alfiyanto, Afif. 2020. *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius*. Adaara, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 10, No.1.
- Anwar, Dessy. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia.
- Aziz, Rosmiaty. 2019. *Ilmu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: SIBUKU, Cet. 2.
- Bungin, Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: kencana.
- Butarbutar, Marisi, Dkk. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori dan Pengembangan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Handayani, Tati. Dkk. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- <https://emispendis.kemenag.go.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:33 WIB.
- <https://raudhah.ac.id/>, diakses pada tanggal 1 February 2022, pukul 15:43 WIB.
- Juni priansa, Donni. 2017. *Kepala Sekolah dan Guru Profesional*. Bandung: Pustaka Setia.
- Khasanah, Afidatun. 2015. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD ALAM BATURRADEN*. El- Tarbawi. Jurnal Pendidikan Islam. Vol. 8, No. 2.
- Kotler & Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

- Kotler, Philip, Kelvin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Krisdiyanto, Gatot, dkk. 2019. *Sistem Pendidikan pesantren dan Tantangan Modernitas*. Jurnal Tarbawi : Jurnal Ilmu Pendidikan, Vol. 15, No. 1.
- Maesaroh, Nenden, dkk. 2017. *Tugas dan Fungsi Pesantren di Era Modern*. SOSIETAS, Vol. 7, No. 1.
- Masjkur. 2007. *Integrasi Sekolah ke Dalam Sistem Pendidikan Pesantren*. Surabaya: Diantama.
- Muadin, Akhmad. 2017. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Quran*. TA'ALLUM: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 5, No. 2.
- Mukmin, Baba. 2020. *Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu*. Jurnal Islamic Education Manajemen, Vol. 5, No. 1.
- Munir, M. 2018. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*. INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol,1. No.2.
- Mursid, M. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prayoga, Ari, Ilis Rosbiah, dan Dian. 2020. *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah*. Dirasah, Vol.3, No.1.
- Priatmoko, Sigit. 2018. *Memperkuat Eksistensi Pendidikan Islam di Era 4.0*. Jurnal Studi Pendidikan Islam, Vol. 1, No, 2.
- Rasyidin. 2020. *Peningkatan Kompetensi Guru; Studi Implementasi Kebijakan di Pesantren*. Medan: Rawda Publishing.

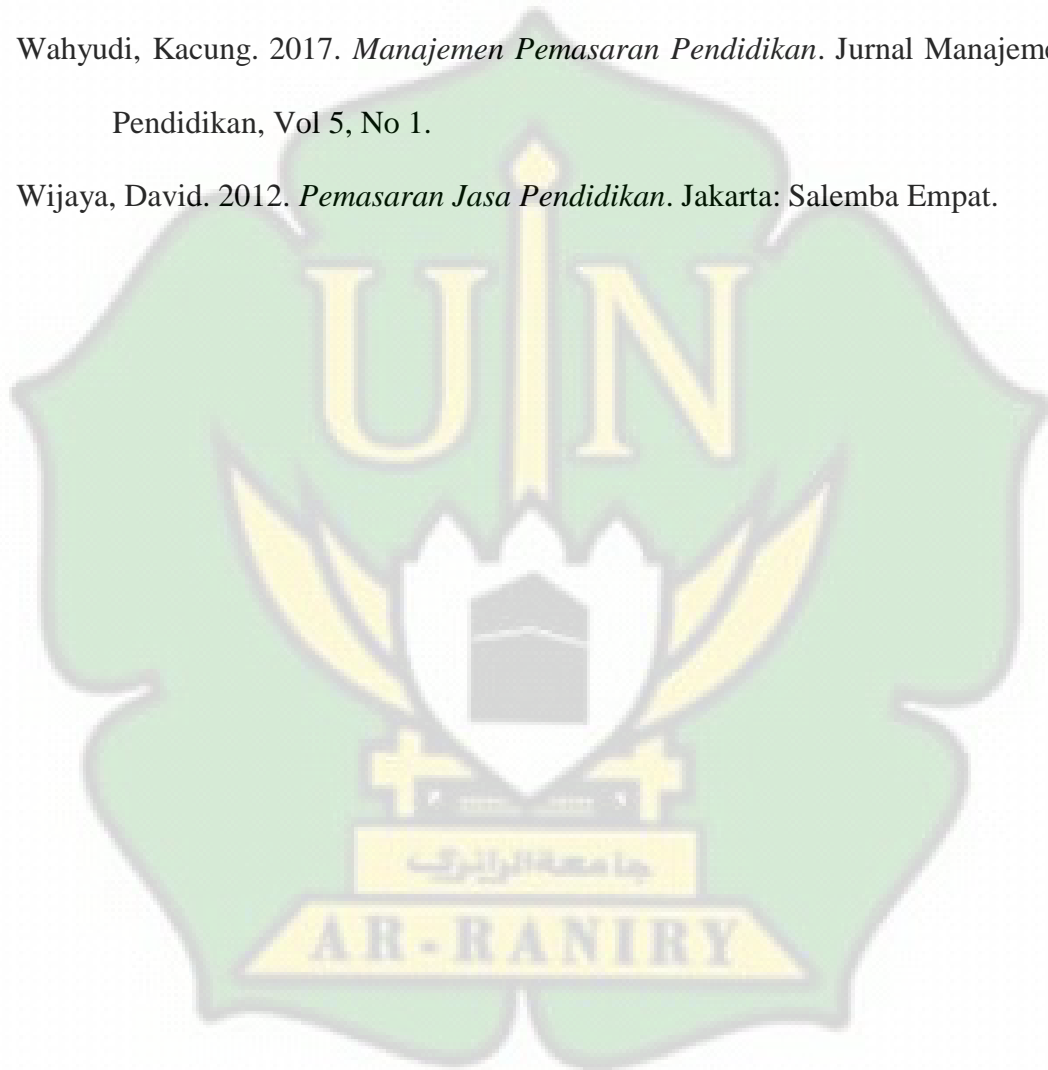
- Ridwan, Iwan, Maulana. 2016. *Konsep “Peserta Didik Menurut Al-Ghazali dan Implikasinya terhadap Praktik Pendidikan di Pondok Pesantren Al-Mutawally Desa Bojong Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan*. Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah, Vol 1 No 1.
- Royani, Ahmad. 2018. *Eksistensi Perubahan Pesantren dalam Arus Perubahan*. Cendikia, Vol.16, No. 1.
- Saefullah, U. 2012. *Manajemen Pendidikan Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Saifuddin, Ahmad. 2015. *Eksistensi Kurikulum Pesantren dan Kebijakan Pendidikan*. Jurnal Pendidikan Agama Islam Vol. 03, No. 01.
- Selang, Christian A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3.
- Setiawan, Ebta. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat bahasa.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhelayanti, Dkk. 2020. *Manajemen Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sutojo, Siswanto. 1988. *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo).
- Syafe’I, Imam. 2017. *Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter*. Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8, No. 1.
- Triaji, Harmoko. 2017. *Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Berbasis Teknologi Informasi di SMP ISLAM AL-AZHAR 21 SUKOHARJO*. Jurnal JARLITBANG Pendidikan, Vol.3, No.2.

Undang-Undang RI. 2006. No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Direktorat Jendral pendidikan Islam Departemen Agama RI.

UU. No 20 Tahun 2003 (Sisdiknas), Bab. 1 Pasal 1. Ayat 16.

Wahyudi, Kacung. 2017. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1.

Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.





## Lampiran 1 : SK Bimbingan Skripsi Dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

### SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH NOMOR: B-12531/Un.08/FTK/KP.07.6/11/2020

#### TENTANG PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

#### DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Memimbang** :
- bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu Menunjuk Pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan
  - bahwa saudara yang tersebut namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Skripsi

- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
  - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
  - Peraturan Pemerintah No 74 Tahun 2012, tentang Perubahan atas peraturan pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan Badan Layanan Umum;
  - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
  - Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institusi Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
  - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, Tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
  - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry; Banda Aceh
  - Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag RI;
  - Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang penetapan Institusi Agama Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Umum;
  - Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

**Memperhatikan** : Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Manajemen Pendidikan Islam FTK UIN AR-Raniry Banda Aceh tanggal 08 Oktober 2020

#### MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- PERTAMA** : Menunjuk Saudara:
- |                    |                            |
|--------------------|----------------------------|
| 1. Muhammad Faisal | sebagai Pembimbing Pertama |
| 2. Ainul Mardiah   | sebagai Pembimbing Kedua   |

untuk membimbing Skripsi:

Nama : Muhammad Aqli Ramadhana

NIM : 170 206 003

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan Sumatera Utara

**KEDUA** : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh

**KETIGA** : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Genap tahun Akademik 2020/2021

**KEEMPAT** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dirubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat ketidakhadiran dalam surat keputusan ini.

Tembusan

- Rektor UIN Ar-Raniry (salah satu)
- Ketua Prodi MPI FTK
- Pembimbing yang bersangkutan untuk dititipkan dan dibayarkan
- Mahasiswa yang bersangkutan.

Ditandatangani : Banda Aceh  
Pada tanggal : 17 November 2020  
An-Raniry



Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian dari Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-18592/Un.08/FTK.1/TL.00/12/2021  
Lamp : -  
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,  
Direktur Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Pimpinan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **MUHAMMAD AQLI RAMADHANA / 170206003**  
Semester/Jurusan : IX / Manajemen Pendidikan Islam  
Alamat sekarang : Gampong Lamgugob, Kec. Syiah Kuala, Banda aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 28 Desember 2021  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan,

Dr. M. Chalis, M.Ag.

Berlaku sampai : 20 Januari  
2022

AR-RANIRY

Lampiran 3 : Surat Keterangan telah melakukan Penelitian dari Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan

PESANTREN TARBIIYAH ISLAMIYAH  
**AR-RAUDLATUL HASANAH**  
MEDAN - SUMATERA UTARA - INDONESIA



معهد الروضة الحسنة  
للتربية الإسلامية  
ميدان - سومطرة الشمالية - إندونيسيا

Alamat : Jl. Letjend. Jamin Ginting Km. 11 / Jl. Setia Budi Simpang Selayang Medan 20135 Hp. 082362664000 email: admin@raudhah.ac.id website: www.raudhah.ac.id

Nomor : 020/DIR/B.III/2022  
Perihal : Selesai Penelitian

Medan, 14 Maret 2022

Kepada Yth:  
**Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**  
**Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**  
Di-  
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Kami Direktur Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan dengan ini menerangkan bahwa saudara :

Nama : Muhammad Aqli Ramadhana  
N I M : 170206003  
Sem/Jurusan : IX / Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : "Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan"

Telah selesai melakukan penelitian di Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah sesuai dengan yang direncanakan.

Demikian Surat Balasan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalam,  
Direktur Pesantren  
Ar-Raudlatul Hasanah

H. Solihin Adin, S.Ag, MM

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PENDIDIKAN ISLAM DI PESANTREN AR-RAUDHATUL HASANAH MEDAN**

No	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan		
			Direktur Pesantren	Waka Humas	Wali Santri
01	Bagaimanakah manajemen pemasaran pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah?	a. manajemen pemasaran metode (4P) yaitu; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Place (tempat)</li> <li>• Product (produk)</li> <li>• Promotion (promosi)</li> <li>• Price (harga)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pesantren ini berbentuk yayasan atau badan wakaf.?</li> <li>2. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran di pesantren ini.?</li> <li>3. Bagaiamanakah pelaksanaan manajemen pemasaran di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>4. Apakah pihak pesantren menerapkan pelaksanaan pemasaran di tempat perkumpulan orang banyak.?</li> <li>5. Bagaimana untuk standar penilaian di pesantren ini.?</li> <li>6. Apakah proses pemasaran ini selalu diawasi dalam proses pelaksanaannya.?</li> <li>7. Apa saja target yang telah dicapai pesantren dalam hal pemasaran nya.?</li> <li>8. Apakah lingkungan pesantren sudah kondusif dalam perkembangan pendidikan Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah?</li> <li>9. Apakah sarana dan prasarana di pesantren ini sudah memadai dalam standar pendidikan.?</li> <li>10. Bagaimanakah untuk pembiayaan di pesantren ini.?</li> <li>11. Apakah ada keringanan biaya untuk yatim/ piatu atau keluarga yang kurang mampu?</li> <li>12. Apakah pesantren menetapkan target jumlah siswa yang ingin dicapai setiap tahunnya?</li> <li>13. Apakah ada faktor pendukung lainnya selain tempat yang strategis.?</li> <li>14. Apa saja promosi yang dilakukan oleh pihak pesantren.?</li> <li>15. Berapakah jumlah alumni semua saat ini yang terdata.?</li> <li>16. Apakah ada panitia khusus untuk mengurus program pemasaran di pesantren ini.?</li> <li>17. Apa saja sumber daya dan kegiatan yang ditentukan untuk mencapai tujuan pemasaran pendidikan ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja bentuk pemasaran yang sudah pernah dilakukan?</li> <li>2. Bagaimanakah untuk perencanaan dan penyusunan manajemen pemasaran di pesantren ini.?</li> <li>3. Bagaiamana pelaksanaan manajemen pemasaran di pesantren ini.?</li> <li>4. Apakah pihak pesantren menetapkan target jumlah siswa yang ingin dicapai setiap tahunnya?</li> <li>5. Bagaimana pola komunikasi dengan pihak konsumen (peserta didik dan wali dari peserta didik).?</li> <li>6. Upaya apa sajakah yang dilakukan pihak pesantren dalam mengkomunikasikan program yang ditawarkan kepada masyarakat?</li> <li>7. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan untuk menarik minat peserta didik masuk ke pesantren ini.?</li> <li>8. Upaya apa sajakah yang dilakukan pihak pesantren untuk menjaga eksistensi pendidikan islam dipesantren ini.?</li> <li>9. Apakah SPP dan uang pembangunan dinaikkan setiap tahun.?</li> <li>10. Apakah promosi juga dilakukan lewat website pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>11. Apakah promosi juga dilakukan di luar Sumatra utara.?</li> <li>12. Adakah santri yang belajar di pesantren ini berasal dari luar Sumatra utara dan luar negeri.?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pesantren Ar-Raudhatul hasanah.?</li> <li>2. Bagaimana upaya pihak pesantren yang bapak/ibu rasakan saat bapak/ibu melakukan pendaftaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>3. Bagaimana dengan pelayanan panitia penerimaan santri baru saat bapak/ibu mendaftarkan anak ke pesantren ini.?</li> <li>4. Mengapa bapak/ibu memilih pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dibandingkan pesantren lain?</li> <li>5. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak pesantren terhadap orang tua santri/ wati setelah menjadi santri di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>6. Apakah letak sekolah sudah strategis.?</li> <li>7. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai biaya SPP di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>8. Masukan apa yang bapak/ibu bisa berikan untuk pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>9. Apa harapan bapak/ibu setelah anak nya lulus dari pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> </ol>

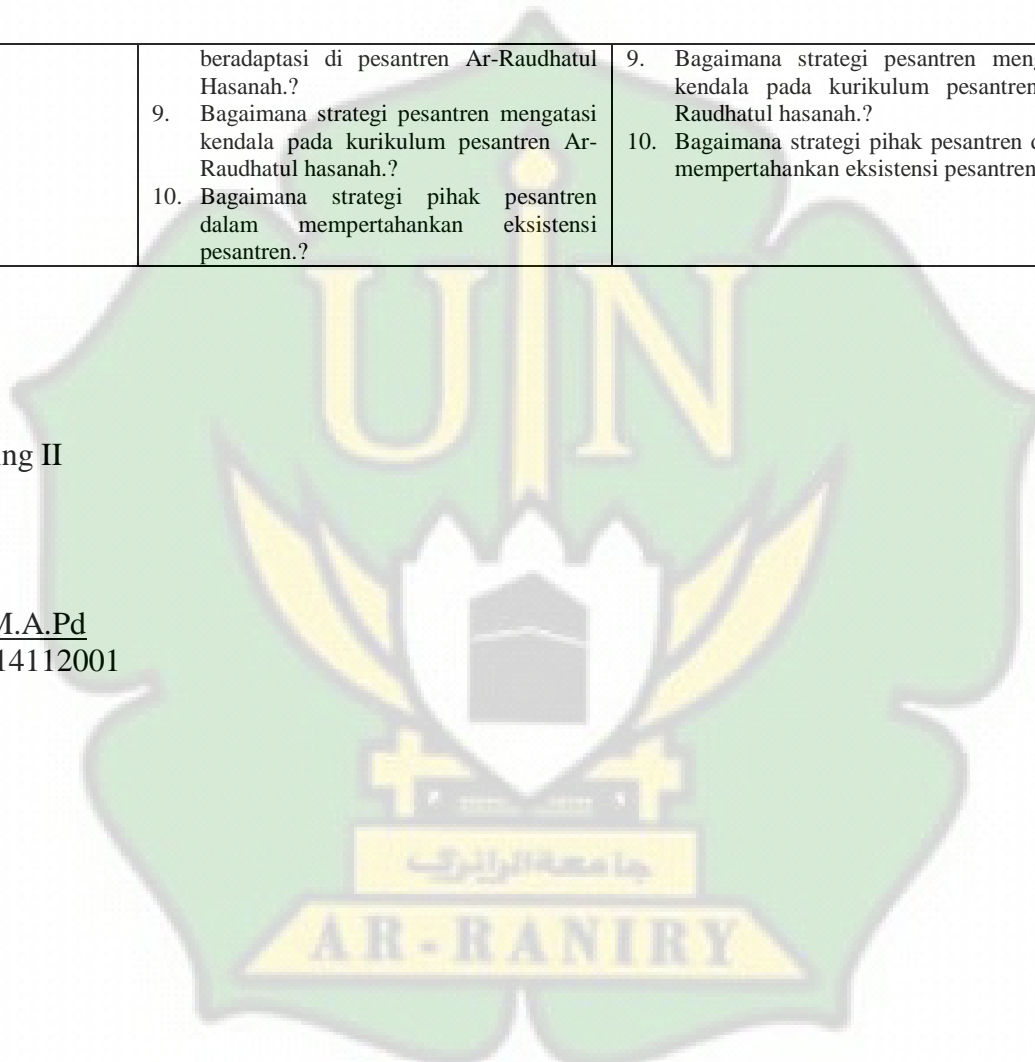
02	<p>Apa saja kendala pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul hasanah?</p>	<p>a. Kendala dalam manajemen pemasaran berdasarkan metode (4P) yaitu;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Place (tempat)</li> <li>• Product (produk)</li> <li>• Promotion (promosi)</li> <li>• Price (harga)</li> </ul> <p>b. Solusi 4P</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja kendala dalam proses perencanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>2. Apa saja kendala dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sistem.?</li> <li>3. Apa saja kendala dalam pemasaran produk pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>4. Apa saja kendala dalam pembiayaan pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>5. Apa saja kendala pihak pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dalam mempromosikan pendidikan.?</li> <li>6. Bagaimana pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus yang diterapkan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>7. Apa saja kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. ?</li> <li>8. Bagaimana proses penerapan pendidikan pesantren secara khusus di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>9. Apakah ada hambatan dalam penerapan pendidikan pesantren secara khusus dipesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>10. Apakah santri/wati dapat beradaptasi dengan baik di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>11. Berapa lamakah waktu yang dibutuhkan santri/wati untuk beradaptasi ?</li> <li>12. Apa saja kendala dan hambatan santri/wati dalam beradaptasi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>13. Apakah terdapat kendala pada kurikulum pesantren Ar-Raudhatul hasanah.?</li> <li>14. Bagaimana integrasi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja kendala dalam proses perencanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>2. Apa saja kendala dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sistem.?</li> <li>3. Apa saja kendala dalam pemasaran produk pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>4. Apa saja kendala dalam pembiayaan pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>5. Apa saja kendala pihak pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dalam mempromosikan pendidikan.?</li> <li>6. Bagaimana pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus yang diterapkan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>7. Apa saja kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. ?</li> <li>8. Bagaimana proses penerapan pendidikan pesantren secara khusus di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>9. Apakah ada hambatan dalam penerapan pendidikan pesantren secara khusus dipesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>10. Apakah santri/wati dapat beradaptasi dengan baik di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>11. Berapa lamakah waktu yang dibutuhkan santri/wati untuk beradaptasi ?</li> <li>12. Apa saja kendala dan hambatan santri/wati dalam beradaptasi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</li> <li>13. Apakah terdapat kendala pada kurikulum pesantren Ar-Raudhatul hasanah.?</li> <li>14. Bagaimana integrasi pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan di</li> </ol>	
----	---	---	---	--	--

			<p>di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>15. Apakah ada dilakukan pemeliharaan pola oleh pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>16. Apakah terdapat kendala dalam mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p>	<p>pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>15. Apakah ada dilakukan pemeliharaan pola oleh pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pendidikan di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>16. Apakah terdapat kendala dalam mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p>	
03	<p>Bagaimana strategi Pondok Pesantren Ar-Radhatul Hasanah dalam mengatasi kendala pemasaran pendidikan ?</p>	<p>a. System AGIL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptation(adaptasi)</li> <li>• Goal attainment(mempunyai tujuan)</li> <li>• Integration(integrasi)</li> <li>• Latency(pemeliharaan pola)</li> </ul>	<p>1. Bagaimana strategi pihak pesantren dalam mengatasi kendala perencanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>2. Bagaimanakah strategi pihak pesantren dalam mengatasi kendala dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sistem.?</p> <p>3. Bagaimanakah strategi pihak pesantren dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dengan semua stackholder di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>4. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala dalam pembiayaan pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>5. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala promosi pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>6. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. ?</p> <p>7. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara umum di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>8. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala santri/wati dalam</p>	<p>1. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala perencanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>2. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah sistem.?</p> <p>3. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala dalam pemasaran produk pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>4. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala dalam pembiayaan pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>5. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala promosi pendidikan di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>6. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara khusus di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. ?</p> <p>7. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala pelaksanaan pendidikan pesantren secara umum di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p> <p>8. Bagaimana strategi pihak pesantren mengatasi kendala santri/wati dalam beradaptasi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.?</p>	

			beradaptasi di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.? 9. Bagaimana strategi pesantren mengatasi kendala pada kurikulum pesantren Ar-Raudhatul hasanah.? 10. Bagaimana strategi pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pesantren.?	9. Bagaimana strategi pesantren mengatasi kendala pada kurikulum pesantren Ar-Raudhatul hasanah.? 10. Bagaimana strategi pihak pesantren dalam mempertahankan eksistensi pesantren.?	
--	--	--	--	---	--

Pembimbing II

Ainal Mardhiah M.A.Pd  
NIP.197902162014112001



Lampiran 5: Instrumen Observasi Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan

NO	Aspek Yang Diobservasi	Kondisi	
		Ada	Tidak Ada
1.	Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam berdasarkan metode 4P di Pesantren Ar- Raudhatul Hasanah	√	
2.	Kemampuan Direktur Pesantren dalam merencanakan, melaksanakan, mengawasi, serta mengevaluasi sistem pemasaran pendidikan Islam Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah	√	
3.	Partisipasi tenaga pendidik dalam pengadaan manajemen pemasaran di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah	√	
4	Sarana dan prasarana serta lingkungan pesantren yang mendukung kualitas pendidikan islam di pesantren Ar-Raudhatul Hasanah	√	
5	Partisipasi pengajar dan santri/ wati dalam mempertahankan eksistensi pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah	√	
6	Kemampuan pengajar dan santri/wati yang berpegang teguh pada visi dan misi serta motto pesantren	√	



Lampiran 6: Instrumen Manajemen Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan Islam di Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan

NO	Dokumen yang Diteliti	Kondisi	
		Ada	Tidak Ada
1.	Profil sekolah	√	
2.	Visi, misi dan tujuan sekolah	√	
3.	Data guru	√	
4.	Jumlah santri/ Wati keseluruhan	√	
5.	Jumlah Santri/ Wati Baru	√	
6.	Sarana dan Prasarana	√	
7.	Motto Pesantren	√	



Lampiran 7 : Foto Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Foto wawancara dengan Wakil Direktur Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan



Pusat perkantoran(Lt.1) dan Mesjid (Lt.2) Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan

# INFORMASI PENDAFTARAN

## SANTRI / WATI BARU PESANTREN AR-RAUDLATUL HASANAH T.P. 2020-2021

### Prosedur Pendaftaran Online

- Akses <https://raudhah.ac.id/daftaronline>
- Isi formulir pendaftaran dengan lengkap (sesuai dengan data yang tertulis di KK, KTP, NISN dan STTB/ UJAZAH).  
*\*Sebelum mengisi data di formulir yang tersedia tentukan pilihan Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah yang dituju:*
  - Ar-Raudlatul Hasanah Medan
  - Ar-Raudlatul Hasanah 2 Lumut-Tapanuli Tengah
- Lakukan pembayaran di Bank Syariah Mandiri (BSM) atau Bank terdekat, dengan menunjukkan nomor kode *Virtual Account* yang diperoleh dari sistem setelah pengisian formulir berhasil tersimpan.
- Akses kembali <https://raudhah.ac.id/daftaronline> kemudian klik menu Login (di bagian kanan atas).
- Login dengan **NIK** dan **PASSWORD** yang telah dibuat saat pendaftaran.
- Silahkan mengunduh (download) Kartu Ujian dan Materi Ujian.
- Proses pendaftaran selesai.

### Materi Ujian

<h4>A. Materi Ujian Lisan</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Wawancara</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Membaca Al-Qur'an</li> </ul> <h4>B. Materi Ujian Tulis</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Imla'/menulis Arab</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Matematika</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Bahasa Indonesia</li> </ul>	<h4>C. Materi Khusus Peserta Ujian Lanjutan</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Bahasa Arab</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Nahwu</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Shorof</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Bahasa Inggris</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Grammar</li> </ul>
---	--

### Berkas Pendaftaran

#### A. Tamatan SD/MI & SMP/MTs

- Fotokopi ijazah yang dilegalisir 3 lembar.
- Fotokopi kartu Nomor Induk Siswa Nasional (NISN) 1 lembar.
- Pasfoto hitam-putih (bagi putra berbaju putih polos tanpa logo/atribut, dan bagi putri mengenakan jilbab putih) berukuran 3x4 sebanyak 6 lembar.
- Fotokopi kartu keluarga dan KTP orang tua/wali 1 lembar.
- Menandatangani surat pernyataan oleh orang tua/wali dan calon santri.
- Surat keterangan sehat dari Puskesmas atau Rumah Sakit Pemerintah (asli)

#### B. Peserta Ujian Lanjutan

- Fotokopi ijazah yang dilegalisir 3 lembar.
- Fotokopi kartu Nomor Induk Siswa Nasional (NISN) 1 lembar.
- Pasfoto hitam-putih (bagi putra berbaju putih polos tanpa logo/atribut, dan bagi putri mengenakan jilbab putih) berukuran 3x4 sebanyak 6 lembar.
- Fotokopi kartu keluarga dan KTP orang tua/wali 1 lembar.
- Menandatangani surat pernyataan oleh orang tua/wali dan calon santri.
- Surat keterangan sehat dari Puskesmas atau Rumah Sakit Pemerintah (asli)
- Raport asli dan SKBB dari Pesantren asal

### Biaya & Agenda Penting

1. Biaya Pendaftaran	Rp. 200.000
2. Biaya Awal Tahun	Rp. 7.100.000
3. Biaya Bulanan	Rp. 900.000
<b>Rp. 8.200.000</b>	

*\* Total pembiayaan santri baru untuk tamatan SD/MI & SMP/MTs Rp. 8.200.000 (Delapan Juta Dua Ratus Ribu Rupiah)*

11 Mei - 3 Juli 2020

**Waktu Pendaftaran**

2-3 Juli 2020

**Registrasi Ulang**

2 Juli 2020

**Bermukim di Pesantren**

4 Juli 2020

**Ujian Masuk Pesantren**

7 Juli 2020

**Pengumuman Kelulusan**

### Info Penting

- Bagi calon santri yang gagal dalam ujian seleksi masuk, maka seluruh biaya akan dikembalikan, kecuali:
  - Biaya pendaftaran**
  - Biaya makan sebanyak yang telah digunakan selama bermukim di Pesantren**
- Bagi santri yang mengundurkan diri setelah dinyatakan lulus pada pengumuman kelulusan, maka biaya yang telah dibayarkan tidak dapat diambil kembali.

#### Info Lengkap

HP/ WA : 0823 6266 4000 (Kantor Sekretariat Pesantren)  
 Ust. Kasri : 0812 6380 2174    Ust. Luqman : 0812 6380 2245  
 Ust. Erwin : 0813 7099 6929    Ust. Mar'an : 0813 9716 9373

[raudhah.ac.id](http://raudhah.ac.id)
[arraudlatulhasanah](https://www.instagram.com/arraudlatulhasanah)
[Ar-Raudlatul Hasanah](https://www.facebook.com/Ar-Raudlatul Hasanah)
0823 6266 4000
[raudhah tv](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Brosur Penerimaan Santri/Wati baru.



Proses penerimaan calon Santri/Wati baru



Pelayanan informasi penerimaan calon santri/wati baru



Gedung pembelajaran santri/wati pesantren Ar-Raudhatul Hasanah



Kegiatan belajar mengajar santri/wati pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Medan