

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI
BARU PADA PONDOK PESANTREN WALI SONGO DUSUN
SUKAJADI KECAMATAN BUMI RATU NUBAN
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Skripsi

**HIMMATUL ALIYAH
NPM: 1741030122**



**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1442H / 2022M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI BARU PADA
PONDOK PESANTREN WALI SONGO DUSUN SUKAJADI KECAMATAN
BUMI RATU NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Program Studi Manajemen Dakwah**

Oleh

HIMMATUL ALIYAH

NPM : 1741030122

Jurusan: Manajemen Dakwah



Pembimbing I : Dr. Mubasit, MM

Pembimbing II : M. Husaini, MT

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442H / 2022M**

ABSTRAK

Melihat fenomena yang terjadi di era globalisasi saat ini, banyak masyarakat yang masih memandang pondok pesantren sebelah mata, karena mendengar kata pondok pesantren pasti akan terpikirkan oleh ilmu-ilmu agama saja, yang mayoritas hanya mempelajari ilmu-ilmu agama dari mengkaji kitab kuning (kitab klasik). Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pondok pesantren dengan mengenalkan dan memasarkan pondok bahwa pondok pesantren saat ini telah berbeda dengan pesantren zaman dahulu, dimana pondok pesantren saat ini banyak yang sudah lebih modern yang menggunakan fasilitas yang canggih sama seperti sekolah modern pada umumnya. Maka menjadi sangat penting memasarkan atau mengenalkan pondok pesantren wali songo kepada masyarakat di era globalisasi saat ini. Dalam perjalanan waktu ke waktu kemudian pondok pesantren tidak hanya berperan sebagai lembaga pendidikan, tetapi perannya menjadi meluas yang ikut mendasari dalam mendorong transformasi sosial dan bangsa ke seluruh lapisan masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo.? Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data interview, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian pondok pesantren wali songo terdapat 2 strategi pemasaran untuk merekrut santri baru yang telah dilakukan pada pondok pesantren wali songo yaitu strategi pemasaran gerilya rendah biaya (*low budget*) yang promosinya menggunakan alumni karena promosi ini tidak menggunakan biaya sedikitpun. Dan strategi komunikasi pemasaran yang melakukan promosi dengan menggunakan media komunikasi. Lalu dalam rekrutmen santri baru yang digunakan pada pondok pesantren wali songo yakni penggunaan media sosial yang telah berkembang pada saat ini menjadikan pelaksanaan rekrutmen lebih mudah efisien dan efektif. Dengan menggunakan media sosial dapat mempermudah masyarakat dan calon santri untuk mengakses informasi pendaftaran yang dapat dilakukan secara online dan offline, Penggunaan 2 jenis rekrutmen ini sangat efektif dalam memanfaatkan media sosial yang ada dan dapat menghasilkan jumlah santri baru yang sangat signifikan dan meningkat setiap tahunnya.

Kata kunci : strategi pemasaran, rekrutmen, dan pondok pesantren.

Abstract

Seeing the phenomena that occur in the current era of globalization, many people still look at Islamic boarding schools with one eye, because hearing the word Islamic boarding school must be only religious sciences will think about it, the majority of which only study religious sciences from studying the yellow book (classical book). Provide an understanding to the public about Islamic boarding schools by introducing and marketing the boarding schools that today's Islamic boarding schools are different from the Islamic boarding schools in the past, where many Islamic boarding schools are now more modern that use the same sophisticated facilities as modern schools in general. So it becomes very important to market or introduce the Wali Songo Islamic Boarding School to the public in the current era of globalization. In the course of time later, Islamic boarding schools not only played a role as educational institutions, but their roles became broader which contributed to the underlying social and national transformation of all levels of society.

This research focuses on the marketing strategy in recruiting new students at the Wali Songo Islamic Boarding School. The research method used by the author is a qualitative research method with a descriptive approach through field research. This research uses interview, observation and documentation data collection techniques.

The results of the research of the Wali Songo Islamic Boarding School there are 2 marketing strategies to recruit new students that have been carried out at the Wali Songo Islamic Boarding School, namely guerrilla marketing strategy low-budget whose promotion uses alumni because this promotion does not use the slightest cost. And a marketing communication strategy that carries out promotions using communication media. Then in the recruitment of new students used at the Wali Songo Islamic Boarding School, namely the use of social media that has developed at this time makes the implementation of recruitment easier, more efficient and effective. Using social media can make it easier for the public and prospective students to access registration information that can be done online and offline. The use of these 2 types of recruitment is very effective in utilizing existing social media and can generate a very significant number of new students and increases every year.

Keywords: marketing strategy, recruitment, and Islamic boarding school.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda di bawah ini:

Nama : Himmatul Aliyah

NPM : 1741030122

Jurusan Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi:

Bandar Lampung, 2022

Penulis,



Himmatul Aliyah
1741030122



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah

Nama : Himmatul Aliyah

NPM : 1741030122

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah di periksa oleh pembimbing I dan pembimbing II, maka untuk itu pembimbing I dan pembimbing II menyetujui untuk disidangkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Mubasit, MM

M. Husaini, MT

NIP. 196612221995031002

NIP. 197812182009121001

Ketua Jurusan,

Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag

NIP. 197106161997032002



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah” disusun oleh **Himmatul Aliyah, NPM 1741030122**, Program Studi **Manajemen Dakwah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Pada Hari / Tanggal : **jumat / 14 Januari 2022**

Tim Penguji

Ketua Sidang : Dr. Hj Suslina, M.Ag ()

Sekretaris : Rouf Tamim, M.Pd.I ()

Penguji I : Badarudin M.Ag ()

Penguji II : Dr. Mubasit M.M ()

Penguji Pendamping : M.Husaini, MT ()

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP. 196104091990031002

MOTTO

وَإِذَا قِيلَ ائْتَسْزُوا فَاَنْسْزُوا يَرْفَعُ اللهُ الَّذِيْنَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِيْنَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ
وَاللهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿٥٨﴾

Artinya: “Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Mujadalah [58] :11)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT senantiasa diberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sholawat teriring salam selalu tercurahkan kepada rasullullah *shallallahu'alaihi wasallam* semoga kita semua mendapat syafaatnya di *yaumul* akhir kelak. Karya kecil ini kupersembahkan untuk yang paling terkasih:

1. Bapak dan ibu yang paling kucintai dan kusayangi (ayahandaku khoiril huda dan ibunda siti baroyah) yang telah mengasuh, membesarkan dan mendidiku, yang tidak henti-hentinya selalu mendo'akan keberhasilanku. Dan pengorbananya yang ikhlas baik moril maupun materil, terimakasih untuk doa yang tak pernah putus serta bimbingan yang sangat berguna bagi saya, mudah-mudahan Allah SWT memulyakan keduanya baik di dunia maupun di akhirat kelak.
2. Adik-adikku tersayang rafifatul husna dan muhammad amirul hamzah yang selalu menjadi penyemangat saya untuk jadi kakak bisa dianut dan banggakan sehingga motivasi saya untuk menjadi lebih baik lagi.
3. Kakek, nenek dan juga Keluarga besar dari pihak ayah dan ibu yang selalu memberi dukungan dan do'a.
4. Teruntuk my bestie dina arif apriliani, dwi septiani, desy purwaningsih, diana putri dan emi yusnita. sahabat rasa saudara yang kusayangi yang selalu saling mensupport, memotivasi menemani dan juga mendampingi dalam proses pembuatan, bimbingan hingga sidang skripsi ini. Saya mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada kalian, kalian terbaik.
5. Teruntuk keluarga kosan al-muhajirin neng nina mayanti, teh susana dan mbak novia. Yang kusayangi yang selalu memberi do'a dan semangat untuk bisa wisuda bersama, saya ucapkan terimakasih banyak atas dukungannya.
6. Teruntuk kholifatun ni'mah, desi fitriana sabila dan rekan-rekan risma asyafi'iyah wali songo yang telah memberi semangat dan motivasi dalam pembuatan karya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya.
7. Pembimbing I dan II bapak Dr. Mubasit MM dan bapak M. Husaini MT, yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran serta memberi arahan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
8. Para dosen dan seluruh staff fakultas dakwah dan ilmu komunikasi yang juga telah memberikan motivasi dan ilmunya.
9. Teman-teman kelas manajemen dakwah C 2017 dan teman-teman dari angkatan 2017 semua jurusan baik dari fakultas dakwah ilmu komunikasi, tarbiah dan keguruan, fakultas syariah dan hukum, fakultas ekonomi dan bisnis islam, ushuluddin dan studi agama.
10. Almamater tercinta Universitas Islam Raden intan lampung yang mengantarkanku dalam meraih cita-cita.

11. Dan tak lupa juga terimakasih sebesar-besarnya untuk diri sendiri, terimakasih wahai diri ini yang telah berjuang sejauh ini, menjadi diri yang kuat, tangguh dan mampu menghadapi pahit manisnya perjalanan ini, tetaplah berjuang meski perjuanganmu tidak pernah dilihat, tetaplah menjadi diri sendiri yang selalu baik-baik saja mekipun sedang tidak baik-baik saja. Terimakasih juga untuk *idol* korea khususnya mamber seventeen, exo, treasure, nct, day6, sm artis dan lainnya, yang telah menghibur lewat lagu-lagu, *realityshow* dan acara-acara hiburan lainnya, tak lupa pula terimakasih untuk *captain* levi acraman dari anime attac on titan, gojo satoru sensei dari jujutsu kaisen, demon slayer, one pice, boku no hero, noragami dan anime-anime lainnya yang menjadi anime penyemangat dan pengisi waktu luang disela-sela mengerjakan skripsi ini.



RIWAYAT HIDUP

Himmatul Aliyah, dilahirkan di desa sukajadi, kecamatan bumi ratu nuban kabupaten lampung tengah, pada tanggal 22 maret 2000, merupakan anak pertama dari tiga saudara dari pasangan bapak khoirul huda dan ibu siti baroyah.

Riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu: pendidikan dimulai dari ibtidaiyah wali songo lampung tengah dan selesai pada tahun 2011, madrasah Tsanawiyah wali songo lampung tengah dan selesai pada tahun 2014, madrasah aliyah ma'arif roudlotut tholibin metro dan selesai pada tahun 2017 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri raden intan lampung dimulai pada semester I tahun akademik 2017.

Bandar lampung,

2022



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil Alamin, segala puji dan syukur bagi Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan penjelasan dan cahaya bagi hamba-Nya yang berfikir dan mencari hidayah, taufik dan inayah-Nya. Dengan rahmat Allah yang maha kuasa penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang “strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo dusun sukajadi kecamatan bumi ratu nuban kabupaten lampung tengah”. Sholawat dan salam tercurahkan kepada junjungan kita, suri tauladan nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam, keluarga, sahabat dan umatnya. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial (S1) pada fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN raden intan lampung, tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat berjasa. Oleh karenanya sebagai ungkapan rasa hormat yang tulus penulis mengucapkan rasa terima kasih penulis sampaikan atas bantuan kepada:

1. Bapak Dr. H. Khimsahrial Romli, M.Si selaku dekan dari fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN raden intan lampung beserta stafnya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Hj. Suslina, M.Ag selaku ketua jurusan manajemen dakwah dan staff jurusan yakni bapak M. Husaini, MT serta bapak Rauf Tamim, M.Pd yang telah membantu memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis demi terselesaikannya study ini.
3. Bapak Dr. Mubasit MM selaku pembimbing I dan bapak M. Husaini MT selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran di sela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen fakultas dakwah dan ilmu komunikasi yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa sampai detik ini, dan juga pihak akademik yang telah memberikan pelayanan dari awal kuliah sampai dengan selesai kuliah.
5. Kyai Syaikul Ulum Syuhadak, M.Pd. sebagai ketua yayasan pondok pesantren wali songo yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian, serta segenap pengurus khususnya saudara Imam Mursyid selaku ketua pengurus pondok pesantren wali songo, Muhammad Herdiawan selaku sekretaris pondok pesantren wali songo, Ahsanul Imam Syaiful Rijal selaku wakil sekretaris, dan saudari Qurrota A'yun sekertaris penerimaan santri baru pondok pesantren wali songo, yang telah membantu, memberikan informasi kepada penulis, serta telah menyediakan waktu dan tempat untuk penelitian ini sehingga data yang diperlukan dapat terpenuhi.

6. Teman-teman seperjuanganku manajemen dakwah angkatan 2017 fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN raden intan lampung.

Hanya do'a yang selalu penulis panjatkan kepada allah swt dan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik bantuan moril maupun materi, semoga mendapatkan balasan dari yang maha kuasa untuk mengabulkan harapan dan diberikan segala macam nikmat, amin allahuma amin. Dan penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca pada umumnya, dan khususnya segenap keluarga besar jurusan manajemen dakwah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki dimasa mendatang.

Bandar lampung, 2022

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian.....	5
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	5
H. Metode Penelitian	6
I. Sistematika Pembahasan	9
BAB II STRATEGI PEMASARAN, REKRUTMEN, DAN PONDOK PESANTREN	11
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Strategi Pemasaran Gerilya	17
3. Strategi Pemasaran Digital	21
4. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam	23
5. Proses perencanaan	24
B. Rekrutmen	25
1. Pengertian Rekrutmen	25
2. Tujuan Rekrutmen	26
3. Proses Rekrutmen	27
C. Pondok Pesantren	28
1. Pengertian Pondok Pesantren dan Santri	28
2. Tujuan Pondok Pesantren.....	30

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Wali Songo	32
1. Sejarah Berdirinya pondok pesantren wali songo	32
2. Visi Dan Misi Pondok Pesantren Wali Songo	34
3. Letak Dan Keadaan Geografis Pondok Pesantren Wali Songo	34
4. Produk Dalam Pondok	35
5. Harga Atau Pembiayaan.....	36
6. Kondisi Sarana Dan Prasarana	38
7. Keadaan Ustadz/ Ustadzah Dan Santri	48
8. Struktur Lembaga Pondok Pesantren Wali Songo	50
9. Kelemahan Dan Kelebihan Lembaga	51
10. Data Umum Pondok Pesantren Wali Songo	51
B. Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo	52
1. Tujuan Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru	53
2. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran Yang Digunakan Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo	54
3. Peran Pondok Pesantren Wali Songo	66
4. Inidkator Keberhasilan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren	66
5. Perkembangan Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru	67
6. Perkembangan Dan Pencapaian	68
7. Dampak Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru	73
BAB IV HASIL PENELITIAN	75
A. Strategi Pemasaran	75
B. Rekrutmen santri baru pada pondok pesantren wali songo	82
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	83
A. Kesimpulan	83
B. Rekomendasi	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Rincian Biaya Administrasi Keuangan Pondok Pesantren Wali Songo Tahun Ajaran 2021/2022 ..	36
3.2 Rincian Biaya Perbulan	38
3.3 Kepengurusan Pondok Pesantren Wali Songo Putra	43
3.4 Kepengurusan Pondok Pesantren Wali Songo Putri	43
3.5 Kepengurusan Departemen Pondok Pesantren Wali Songo Putra	44
3.6 Kepengurusan Departemen Pondok Pesantren Wali Songo Putri	44
3.7 Struktur Kepengurusan Asrama Putra	45
3.8 Struktur Kepengurusan Asrama Putri	46
3.9 Jumlah Santri Pondok Pesantren Wali Songo	49
3.10 Alumni Yang Menjadi Ikon Dalam Strategi Pemasaran	56
3.11 Jumlah Santri Baru	69
Diagram Alir	
Struktur Dewan Yayasan Pondok Pesantren Wali Songo	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 brosur pondok pesantren wali songo	57
3.2 Kalender	58
3.3 kiyai berdakwah di desa dengan mengisi ceramah santunan anak yatim	59
3.4 kiyai derdakwah dengan mengisi ceramah di sebuah masjid desa	60
3.5 kiyai berdakwah di kota.....	60
3.6 akun official facebook pondok	62
3.7 halaman facebook wali songo	62
3.8 akun instagram pondok wali songo	63
3.9 situs web pencarian pondok pesantren wali songo di google	64
3.10 akun youtube pondok wali songo	65
3.11 foto santri putra	70
3.12 foto santri putri	70
3.13 Foto Salah Satu Alumni Pondok Yang Menjadi Imam Dalam Sholawatan	71
3.14 Santri Dan Alumni Menjadi Pemain Rebahana Atau Hadroh Saat Acara Sholawatan	71
3.15 Santri Dan Alumni Menjadi Pemain Rebaha Atau Hadroh Saat Acara Sholawatan	72
3.16 Santri Sebagai Pengiring Sholawat Diacara Akikah	72

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman pengumpulan data
2. Surat keputusan judul skripsi
3. Surat konsultasi skripsi
4. Surat rekomendasi dari dekan ke kesbangpol (PTSP)
5. Surat rekomendasi penelitian kesbangpol (PTSP)
6. Surat keterangan telah melakukan penelitian di pondok pesantren wali songo



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada skripsi ini, judul yang penulis ambil yaitu “*Strategi Pemasaran dalam merekrut santri baru pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah*”.

Agar tidak ada kekeliruan dan kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi, maka penulis memaparkan penjelasan terhadap kata atau istilah yang terdapat dalam judul skripsi tersebut.

Strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.¹ Berikut strategi pemasaran menurut para ahli :

Strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha.² Menurut Fandy Tjiptono strategi pemasaran adalah seni atau ilmu untuk menjadi pemimpin. Sering juga diartikan sebagai rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu.³

Berdasarkan dari pendapat beberapa ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah penentuan cara atau petunjuk yang efektif untuk program pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dengan melalui beberapa cara yang telah disusun.

Selanjutnya rekrutmen menurut para ahli :

T. Hani Handoko, mendefinisikan rekrutmen adalah proses pencarian dan pemikatan para calon karyawan (pelamar) yang mampu untuk melamar sebagai karyawan.⁴ Menurut Hasibuan, rekrutmen adalah kegiatan mencari dan mempengaruhi tenaga kerja agar mau melamar lowongan pekerjaan yang masih kosong di perusahaan, kegiatan mencari dan mempengaruhi maksudnya adalah

- 1) Kegiatan mencari yaitu menetapkan sumber-sumber tenaga kerja yang akan ditarik.
- 2) Memengaruhi adalah menetapkan cara-cara penarikannya seperti melalui iklan pada media massa atau melalui karyawan yang telah ada.⁵

¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 102

² Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Kusuma, *Menggagas Bisnis Ilami*, (Jakarta, Gema Insani Pres, 2002), h.169.

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, h. 3.

⁴ T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta, Bpfe, 2014), h. 69

⁵ R. Supomo dan eti nur hayati, *manajemen sumber daya manusia*, (Bandung: Yrama Widya, 2018) h. 42

Menurut R.Wayne Mondy pengertian merekrut adalah proses menarik orang-orang pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang cukup, dan dengan persyaratan yang layak, untuk mengisi lowongan dalam organisasi.⁶

Rekrutmen menurut yang penulis maksud dalam penelitian ini merupakan tindakan atau cara dari suatu instansi, lembaga atau organisasi untuk mencari seseorang agar masuk dan menempati ruang yang kosong atau ruang yang dibutuhkan demi perkembangan dan tercapainya visi dan misi yang telah ditetapkan sebagai sumber utama kemajuan lembaga tersebut.

Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan dan menghadapi persaingan yang semakin ketat di masa depan, strategi pemasaran merupakan perencanaan yang merupakan cara-cara yang akan dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah lembaga baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Atau lebih tepatnya serangkaian rencana yang menggambarkan bagaimana sebuah lembaga agar dapat berkembang melalui beberapa cara agar tujuan dapat tercapai.

Berdasarkan penegasan judul diatas maka yang dimaksud dalam judul penulis adalah strategi pemasaran yang dilakukan pondok pesantren wali songo dalam merekrut santri baru untuk mengajak, atau mempengaruhi masyarakat sehingga percaya dan yakin untuk mendaftarkan dan memasukkan anaknya di pondok pesantren wali songo.

B. Latar Belakang Masalah

Keberadaan pondok pesantren adalah sebagai lembaga pendidikan yang telah ikut berperan aktif dalam membangun bangsa melalui pendidikan agama (*tafaqquh fiddin*), pengembangan masyarakat dan lembaga yang mampu menjadi benteng akhlakul karimah dan moral bangsa dari budaya luar yang tidak baik.

Melihat fenomena yang terjadi di era globalisasi saat ini, banyak masyarakat yang masih memandang pondok pesantren sebelah mata, karena mendengar kata pondok pesantren pasti akan terpikirkan oleh ilmu-ilmu agama saja, yang mayoritas hanya mempelajari ilmu-ilmu agama dari mengkaji kitab kuning (kitab klasik).

Namun tak sedikit masyarakat sudah paham akan pentingnya pendidikan dan sangat butuh pembimbing keagamaan untuk anaknya, tak sedikit pula masyarakat rela mengeluarkan usaha, upaya dan *budget* (biaya atau rencana anggaran keuangan) yang besar demi anaknya mau belajar agama, salah satunya dengan di masukan ke pondok pesantren di agar mendapat ilmu keagamaan yang lebih baik.

Dalam perjalanan waktu ke waktu kemudian pondok pesantren tidak aja hanya berperan sebagai lembaga pendidikan, tetapi perannya menjadi meluas

⁶ T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia...*, h. 69

yang ikut mendasari dalam mendorong transformasi sosial dan bangsa ke seluruh lapisan masyarakat. Dari peranan yang sangat berat tersebut, maka perlu adanya peningkatan kualitas pendidikan dari berbagai sisi, baik sisi fisik (sarana dan prasarana), maupun dari non fisik (pengembangan SDM, administrasi, manajemen, dll). Diharapkan dari berbagai peningkatan baik dari bidang fisik maupun non fisik dengan sarana dan prasarana yang represif dan ditunjang dengan pengembangan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas. Dengan demikian pondok pesantren wali songo akan semakin maju dan berkembang untuk menghadapi era globalisasi.

Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pondok pesantren dengan mengenalkan dan memasarkan pondok bahwa pondok pesantren saat ini telah berbeda dengan pesantren zaman dahulu, dimana pondok pesantren saat ini banyak yang sudah lebih modern yang menggunakan fasilitas yang canggih sama seperti sekolah modern pada umumnya. Maka menjadi sangat penting memasarkan atau mengenalkan pondok pesantren wali songo kepada masyarakat di era globalisasi saat ini.

Dalam kegiatan memasarkan atau mengenalkan pondok, pondok pesantren wali songo kini merupakan pondok pesantren salaf cukup besar dan terkenal karena pondok wali songo kini telah memiliki 1.575 santri dan terdapat dua jenis fasilitas pendidikan yang lengkap yakni pendidikan formal dan non formal, pendidikan formal yang lengkap mulai dari pendidikan usia dini (PAUD), madrasah ibtidaiyah (MI), madrasah tsanawiyah (MTS), dan madrasah aliyah (MA). Dan pendidikan non formalnya yaitu madrasah diniyah (mengkaji kitab kuning). Lalu strategi pemasaran pondok pesantren yaitu menawarkan pemberian atau penanaman keilmuan agama dan umum lainnya, serta keterampilan-keterampilan hidup (*life skill*) bagi para santri seperti, menjadi penyebarluasan dakwah islam, hafidz, qiro'ah, khotmil qur'an, da'i, hadroh, menjahit, drum-band, pramuka, dan keahlian mengajar.

Dalam pandangan penulis pondok pesantren wali songo ini memiliki strategi pemasaran yang unik dan bervariasi yakni dimana santri dan alumni yang bangga dengan almamater tercinta karena dapat menuntut ilmu, membangun bakat dan mengembangkan kemampuannya di pondok yang menjadikan santri tersebut menjadi orang berguna di masyarakat, santri dan alumni tersebut menjadi ikon utama kebanggaan dari lembaga, prestasi-prestasi yang dimiliki santri akan menjadikan tanda pengenal sebagai kelebihan pondok pesantren kepada masyarakat, melalui strategi pemasaran yang disebut sebagai strategi promosi dengan menggandeng para santri dan alumni untuk ikut terlibat langsung pada masyarakat guna meningkatkan minat masyarakat agar lebih tertarik untuk mendaftarkan dan memasukan anaknya belajar di pondok pesantren wali songo.

Sangat penting strategi pemasaran dalam memasarkan pondok pesantren kepada masyarakat dan menyakinkan para calon santri untuk menuntut ilmu di

pondok pesantren wali songo terutama untuk menghadapi era modern ini. Disinilah sebaiknya strategi pemasaran pondok pesantren dan rekrutmen santri digunakan untuk mengembangkan pondok bukan hanya yang selama ini mengenal pondok pesantren dari mulut ke mulut saja tapi dengan konteks strategi pemasaran dan rekrutmen yang baik.

Strategi sangat diperlukan karena strategi merupakan sarana bersama dalam menentukan arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Upaya strategi pemasaran dalam meningkatkan masyarakat agar tertarik atau minat untuk belajar di pondok pesantren, untuk mendapatkan santri diperlukan strategi promosi yang matang, sehingga hasil (*output*) dari pondok pesantren dapat diandalkan dan mengetahui lebih baik jauh terhadap pola-pola yang dikembangkan dalam mentransformasikan materi-materi keilmuan apa saja untuk menciptakan dan meningkatkan potensi santri tersebut.

Untuk mengkaji hasil jawaban tentang strategi pemasaran yang digunakan dalam merekrut santri baru, penulis menjadikan fokus dalam penelitian skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah”.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo.

Dari fokus ini di bagi menjadi beberapa subfokus yaitu:

1. Strategi pemasaran sebagai hal yang sangat penting bagi sebuah lembaga, termasuk lembaga pondok pesantren wali songo.
2. Rekrutmen santri baru

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, penulis merumuskan “bagaimana strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo”.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “untuk mengeksplorasi strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo”.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini memberikan 2 manfaat yaitu:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan keilmuan jurusan manajemen dakwah, terkait dengan strategi pemasaran dan cara merekrut santri untuk mencapai tujuan pada sebuah pondok pesantren.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat dijadikan introspeksi lembaga dalam mengelola promosi pondok pesantren sehingga dapat menjadikan pondok pesantren yang lebih baik dan lebih dikenal banyak masyarakat umum.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Banyak karya ilmiah ataupun penelitian tentang strategi pemasaran pondok pesantren dalam merekrut santri baru yaitu :

Nikmahtul alifah dengan judul skripsi "*strategi pemasaran dalam merekrut santri pada pondok pesantren diniyyah putri lampung*" jurusan manajemen dakwah dengan inti penelitian adalah peneliti mendapatkan hasil bahwa pondok pesantren diniyyah putri lampung melakukan strategi pemasaran dalam merekrut santri baru yakni dengan strategi promosi, yang dibagi menjadi 2 yakni strategi promosi dengan menggunakan media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni santri. Selanjutnya dalam merekrut santri, pondok pesantren diniyyah putri yakni dengan cara bersosialisasi khusus kepada para remaja putri saja dengan memanfaatkan media sosial hasil dari strategi pemasaran. Perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni dalam proses rekrutmen santri, dimana pondok pesantren diniyyah putri hanya merekrut santri dengan menggunakan metode bersosialisasi kepada para remaja putri saja, sedangkan proses rekrutmen santri pada pondok pesantren wali songo ditujukan untuk anak-anak hingga remaja baik putra maupun putri dengan menawarkan kegiatan-kegiatan yang dapat mengubah keterampilan hidup (life skill) seperti pendakwah, penghafal al-qur'an (hafidz/ hafidzoh), qiro'ah, khotmil qur'an, hadroh, dan masih banyak lagi.⁷

Rohmat asnawi "*strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas santri di pondok pesantren al-qodir tanggamus*" jurusan manajemen dakwah dengan inti penelitian adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas santri di pondok pesantren al-qodir yani menggunakan bauran pemasaran meliputi product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi). Hanya saja dari keempat bauran pemasaran tersebut yang lebih dominan dalam meningkatkan kuantitas santri yaitu dengan strategi promosi dengan menggunakan tausiah kyai, alumni, dan media sosial. Perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah strategi pemasaran pada pondok

⁷ Nikmahtul Alifah "*Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri*" (Skripsi, Uin Raden Intan Lampung, 2019)

pesantren wali songo lebih kepada produk yang ditawarkan, tempat yang strategis dan promosi yang digunakan melalui alumni dan lewat media sosial dalam skala besar.⁸

Khoirun nisa' "*strategi pemasaran pondok pesantren nurul 'ulum kauman kota gajah lampung tengah*" jurusan manajemen dakwah dengan hasil penelitian adalah pondok pesantren nurul 'ulum melakukan strategi pemasaran dalam memperoleh santri baru dengan beberapa strategi diantaranya melalui media dakwah, periklanan, perbaikan mutu kurikulum pondok pesantren dan fasilitas pesantren. perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini hanya menjelaskan strategi pemasaran pondok namun tidak ada rekrutmen untuk merekrut santri.⁹

Salahudin Majid, Syamsuddin RS., dan Moch. Fakhruroji "*manajemen strategi pesantren dalam mengembangkan bakat dan minat santri*" inti dari penelitian ini strategi pemasaran, berupa lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pondok pesantren dan lingkungan eksternal berupa ancaman dan peluang. Perbedaan dengan penelitian ini adalah manajemen strategi pemasaran berupa lingkungan internal dan eksternal sedangkan strategi pemasaran dengan menggunakan promosi juga sangatlah penting.¹⁰

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian berasal dari kata "*metode*" yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan "*logos*" yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan.¹¹

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dilakukan dengan penelitian lapangan. Pendekatan deskriptif yaitu data yang diambil berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kata kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Laporan yang berisi tentang kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

⁸ Rohmat Asnawi "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Di Pondok Pesantren Al-Qodir Tanggamus*" (Skripsi, Uin Raden Intan Lampung, 2020)

⁹ Khoirotn Nisa' "*Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul 'Ulm Kauman Kota Gajah Lampung Tengah*" (Skripsi, Uin Raden Intan Lampung, 2017)

¹⁰ Salahudin Majid, Syamsuddin Rs., Dan Moch. Fakhruroji "*Manajemen Strategi Pesantren Dalam Mengembangkan Bakat Dan Minat Santri*" (Jurnal Manajenen Dakwah, Vol 3, No 1, 2018)

¹¹ Cholid Narbuko, Abu Achadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2015), h. 1

Maka dari itu peneliti harus aktif dalam mengumpulkan data penelitian. Yang dimaksudkan mengetahui informasi tentang strategi pemasaran apa yang digunakan pondok pesantren wali songo untuk merekrut santri baru.

2. Teknik pengumpulan data

Metode yang akan dilakukan oleh Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.¹² Observasi yang dilakukan yakni observasi non partisipan dimana peneliti tidak ikut dalam kehidupan orang akan diobservasi (lembaga), dengan cara terpisah berkedudukan selaku pengamat, dalam hal ini peneliti hanya sebagai pengamat saja tanpa harus ikut terjun langsung ke lapangan.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹³

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin yaitu pewawancara bebas bertanya dengan membawa kerangka pertanyaan untuk disajikan kepada responden, dan responden diberi kebebasan menjawab atas pertanyaan yang dilontarkan oleh pewawancara.

Penulis akan mengaplikasikan metode ini kepada pengurus, dan santri untuk mengetahui sarana dan prasarana, kondisi pondok pesantren, kondisi pendidikan di pondok pesantren, dan strategi pemasaran yang digunakan dalam merekrut santri baru.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumentasi, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.¹⁴ Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pendukung dan pelengkap dari data wawancara dan observasi. Seperti menghimpun data tentang sejarah berdirinya pondok pesantren wali songo, visi, misi, dan tujuan, daftar tenaga pengajar, jumlah santri dari tahun ketahun,

¹² Husaini Usman Purnomo, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 54

¹³ Cholid Narbuko, Abu Achadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), h.

¹⁴ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, (Yogyakarta:UGM Press, 1992), h.72

kondisi sarana dan prasarana penunjang serta hal-hal lain yang dibutuhkan.

3. Teknik analisis data

Teknis analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Bongdan mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain. Sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁵ Analisis data yang digunakan peneliti yaitu deskriptif kualitatif dengan menggambarkan dan menjabarkan secara jelas strategi pemasaran pondok pesantren wali songo dalam merekrut santri baru yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

Menurut miles dan huberman, analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁶ Berikut pengertian dari ketiga alur tersebut yaitu:

a. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian, namun reduksi juga jangan sampai menghilangkan data yang penting.

b. Penyajian data (*data display*)

Menurut miles dan huberman, bahwa penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan, semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih.

c. Menarik kesimpulan (*verifikasi*)

Kesimpulan atau *verifikasi* adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari

¹⁵ Sugiyono, *metode penelitian kombinasi (mised methodes)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h, 332

¹⁶ Sandu Siyoto, dan Ali Sodik, *dasar metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h, 123

hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

4. Sumber data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya.¹⁷ Data primer juga sering disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*, peneliti harus mengumpulkan data secara langsung untuk data primer ini, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran kuesioner.

Adapun sumber data primer yang didapat dalam penelitian diambil dari sejumlah pengurus pondok pesantren wali songo yaitu:

1. Lurah pondok putra berjumlah 1 orang
2. Sekretaris pondok putra berjumlah 2 orang
3. Pengurus departemen kominfo 1 orang
4. Sekretaris panitia rekrutmen 1 orang
5. Pengurus asrama 1 orang
6. 2 orang santri

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, data sekunder dapat diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan, maupun dari pihak lain.

I. Sistematika pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, maka peneliti akan membagi kedalam lima bab terbentuk uraian dan pastinya berkaitan antara bab 1 dengan bab yang lainnya :

BAB I : pendahuluan, terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, fokus dan sub fokus, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : landasan teori yang terdiri dari : strategi pemasaran, rekrutmen, dan pondok pesantren.

BAB III : gambaran umum objek penelitian terdiri dari sejarah berdirinya, lokasi, visi misi, kondisi sarana dan prasarana, struktur lembaga, kelemahan dan kelebihan yang dimiliki pondok.

¹⁷ Ibid. h, 68

BAB IV : membahas tentang hasil penelitian dalam bab ini menjelaskan strategi pemasaran dalam merekrut santri baru pada pondok pesantren wali songo.

BAB V :bab terakhir sebagai penutup dan akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti.

Lalu pada bagian akhir berisi daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penelitian skripsi, serta beberapa lampiran selama melakukan penelitian.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Baru Pada Pondok Pesantren Wali Songo Dusun Sukajadi Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah”, dapat disimpulkan sebagai berikut: terdapat 2 strategi pemasaran untuk merekrut santri baru yang telah dilakukan pada pondok pesantren wali songo yaitu strategi pemasaran gerilya rendah biaya (*low budget*) yang promosinya menggunakan alumni, promosi ini tidak menggunakan biaya sedikitpun. Teknik promosi pondok hanya menggunakan alumni untuk mengenalkan produk yang ada di pondok pesantren dan apa saja keunggulannya, alumni yang menyebarkan informasi tentang pondoknya di masyarakat adalah alumni yang bangga dan sangat mencintai almamater pondok tercinta sehingga mengajak masyarakat untuk mondok di pondok pesantren wali songo.

Strategi pemasaran digital yang dilakukan pondok wali songo yakni melakukan promosi dengan menggunakan media digital yang memanfaatkan media-media sosial yang ada seperti website, facebook, instagram dan youtube, Dengan berjalanya strategi ini pondok pesantren wali songo kini semakin terus maju, berkembang dan mengikuti arus globalisasi saat ini.

Dengan strategi pemasaran tersebut, pondok pesantren wali songo di harapkan bisa lebih semakin maju dan berkembang. Strategi pemasaran ini memiliki pengaruh yang sangat berarti untuk pondok pesantren wali songo, yaitu:

- 1) Pondok memiliki tujuan yang jelas dalam memasarkan pondok pesantren.
- 2) Memiliki sarana pemasaran yang memadai
- 3) Lebih termotivasi untuk menambah dan memperbaiki produk-produknya.
- 4) Dan lebih percaya diri untuk bersaing di era modern meskipun berbasis salafiyah.

Pelaksanaan rekrutmen lebih mudah efisien dan efektif. Dengan menggunakan media sosial dapat mempermudah masyarakat dan calon santri untuk mengakses informasi pendaftaran yang dapat dilakukan secara online dan offline, Penggunaan 2 jenis rekrutmen ini sangat efektif dalam memanfaatkan media sosial yang ada dan dapat menghasilkan jumlah santri baru yang sangat signifikan dan meningkat setiap tahunnya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, tentunya ada hal-hal yang peneliti temukan dan dirasa perlu adanya perbaikan, berikut beberapa saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pondok pesantren wali songo, diantaranya:

1. Dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran, pondok pesantren wali songo diharapkan membuat job yang jelas dan mempunyai target yang dapat diukur berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang digunakan pondok pesantren wali songo dan menjadikan SDM yang berkualitas dengan manajemen yang

- modern. panitia rekrutmen juga perlu membuat job yang jelas lebih khususnya dalam menentukan kriteria santri supaya lebih rinci dan jelas lagi agar nantinya para santri menjadi lebih siap untuk dikembangkan di pondok pesantren.
2. Dan perlu lebih dikembangkan produk produk yang mencetak kader-kader pemimpin berkualitas dalam keilmuan, berakhlak mulia, kompetitif, profesional dan berjiwa pesantren, serta menjadi tempat beribadah yang berlandaskan ahlussunnah wal jama'ah.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Saitul Nur, *Pesantren Mahasiswa: Pesantren Masa Depan Menggagas Pesantren Masa Depan*, Yogyakarta: Qirtas, 2003.
- Al Arif Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : alfabeta, 2012.
- Alma Buchari, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, Bandung, alfabeta, 2007.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Pers, 2014
- Burhanudin Jajat Dan Afriyanti Dina, *Mencetak Muslim Modern*, Jakarta : Pt. Raja Grafindo, 2006
- Firmansyah M. Anang, *komunikasi pemasaran*, Pasuruan, Qiara Media, 2020
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta:UGM Press, 1992
- Handoko T. Hani *Manajemen Personalia Dan Manajemen Sumberdaya Manusia*, Yogyakarta, BPFE, IKPI, 2014
- Hasibuan Malayu S.P, *manajemen: dasar, pengertian, dan masalah*, Jakarta; bumi aksara, 2014
- Mondey R. Wayne, *Manajemen Sumber Daya Manusia* edisi ke 10, jilid 1, Jakarta, Erlangga, 2008.
- Mujamil Qomar. *Pesantren Dari Transformasi Metode Menuju Demokrasi Institusi*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Narbuko Cholid Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- Nasution Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014
- Purnomo Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Sawaty Ikhwan dan Tandirerung, Kristina, *Strategi Pembinaan Akhlak Santri Pondok Pesantren*, *Jurnal Al-Mauizhah*, Vol.1, No.1, September 2018
- Sinambela Lijan Poltak, *Manajemen Sumber Daya Manusia Membangun Ilmu Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*, Jakarta. Bumi aksara, 2016.
- Situmorang James rianto, *pemasaran gerilya sebagai alternatif pemasaran konvensional*, *jurnal administrasi bisnis FISIP-Unpar*, vol 12 no. 2, (2016): 176-186

Siyanto Sandu dan Sodik Ali, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Stiawan Kelik dan Tohirin, M. Cakrawala, Vol. X, No. 2, Desember 2015, Universitas Muhammadiyah Magelang.

Sugiyono *Metode Penelitian Kombinasi(Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Suminar Sumi, Syamsuddin, dan Yuliani, Tadbir: *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 3 No. 3 (2018) 171-186, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.

Supomo R. dan Nurhayati, Eti, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (bandung: yrama widya, 2018).

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1995

Umar Husein, *Strategic Management In Action*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Yasmadi *Modernisasi Pesantren*. Jakarta, Ciputat Press, 2002.

Yusanto Muhammad Ismail dan Kusuma, Muhammad Karebet, *menggagas bisnis ilami*, jakarta, gema insani pres, 2002.

Zainal Veithzal Rivai, Dkk, *Islamic Marketing Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara, 2017



Web

Jatmiko, "Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Memperluas Pasar", repository Universitas Esa Unggul, 29-14-2014, <https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>.

Khoir misbahul, "mengidentifikasi segmen pasar dan memilih pasar sasaran" repository universitas islam lamongan, juni 2016. <https://scholar.google.co.id/citations?user=xNvpwucAAA&hl=id>.

Mawarni Ahmad, "Pengaruh Celebrity Endorser Raditya Dika Dalam Iklan Mie Sedap Cup Terhadap Minat Beli Remaja Desa Klangonan Kecamatan Kebomas Kabupaten Gersik", Repository UIN Sunan Ampel Surabaya, 4-2-2014. <http://digilib.uinsby.ac.id/189/5/Bab%202.pdf>.

Rosyida afnani and all, "strategy segmenting, targeting, dan positioning : study on PT. SIDOMUNCUL", repository UIN sunan kali jaga, 2020 <http://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/JIES/article/view/1196>.

Skripsi

Nisa' Khoirotun "*strategi pemasaran pondok pesantren nurul 'ulum kauman kota gajah lampung tengah*" skripsi, uin raden intan lampung, 2017.

Alifah Nikmahtul "*strategi pemasaran dalam merekrut santri pada pondok pesantren diniyyah putri*" skripsi, uin raden intan lampung, 2019.

Asnawi Rohmat "*strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas santri di pondok pesantren al-qodir tanggamus*" skripsi, uin raden intan lampung, 2020.

Majid Salahudin, dkk "*manajemen strategi pesantren dalam mengembangkan bakat dan minat santri*" jurnal manajemen dakwah, vol 3, no 1, 2018.

