

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI
PADA PONDOK PESANTREN BAROKATUL QODIRI
PUGUNG TAMPAK, KOTA KARANG,
KEC. PESISIR UTARA, KAB. PESISIR BARAT.**

SKRIPSI

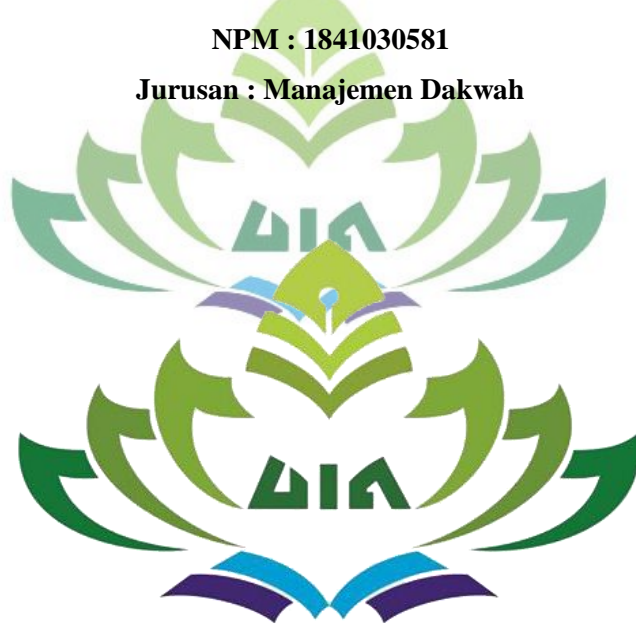
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapat Gelar S1 Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**

Oleh :

IMAM MUDAKKIR

NPM : 1841030581

Jurusan : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI
PADA PONDOK PESANTREN BAROKATUL QODIRI
PUGUNG TAMPAK, KOTA KARANG,
KEC. PESISIR UTARA, KABUPATEN PESISIR BARAT.**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapat Gelar S1 Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**



Oleh :

IMAM MUDAKKIR

NPM : 1841030581

Jurusan : Manajemen Dakwah

Pembimbing I : Dr. M. Mawardi J. M.SI

Pembimbing II : Dr. Mubasit, S. Ag., M. M

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

ABSTRAK

Sangat penting bagi sebuah organisasi maupun lembaga untuk memiliki strategi pemasaran dalam merekrut yang efektif dan berkualitas dalam menjalankan visi dan misi yang sudah dibuat guna mewujudkan tujuan bagi organisasi maupun lembaga itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat pada pondok pesantren yang semakin menurun daya tariknya dikalangan masyarakat dan remaja pada era modern pada saat ini.

Keberadaan pondok pesantren pada dasarnya adalah lembaga Tafaqqul fid din, yaitu lembaga untuk mengkaji dan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman (Al-,ulum al-syari'ah). Sebagai salah satu lembaga pengkajian Agama Islam yang ikut mencerdaskan bangsa, sehingga ketertarikan dari masyarakat untuk memasukan anaknya kedalam pondok yakni atas dasar kepercayaan terhadap kualitas lembaga, dalam memperkenalkan kualitas potensi para santri yang dimiliki Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pesisir Barat kepada masyarakat dengan melalui satrategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam merekrut santri nantinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam merekrut santri pada pondok pesantren Barokatul Qodiri dan apa saja kendala maupun hambatan yang dihadapi dalam proses pelaksanaan strategi pemasaran dalam proses rekrutmen. Metode penelitian yang digunakan penulis metode penelitian deskriptif melalui penelitian lapangan (*Field Research*) dengan populasi 1 orang pengurus yang berperan penting dalam pengelolaan pondok pesantren, sedangkan sampel yang digunakan adalah purposive sampling kepada 1 orang yaitu pimpinan, pengurus pondok 1 orang. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data interview wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian pondok pesantren Barokatul Qodiri melakukan strategi pemasaran dalam merekrut santri baru dengan strategi yakni strategi promosi, yang dikelompokkan menjadi 2 strategi promosi yakni strategi promosi menggunakan media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni santri dimana pondok pesantren yang harus siap dalam menghadapi persaingan di era modern saat ini. Selanjutnya dalam merekrut santri yang digunakan Barokatul Qodiri yakni dengan cara bersosialisasi kepada para remaja dengan memanfaatkan media sosial hasil dari strategi pemasaran. Temuan lain yang penulis dapatkan yakni mengenai kendala yang dihadapi pelaksanaan ada dua bentuk yakni kendala yang bersumber dari lembaga maupun organisasi itu sendiri yang di sebut internal dan bersumber dari lingkungan luar organisasi bergerak yang disebut eksternal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Rekrutmen, Santri, Dan Pondok Pesantren.

ABSTRACT

It is very important for an organization or institution to have a marketing strategy in recruiting that is effective and quality in carrying out the vision and mission that has been made in order to realize the goals for the organization and the institution itself. This study aims to increase interest in Islamic boarding schools whose attractiveness is decreasing among the public and adolescents in the modern era at this time.

The existence of Islamic boarding schools is basically a Tafaqqul fid din institution, which is an institution to study and develop Islamic sciences (Al-,ulum al-syari"ah). As one of the Islamic study institutions that participate in educating the nation, so that the interest of the community to enter their children into the boarding school is on the basis of trust in the quality of the institution, in introducing the potential quality of the santri owned by the Barokatul Qodiri Pesisir Barat Islamic Boarding School to the community through a marketing strategy that effective and efficient in recruiting students later.

This study aims to find out how the marketing strategy is in recruiting students at the Barokatul Qodiri Islamic boarding school and what are the obstacles and obstacles faced in the process of implementing marketing strategies in the recruitment process. The research method used by the author is descriptive research method through field research (Field Research) with a population of 3 administrators who play an important role in the management of Islamic boarding schools and all students, while the sample used is purposive sampling to 1 people, namely the leader, 1 boarding school administrators. This research also uses interview, observation and documentation data collection techniques.

The results of the research of the Barokatul Qodiri Islamic boarding school carried out a marketing strategy in recruiting new students with a strategy namely a promotion strategy, which was grouped into 1 promotional strategies, namely promotional strategies using social media and promotional strategies using santri alumni where Islamic boarding schools must be ready to face competition in the modern era. at the moment. Furthermore, in recruiting students, Barokatul Qodiri used that is by socializing with teenagers by utilizing social media as a result of marketing strategies. Another finding that the authors get is that there are two forms of obstacles faced by the implementation, namely constraints originating from the institution or the organization itself which is called internal and sourced from the external environment of the mobile organization which is called external.

Keywords: Marketing Strategy, Recruitment, Santri, And Islamic Boarding School.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Mudakkir
NPM : 1841030581
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak, Kota Karang, Kec. Pesisir Utara, Pesisir Barat, Lampung” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Bandar Lampung, 1 Juli 2022
Penulis,



Imam Mudakkir
1841030581



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri
Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri
Pugung Tampak Kota Karang Kecamatan
Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat**


**Nama : Imam Mudakkir
NPM : 1841030581
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

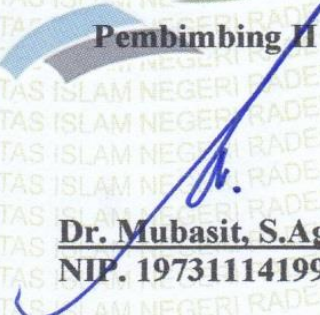
MENYETUJUI

Telah dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. M. Mawardi J. M.Si
NIP. 196612221995031002


Dr. Mubasit, S.Ag., M.M.
NIP. 197311141998031002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah**


Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I
NIP. 197010251999032001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI PADA PONDOK PESANTREN BAROKATUL QODIRI PUGUNG TAPAK, KOTA KARANG, KECAMATAN PESISIR UTARA, KABUPATEN PESISIR BARAT”** disusun oleh: **IMAM MUDAKKIR, NPM: 1841030581,** Jurusan **Manajemen Dakwah.** Telah diujikan dalam sidang munaqosyah pada hari/tanggal **Rabu, 07 Desember 2022**

TIM MUNAQOSAH

Ketua Sidang : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I (.....)

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

Penguji I : Badaruddin, S.Ag.M.Ag (.....)

Penguji II : Dr. Mawardi, J.M.SI (.....)

Penguji Pendamping II : Dr. Mubasit, S.Ag.M.M (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah
Perkataan yang benar.*

(QS. Al-Ahzab: 70)



PERSEMBAHAN

Bersyukur kepada Allah SWT dengan mengucap Alhamdulillah, Bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW, Skripsi ini penulis persembahkan untukmu orang-orang tercinta dan istimewa dalam kehidupanku:

1. Kedua orangtua tercinta, Bapak Wagiran dan Ibu Kamiyatin yang penuh kasih keikhlasan dan kasih sayang serta kesabaran dalam membimbing dan mendidik saya agar menjadi manusia yang lebih baik di dunia dan di akhirat, yang selalu mendoakan demi kesuksesan saya, serta yang selalu memberi nasihat dan semangat untuk msa depan yang lebih baik.
2. Kakak kandung ku tercinta dan tersayang, Mba Nurjanah, Mas Muslimmin, dan Mba Insiyah yang selalu memberikan semangat dan motivasi disetiap perkuliahan ini.
3. Terimakasih untuk kekasihku Fenti Asmawati yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan study ini.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung terimakasih selama ini telah menadi tempat menuntut ilmu serta menambah wawasan yang lebih luas



RIWAYAT HIDUP

Imam Mudzakkir dilahirkan didesa Kupang Ulu Marang, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat, pada tanggal 02 April 2000, yang merupakan anak ke empat dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Wagiran dan Ibu Kamiyatin.

Riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu: Pendidikan sekolah dasar ditempuh di SDN 03 Marang, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat, Selesai pada tahun 2012, sekolah lanjut tingkat pertama di MTS Darussolihin Sukamaju, selesai pada tahun 2015, sekolah lanjut tingkat atas di MA Baroatul Qodiri Pugung Tampak, selesai pada tahun 2018, ditahun yang sama tepatnya tahun 2018 terdaftar sebagai salah satu Mahasiswa di Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Nengri Raden Intan Lampung.

Selama saya menadi mahasiswa, saya aktif diberbagai kegiatan intra maupun extra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.



KATA PENGANTAR

Assalam'ualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil' Alamin, Puji Syukur Penulis Persembahkan Kepada Allah SWT Yang Masih Mencurahkan Rahmat Dan Hidayah-Nya Sehingga Proposal Skripsi Dengan Judul **“Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak, Kota Karang, Kec. Pesisir Utara, Pesisir Barat, Lampung”** dapat terselesaikan. Kemudian shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti., S.Sos., M.Sos.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan Bapak Badaruddin, S.Ag., M.Ag selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah.
3. Dr. M. Mawardi J. M.SI selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Mubasit, S. Ag., M.Sos.I selaku Pembimbing II yang penuh kesabaran dalam membimbing dan mengarahkan demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Para Ustadz dan Ustadzah dan Pengurus Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.
5. Seluruh Dosen Prodi Manajemen Dakwah dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama studi.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen Dakwah, kelas G, angkatan 2018 yang tidak bisa kusebutkan satu-persatu terimakasih telah memberikan support demi penyelesaian skripsiku.
7. Teman-Teman Seperjuangan KKN Desa Candimas Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Serta Kepada rekan-rekan organisasi yang selalu support demi menyelesaikan skripsiku.
8. Dan semua pihak yang telah membantu tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita selalu diberikan kesehatan dan terikat ukhuwah islamiyah.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna. Akan tetapi dari proposal skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah.

Wassalam'ualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
G. Kajian Terdahulu yang Relevan	6
H. Metode Penelitian	7
I. Sistematika Pembahasan	11
BAB II STRATEGI PEMASARAN DALAM MEREKRUT SANTRI	
A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	16
3. Peran dan Fungsi Strategi Pemasaran	16
4. Tujuan Strategi Pemasaran	16
5. Strategi Pemasaran Dalam Islam	17
B. Rekrutmen	
1. Pengertian Rekrutmen	18
2. Tujuan Rekrutmen	18
3. Proses Rekrutmen	19
4. Sumber-sumber Rekrutmen	20
5. Hambatan Rekrutmen	21
C. Pondok Pesantren	
1. Pengertian Santri dan Pondok Pesantren	22
2. Fungsi Pondok Pesantren	23
3. Tujuan Pondok Pesantren	24
4. Elemen-elemen Pondok Pesantren	25

**BAB III PONDOK PESANTREN BAROKATUL QODIRI PUGUNG TAMPAK
PESISIR BARAT**

A. Gambarn Umum Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak.....	29
1. Sejarah Pondok Pesantren Barokatul Qodiri	29
2. Letak Dan Keadaan Geografi	30
3. Gambaran Lokal dan Bangunan	31
4. Motto,Visi dan Misi Pondok Pesantren Barokatul Qodiri	31
5. Sasaran Pondok Pesantren Barokatul Qodiri.....	32
6. Sarana Prasarana Pondok Pesantren Barokatul Qodiri	32
7. Kurikulum Pelajaran	32
8. Organisasi-organisasi Santri Pondok Pesantren Nurul ‘Ulum	32
9. Unit Pendidikan Pondok Pesantren Barokatul Qodiri	33
B. Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Baroatul Qodiri Pesisir Barat	35
1. Tujuan Strategi Pemasaran Pondok Dalam Merekrut Santri	35
2. Formulasi Strategi Pemasaran Yang Digunakan Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri.....	37
3. Peran pondok pesantren Barokatul Qodiri	38
4. Perkembangan Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri	38
5. Hambatan Yang Dihadapi Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri	40
6. Indikator Keberhasilan Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri	40
7. Dampak Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri	41
8. Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri.....	41
9. Evaluasi dan Pengendalian	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM EREKRUT SANTRI	
A. Analisis Data Penelitian	42
B. Temuan Penelitian	44
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Kesimpulan	48
B. Rekomendasi	48
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFDAR TABEL

1. Jumlah Bangunan Yang Ada Di Pondok Pesantren.....	30
2. Jumlah Asrama	31
3. Jumlah Lokal Sekolah	31
4. Daftar Pengurus	31
5. Kegiatan Extrakurikuler	33
6. Jumlah Unit Pendidikan	33
7. Daftar Tabbel santri pertahun.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Wawancara/Observasi/Documen Penelitian

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Ketua Pengurus

Lampiran 3 Documentasi Kegiatan Penelitian

Lampiran 4 Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN
Raden Intan Lampung

Lampiran 5 Surat Balasan Dari Pondok Pesantren Barokatul Qodiri

Lampiran 6 SK Judul Skripsi

Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skirpsi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada skripsi ini judul yang penulis ambil yaitu “**Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat**”. 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

Strategi pemasaran menurut Kenneth mendefinisikan strategi pemasaran sebagai pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana sebuah merk atau lini produk untuk mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran menurut Menurut Coray strategi pemasaran yaitu terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan, yaitu pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, dan komunikasi pemasaran.²

Strategi pemasaran menurut Joseph P. Cannon mengemukakan bahwa strategi pemasaran ialah suatu pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.³

Strategi Pemasaran yang dimaksud penulis adalah biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan pondok pesantren.

Rekrutmen didefinisikan oleh Yuniarsih dan Suanto yang dikutip oleh Lijan poltak Sinambela bahwa rekrutmen merupakan kegiatan untuk mendapatkan sejumlah pegawai dari berbagai sumber, sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan sehingga mereka mampu menjalankan misi organisasi untuk merealisasikan visi dan tujuannya.⁴ 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.⁵

Santri menurut Bahasa berarti orang yang mendalami Agama Islam disebut pesantrian (pesantren) yang menjadi tempat belajar para santri.

Merekrut santri menurut penulis diartikan sebagai suatu proses atau cara dalam penarikan untuk mendapatkan sejumlah para calon orang-orang yang siap mendalami Agama Islam disebut pesantren dalam hal ini disebut sebagai (Santri).⁶

Dhofier mendefinisikan bahwa pondok pesantren adalah lembaga tradisional islam untuk mempelajari, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran islam

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

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rnika Cipta, 2009), h. 339.

³ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 31.

⁴ Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Membangun Tim Kerja Silid Untuk Meningkatkan Kinerja)*, Jakarta ; Bumi Aksara, 2016, h.120

⁵ T. Hani Handoko, *Manajemen Personalial dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta, BPFE, 2014), h. 69

⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), h.783

dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.⁷ Menurut Nasir mendefinisikan bahwa pondok pesantren adalah lembaga keagamaan yang memberikan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan Ilmu Agama Islam.⁸ Rabithah Maahid Islamiyah mendefinisikan pesantren sebagai lembaga Tafaqquh Fi Al-Din yang mengemban misi meneruskan risalah Muhammad SAW sekaligus melestarikan ajaran islam yang berhaluan *Ahlu Al-Sunnah WaalJama'ah* „*Ala Tariqah Al-Mazahib Al-„Arba'ah*.⁹

Menurut team penulis Departemen Agama dalam buku “Pola Pembelajaran Pesantren” mendefinisikan bahwa pondok pesantren adalah lembaga pengajaran islam di mana di dalamnya terjadi interaksi antara kiyai dan ustadz sebagai guru dan para santri sebagai murid dengan mengambil tempat di masjid atau di halaman-halaman asrama (pondok) untuk mengkaji dan membahas buku-buku teks keagamaan karya ulama masa lalu. Dengan demikian, unsur terpenting bagi pesantren adalah adanya kiyai, para santri, masjid, tempat tinggal (pondok) serta buku-buku (kitab kuning).¹⁰

Dapat disimpulkan bahwa pengertian pondok pesantren menurut pandangan penulis sebagai mahasiswi manajemen dakwah pondok pesantren itu merupakan sebuah lembaga dakwah agama islam yang didalamnya terdapat interaksi antara santri dan kiyai bertujuan mencetak para kader-kader da'ii yang profesional, yang berkualitas, memiliki keahlian dalam segala bidang keagamaan, mengkaji buku-buku maupun kitab-kitab ilmu berbasis agama untuk diamalkan dan disebarluaskan sebagai bentuk dakwah kepada masyarakat.

Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat adalah nama sebuah lembaga yang berbasis keagamaan, tempat bermukimnya para santri yang bertujuan menambah ilmu agama terletak di Pugung Tampak Kecamatan Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat. Dalam hal ini mengenai strategi pemasaran yang digunakan sebagai promosi dari perpaduan antara pemberian atau penanaman keilmuan agama dan umum lainnya serta keterampilan-keterampilan hidup (*Life Skill*) bagi para santri demi menghasilkan potensi anak-anak yang shaleh dan shalehah, menjadi kader da'ii, dan generasi Qur'ani dengan hasil agar dapat menarik masyarakat untuk masuk pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan penelitian ini yaitu terhadap biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.

⁷ Ahmad dan Arif Rahman, *Pondok Pesantren*, Jurnal Online Darul „Ilmi Mahasiswa IAIN Padang, Volume 01, No 02 Oktober 2016 diakses pada hari, Minggu 02 September 2018, Pukul 22:05 Wib , h. 3

⁸ Suyono, *Peranan Pondok Pesantren*, Jurnal Online Portal Garuda, Volume 02, No 02 Oktober 2016 diakses pada hari, Senin 03 September 2018, Pukul 08:12 Wib , h. 3

⁹ Herman, *Sejarah Pondok Pesantren*, Jurnal Online Al-Ta'dib, Mahasiswa IAIN Kediri, Volume 06, No 02 Oktober 2013 diakses pada hari, Senin 03 September 2018, Pukul 11:55 Wib, h. 5

¹⁰ Jajat Burhanudin dan Dina Afriyanti, *Mencetak Muslim Modern*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2006), h. 03

B. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan paling tua di Indonesia memegang peran penting dan strategis dalam pendidikan. Sejak awal kelahirannya, pesantren tumbuh, berkembang, dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia, keberadaan pesantren sebagai lembaga pendidikan islam sangat kental dengan karakteristik Indonesia ini memiliki nilai-nilai strategis dalam pengembangan masyarakat Indonesia.

Pandangan masyarakat tentang pondok pesantren hanya sebagai tempat orang untuk belajar ilmu agama dan identik dengan keterbelakangan, karena sebutan pondok pesantren dirasa sangat identik dengan ilmu-ilmu agama, yang mayoritas hanya mempelajari ilmu agama yaitu kitab klasik, maka untuk memajukan pondok pesantren perlu adanya generasi muda yang membangun sebuah bangsa untuk menuntut ilmu di pondok pesantren.

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.

Pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan menggalinya barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.¹¹

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu pada upaya memasarkan suatu produk, baik barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan lebih tinggi, serta yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan. Mengenai kegiatan muamalah yang senantiasa berkembang, sehingga manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan yang semakin moderen dan sesuai syariat islam.

Dalam perkembangan muamalah salah satu yang muncul dimasyarakat yaitu jual beli, serta banyaknya praktek jual beli yang dilakukan masyarakat juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang islami. Apabila dihubungkan antara muamalah dengan pemasaran yaitu suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan, agama mengatur bagaimana etika yang harus dilakukan dalam pemasaran dengan strategi promosi yang sesuai dengan prinsip syariah, supaya salah satu pihak tidak ada yang dirugikan.

Rekrutmen merupakan suatu penarikan sejumlah calon (pendaftar) untuk mengisi posisi yang kosong, perekrutan yang efektif akan membawa peluang pekerjaan kepada perhatian orang-orang yang berkemampuan dan keterampilannya memenuhi spesifikasi pekerjaan maupun posisi tersebut. Menurut Dubois menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses untuk menarik sebanyak mungkin kualifikasi pelamar untuk lowongan yang ada dan bukan diantisipasi, ini merupakan pencarian bakat, pengajaran kelompok terbaik pelamar untuk posisi yang tersedia.

¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2014) h.5

Santri yang memiliki arti orang yang mendalami pembelajaran ilmu agama kepada ustadz atau kiyai dipondok pesantren. Pandangan masyarakat muslim bahwa pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar ilmu agama serta identik dengan kelatar belakang tersebut, mungkin fenomena ini terjadi disemua pondok pesantren di Indonesia. Semakin menurunnya daya remaja dan masyarakat untuk menuntut ilmu di pondok pesantren, sejatinya peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemajuan pondok pesantren di era globalisasi.¹²

Pandangan masyarakat muslim tentang keterbelakangan pondok pesantren dengan mengenalkan bahwa pondok pesantren telah berbeda, dimana saat ini telah banyak pondok pesantren berbasis modern yang telah menggunakan fasilitas canggih sama seperti sekolah moderen pada umumnya. Oleh karenanya pesantren tidak boleh diabaikan begitu saja dalam kehidupan masyarakat di Indonesia yang sangat beraneka ragam ini, maka menjadi penting mengenalkan dan menumbuhkan masyarakat untuk tertarik pada pondok pesantren.

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

Pesantren pada dasarnya adalah lembaga *Tafaqqul fid din*, yaitu lembaga untuk mengkaji dan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman (*Al-'ulum al-syariah*).¹³ Sebagai salah satu lembaga pengkajian agama Islam yang ikut mencerdaskan bangsa, sehingga ketertarikan dari masyarakat untuk memasukan anaknya kedalam pondok pesantren yakni atas dasar kepercayaan terhadap kualitas lembaga, dalam memperkenalkan kualitas potensi para santri yang dimiliki pondok pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak kepada masyarakat dalam melalui strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Pondok pesantren Barokatul Qodiri pada awalnya berdiri tahun 2002 an, dari awal berdiri hingga sampai sekarang pondok pesantren tersebut dipimpin oleh K.H. Mustain Romli Terlebih saat ini pesantren sudah bertransformasi menjadi sebuah lembaga pendidikan modern, Tidak hanya lembaganya yang memiliki manajemen yang terbuka, namun juga lokasinya yang membuat siapapun akan betah berlama-lama tinggal di lingkungan pesantren. Pondok pesantren Barokatul Qodiri saat ini menjadi salah satu pilihan bagi mereka yang kebetulan akan melanjutkan pendidikannya ke tingkat SMP/MTS, dan SMA/MA. Pondok Pesantren Barokatul Qodiri juga menerapkan sistem pengajarnya menggunakan sistem klasikal, yaitu mengaji kitab-kitab kuning dengan metode sorongan, murajaah, bahtsul ma'asil, melakukan shalat dhuha berjamaah serta melakukan kegiatan rebana/hadrohan.¹⁴

Pondok pesantren Barokatul Qodiri secara resmi sudah berbadan hukum dan berbentuk Yayasan yaitu dengan nama "Yayasan Barokatul Qodiri". Dengan jumlah siswa atau santri pada tahun 2018 sebanyak 155 orang dan meningkat menjadi 210

¹² Ahmad dan Zainal, *Fenomena Pesantren*, Pdf Jurnal Online Mahasiswa Dakwah, Yogyakarta, 2014, diakses pada hari, Senin 09 Juli 2018, h. 3

¹³ Prolog. K.H. Abdurahman Wahid, *Pesantren Masa Depan*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 1999), h. 146

¹⁴ Document Pondok Pesantren Barokatul Qodiri, 15 Maret 2022

orang ditahun 2022. Semenjak dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 santri-santri dipondok pesantren barokatul qodiri mengalami penurunan menjadi 125 orang santri.

Pondok pesantren Barokatul Qodiri juga sudah menerapkan beberapa strategi pemasaran dalam mengenalkan pondok pesantren tersebut, mulai dari baliho yang ada di depan pondok, menyebar stiker, kalender pondok pesantren, menyebarkan brosur/pamflet, menggunakan media sosial, dan melakukan pendekatan kepada alumni, hingga publikasi agar masyarakat dapat mengenali pondok pesantren, namun kenyataannya sudah berbagai cara digunakan hasilnya tetap saja belum maksimal.

Dari data diatas dapat disimpulkan tahun 2019 sampai 2021 santri-santri dipondok barokatul qodiri mengalami penurunan. Oleh karena itu untuk mengkaji hasil jawaban tentang strategi peasaran yang digunakan dalam merekrut santri tersebut, sehingga penulis menjadikan focus dalam penelitian skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Kabupaten pesisir Barat.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam skripsi ini berkaitan dengan strategi pemasaran dalam merekrut santri pada pondok pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Kabupaten Pesisir Barat. Sub-Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah strategi promosi dengan bauran pemasaran, media dakwah, media sosial dan alumni santri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut; “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak pesisir Barat”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian merupakan hal yang penting, karena tujuan yang jelas mengarahkan penelitian pada sasaran yang tepat. Adapun tujuan penelitian ini yaitu; Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan keilmuan Jurusan Manajemen Dakwah, terkait dengan penetapan cara merekrut santri untuk mencapai tujuan pada sebuah pondok pesantren.

Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yaitu penelitian terkait dengan program studi Manajemen Dakwah.

2. Manfaat Praktis

Sebagai acuan dalam penentuan strategi pemasaran pondok pesantren terbaik yang diterapkan untuk meningkatkan dan menarik para masyarakat muslim dalam perekrutan santri sebagai generasi islami pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.

- a. Manfaat untuk Mahasiswa yaitu ada lima manfaat bagi mahasiswa dalam penelitian: 1) Kemampuan memecahkan masalah meningkat 2) Kemampuan berpikir secara logis dan sistematis meningkat 3) Keahlian dibidang keilmuan meningkat 4) Melatih rasa tanggung jawab 5) Belajar untuk mempertahankan pendapat.
- b. Manfaat untuk Fakultas Dakwah yaitu Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yaitu penelitian terkait dengan program studi Manajemen Dakwah.
- c. Manfaat Untuk Pondok Pesantren yaitu dengan adanya penelitian ini Pondok pesantren lebih termotivasi untuk memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kualitas produk-produknya seiring perkembangan zaman. Pondok pesantren juga menjadi lebih percaya diri untuk bersaing di era globalisasi dan modern pada saat ini.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian pustaka berdasarkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terhadap strategi pemasaran dalam merekrut santri di pondok pesantren, maka perlu dilakukannya studi dalam skripsi terdahulu. Hal yang dimaksudkan adalah untuk melihat relevansi dan sumber-sumber yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini dan sekaligus sebagai upaya menghindari duplikasi terhadap penelitian ini:

Endah Suryanti, 1741030105, 2021. Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darurrohman Mulya Kencana Kabupaten Tulang Bawang Barat” Dalam penelitian ini penulis mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Indah Suryanti di Pondok pesantren Darurrohman Mulya Kencana dalam menghadapi persaingan yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran promosi dengan bauran pemasaran, media dakwah, media sosial dan alumni santri.

Khoirun Nisa, 1341030032, 2017. Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah Lampung Tengah”. Dalam penelitian ini penulis mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Khoirun Nisa di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah dalam menghadapi persaingan yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dengan promosi melalui media dakwah, periklanan, perbaikan mutu kurikulum pondok pesantren dan fasilitas santri.

Nopriawan Mahriadi, 11240105, 2015. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Manajemen Dakwah dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Studi Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Salatiga Kec Indralaya Kab Ogan Ilir Sumatra Selatan”. Dalam penelitian ini penulis mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Raudhatul Ulum dalam menghadapi persaingan di era modernisasi yaitu dalam memperoleh santri dengan berbagai macam strategi pemasaran diantaranya melalui media dakwah, periklanan, berbagai perbaikan mutu kurikulum pendidikan dan fasilitas pesantren dengan menggunakan teori dari

kotler & Amstrong dari *Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Place* yang selalu berkembang, sejalan dengan gerak lembaga.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran yang membedakan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Suryanti di Pondok Pesantren Darorrohman Mulya Kencana Kabupaten Tulang Bawang Barat. Khirun Nisa melakukan penelitian di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Gajah Lampung Tengah sedangkan Nopriawan Mahriadi melakukan penelitian di Pondok pesantren Roudhatul Ulum di Kabupaten Ogan Ilir Sumatra Selatan. Serta yang membedakan penelitian ini juga terletak pada tujuan utama pembahasan yaitu strategi pemasaran dalam merekrut santri dengan menggunakan bauran pemasaran dan strategi promosi melalui media dakwah, media sosial dan alumni santri yang digunakan pondok pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Kabupaten Pesisir Barat.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan, metode penelitian ini sering kali dikacaukan dengan prosedur penelitian, atau teknik penelitian, hal ini disebabkan karena ketiga hal tersebut saling berhubungan dan sangat sulit untuk diabaikan.¹⁵

1. Jenis dan Sifat penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian lapangan (*field Reseach*) yaitu suatu penelitian lapangan yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya.¹⁶ Menurut Hadawari Nawawi penelitian lapangan atau *field research* adalah kegiatan ini dilakukan di masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga dan organisasi kemasyarakatan maupun lembaga pemerintah.¹⁷

b. Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bersifat deskriptif. Menurut penelitian deskriptif adalah menggambarkan mengenai situasi atau kejadian-kejadian, sifat populasi atau daerah tertentu dengan mencari informasi factual, justifikasi keadaan, membuat evaluasi, sehingga diperoleh gambaran yang jelas.¹⁸ Penelitian dimaksud untuk menghimpun data lapangan, adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data tentang manajemen strategi kaitannya dengan Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat.

¹⁵ Susiadi AS, *Metodologi Penelitian*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, 2015), h.21.

¹⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung : Bandar Maju, 1996), h.32

¹⁷ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 1998, Cet. Ke-VIII) h. 31.

¹⁸ Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial, Ekonisia*, (Yogyakarta, Kampus Fakultas Ekonomi, UII, Cet Ke-5, 2005).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data.¹⁹ Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu maupun perorangan. Dalam memperoleh informasi, data tersebut diperoleh langsung dari objek atau sumber utama. Teknik yang dapat peneliti digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain: observasi dan wawancara.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah :

- 1) Pimpinan Pondok Pesantren Barokatul Qodiri berjumlah 1 orang
- 2) Pengurus Pondok Pesantren Barokatul Qodiri berjumlah 1 orang

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.²⁰ Adapun data sekunder dari penelitian yang bersumber dari dokumen-dokumen berupa catatan, gambar atau foto-foto dan hasil observasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari instansi-instansi, perpustakaan maupun pihak lain.

3. Subjek, Objek dan Sumber Penelitian

a. Subek Penelitian

Yang menjadi Subjek dalam penelitian ini yaitu Pertama, Pimpinan Pondok Pesantren Barokatul Qodori Pugung Tampak Pesisir Barat. Kedua, pihak pengurus kelembagaan Pondok Pesantren Barokatul Qodori Pugung Tampak Pesisir Barat.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga di mana dan kapan penelitian ini dilakukan.²¹ Objek penelitian ini yaitu strategi pemasaran dalam merekrut santri.

c. Sumber Penelitian

Berdasarkan sumbernya data dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.²²

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau hubungannya dengan objek yang diteliti. Data primer untuk strategi pemasaran berasal dari Pimpinan Pondok Pesantren Barokatul Qodori Pugung Tampak Pesisir Barat. Sedangkan data primer untuk perekrutan berasal dari pihak kelembagaannya.
- 2) Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder bisa diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan, maupun dari pihak lain.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian (Mix Methods)*....., h.326.

²⁰ *Ibid*, h.129

²¹ J.R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo,2013), h. 49.

²² Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), h. 57.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode *Interview* (Wawancara)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Secara teknis wawancara dilakukan dengan terlebih dahulu mempersiapkan bahan-bahan atau pedoman sebagai pegangan pokok peneliti. Bahan dan pedoman tersebut disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan meskipun dalam pelaksanaannya daftar pertanyaan itu masih sangat mungkin berubah atau bahkan berkembang.²³

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

b. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan bermaksud “mengumpulkan fakta, yaitu mengumpulkan pertanyaan-pertanyaan yang merupakan deskripsi, penggambaran dan kenyataan yang menjadi perhatian”.²⁴

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis observasi partisipasi, yaitu observasi yang melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan pengamatan dilapangan serta mengamati kondisi dilapangan yang sebenarnya sesuai dengan teori yang ada sehingga penelitian yang dihasilkan sarat dengan kebenaran data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sesuai tidaknya antara strategi pemasaran yang digunakan oleh pondok pesantren Barokatul Qodiri dengan teori yang didapat oleh penulis. Jadi peneliti memegang peranan besar dalam keberhasilan proses penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subjek peneliti, namun melalui dokumen.²⁵ Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan notulen rapat, catatan khusus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya. Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagai pendukung dan pelengkap dari data wawancara dan observasi. Seperti menghimpun data tentang sejarah berdirinya Pondok Pesantren Barokatul Qodiri, visi, misi dan tujuan, daftar tenaga pengajar, jumlah santri, kondisi sarana dan prasarana penunjang serta hal-hal lain yang dibutuhkan.

d. Analisis Data

Analisis data diperlukan untuk memperoleh hasil kesimpulan hasil penelitian dengan menggunakan analisa kualitatif. analisa kualitatif yaitu data yang terkumpul dan di gambarkan dengan cara berfikir induktif yang di

²³ Asef Saiful Muhtadi dan Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung : Pusaka Setia, 2003), h.162.

²⁴ Bahtiar, Wardi, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), h.78.

²⁵ Susiadi AS, *Metodologi Penelitian*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan, Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan,2015) h. 106.

maksud berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus di tarik generalisasi yang bersifat umum.²⁶

Untuk menganalisis data tersebut penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik pada bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat dengan menggambarkan keadaan atau fenomena secara aplikatif yang digunakan untuk mendeskripsikan mengenai objek penelitian yang sedang dikaji.²⁷ Analisis data kualitatif adalah cara yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan, memilih-milihnya sehingga menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola dengan baik dan benar.²⁸ Dalam analisis kualitatif, Miles dan Huberman mengatakan bahwa dalam analisis terdapat tiga alur kegiatan yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah kegiatan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu serta memilih bagian yang penting sesuai dengan masalah penelitian. Dengan kata lain, reduksi data merupakan proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data yang didapat dari catatan lapangan.²⁹

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan kegiatan untuk menyelesaikan informasi-informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.³⁰ Dan yang paling umum digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif. Penyajian data akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yaitu verifikasi data. Penarikan kesimpulan adalah langkah yang menyangkut pemahaman penelitian, yaitu menggambarkan maksud dari data yang ditampilkan. Kesimpulan awal pada penelitian masih bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi jika kesimpulan akan dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang meyakinkan.

e. Pengujian Keabsahan Data

Menguji keabsahan dari data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang diinginkan.

²⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*.....h. 234

²⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II* (yogyakarta: Yayasan Penerbit Fak. Psikologi UGM, 1986),h. 43.

²⁸ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010),h.129.

²⁹ Miles Huberman A. Micheal, *Analisis Data Kulitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), h.17.

³⁰ *Ibid*, h.17

Menurut Wiliam Wierseman dalam Sugiono triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu.³¹ Triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber data untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Selain observasi dan wawancara, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*) yaitu dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan pribadi, gambar atau foto.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah pembahasan penelitian ini, maka penulis akan membagi ke dalam lima bab yang berbentuk narasi atau uraian dan tentunya saling berkaitan antara satu bab dengan bab lainnya.

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

BAB II: landasan teori yang meliputi: pengertian strategi pemasaran, strategi pemasaran dalam Islam, bauran pemasaran, elemen dalam promosi, menetapkan strategi pemasaran yang sesuai, penerapan strategi pemasaran, peran dan fungsi strategi pemasaran, pengertian pondok pesantren, elemen-elemen pondok pesantren, tujuan pondok pesantren, dan fungsi pondok pesantren.

BAB III: membahas tentang gambaran umum objek Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Pesisir Barat yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, manajemen pondok pesantren Barokatul Qodiri, struktur organisasi Pondok Pesantren Barokatul Qodiri, fasilitas pondok pesantren, keadaan ustadz dan santri, kegiatan santri Pondok Pesantren Barokatul Qodiri.

BAB IV: membahas tentang hasil penelitian strategi pemasaran dalam merekrut santri di Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pugung Tampak Kabupaten Pesisir Barat.

BAB V: penutup sebagai akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan rekomendasi dari hasil temuan penelitian yang sudah dilaksanakan peneliti.

Kemudian pada bagian akhir skripsi berisi daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penelitian skripsi, serta lampiran-lampiran selama melakukan penelitian

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, h.273.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pesisir Barat Pugung Tampak”, dapat disimpulkan sebagai berikut;

Pada tahap ini strategi pemasaran yang dilakukan Barokatul Qodiri adalah dengan melalui promosi yang dikelompokkan menjadi 2 strategi promosi yakni strategi promosi menggunakan media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni. Dengan strategi tersebut Pondok Pesantren Barokatul Qodiri Pesisir Barat semakin maju dan terus berkembang. Strategi pemasaran ini memiliki hasil pengaruh yang sangat berarti bagi pondok pesantren yakni; Dengan bertambahnya jumlah santri maka pondok pesantren memiliki tanggung jawab yang lebih dalam mewujudkan tujuan agar lebih jelas untuk memasarkan pondok pesantrennya di masa selanjutnya agar lebih terstrategi. Dapat memicu pondok untuk memiliki sarana dan prasarana yang lebih memadai serta menambah kualitas dalam memperbaiki fasilitas yang diperlukan dari dampak positif atas meningkatnya jumlah santri. Pondok pesantren lebih termotivasi untuk memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kualitas produk-produknya seiring perkembangan zaman. Pondok pesantren juga menjadi lebih percaya diri untuk bersaing di era globalisasi dan modern pada saat ini.

Selanjutnya strategi pemasaran dalam merekrut santri yang digunakan Barokatul Qodiri yakni selain dengan cara bersosialisasi kepada para remaja juga dengan memanfaatkan media sosial. Dengan penggunaan media ini menjadikan pelaksanaan rekrutmen lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan strategi pemasaran yang digunakan pada tahun-tahun sebelumnya hanya melalui alumni santri. Mengingat jumlah remaja saat ini semakin banyak dan dengan mudahnya fasilitas untuk mengakses informasi saat ini sehingga proses rekrutmen di informasikan diseluruh media sosial yang digunakan oleh Barokatul Qodiri, penggunaan metode ini sangat efektif dengan memanfaatkan media sosial yang ada, menghasilkan peningkatan jumlah santri yang sangat signifikan.

B. Rekomendasi

Setelah melakukan penelitian tentunya ada hal-hal yang penulis temukan dan dirasa perlu adanya perbaikan yakni;

1. Dalam hal kepengurusan khususnya panitia rekrutmen supaya lebih loyal kepada organisasi dalam mensinergikan tanggung jawab untuk menjaga kerja sama dan kekompakan, agar tujuan organisasi dapat tercapai dan Barokatul Qodiri semakin maju dalam segala bidang.
2. Ketika melakukan perekrutan santri, pihak panitia perlu membuat job yang jelas khususnya dalam penentuan syarat kriteria santri supaya lebih spesifik lagi agar nantinya para santri menjadi lebih potensial untuk di kembangkan di Pondok Pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Haedari, 2004. *Masa Depan Pesantren Dalam Tantangan Modernitas dan Tantangan Komplexitas Global*, (Jakarta, IRD Press)
- Asef Saiful Muhtadi dan Ahmad Safei, 2003, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung : Pusaka Setia)
- Bahtiar, Wardi, 1997, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos)
- Buchari Alma, 2007 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung, Alfabeta) Danang
- Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003)
- Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. (Bandung: Rosdakarya, 2012)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta: Salemba Empat, 2012)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2014)
- Fred R. David, *Manajemen Strategi:Konsep*, Edisi 10 , (Jakarta : Salemba Empat, 2006),
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayumedia, 2005)
- Fandy Tjiptono, 2015 *Strategi Pemasaran* Edisi-4, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Husein Umar, 2001 *Strategic Management in Action*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama)
- Hadari Nawawi, 1998 *Metode Penelttian Bidang Sosial* (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, , Cet. Ke-VIII)
- Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*,(Jakarta: Graha Ilmu, 2015)
- Ibrahim,2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung : Alfabet Jajat Burhanudin dan Dina Afriyanti, Mencetak Muslim Modern, (Jakarta : PT. Raja Grafindo)
- Kartini Kartono,1996, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung : Bandar Maju)
- Lijan Poltak Sinambela, 2016, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Membangun Tim Kerja Silid Untuk Meningkatkan Kinerja)*, Jakarta ; Bumi Aksara)
- Malayu S.P. Hasibuan, 2014 *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Marzuki,2005. *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Edisi Kedua Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

- Masyhud Sulthon dan Khusnurdilo, 2004, *Manajemen Pondok Pesantren* (Jakarta, Diva Pustaka)
- Moh. Pabundu Tika, 2006. *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara)
- Mujamil Qomar, 2005 *Pesantren dari Transformasi metodologi menuju demokratisasi institusi*, (Jakarta, Erlangga)
- Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014),
- Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005),
- Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2005)
- Pandji Anoraga, 2009, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Renika Cipta)
- Prolog. 1999. K.H. Abdurahman Wahid, *Pesantren Masa Depan*, Bandung: Pustaka Hidayah
- R. Wayne Mondy, 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke 10 Jilid 1, (Jakarta, Erlangga)
- Sunyoto, 2003 *Strategi Pemasaran*, (Surabaya, Caps Publishing) Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988 Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Sondang P.Siagian, 2005 *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Bumi Aksara)
- Sofjan Assauri, 2014 *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Rajawali Pers)
- Suharsimi Arikunto, 2002 *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta)
- Susiadi AS, 2015. *Metodologi Penelitian*, Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Suyono, *Peranan Pondok Pesantren*, Jurnal Online Portal Garuda, Volume 02, No 02 Oktober 2016 diakses pada hari, Senin 03 September 2018, Pukul 08:12 Wib , h. 3.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2010)
- T. Hani Handoko, 2014, *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta, BPFE)
- Yasmadi 2002, *Modernisasi Pesantren*. (Jakarta, Ciputat Press) Zamakhsyari Dhofier, 1994 Tradisi Pesantren, (Jakarta, LP3ES, cet. 2)