

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pesantren Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	65
--	----

C. Pembahasan

1. Strategi Pesantren Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	67
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pesantren Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	76
B. Saran-saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pondok pesantren merupakan jenis pendidikan non formal. Keberadaan pondok pesantren berperan besar dalam berdirinya Negara Indonesia dan sudah ada sejak sebelum kemerdekaan Indonesia. Selama ini pondok pesantren juga berperan aktif dalam membangun bangsa melalui pendidikan. Jika disandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia, pesantren merupakan sistem pendidikan tertua saat ini dan dianggap sebagai produk budaya Indonesia. Pendidikan ini semula adalah pendidikan agama Islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat Islam di nusantara pada abad 13 Masehi.¹

Di era globalisasi ini banyak bermunculan pondok pesantren modern. Pada awalnya banyak masyarakat kurang percaya dengan pondok pesantren karena mereka menganggap jika anaknya ditempatkan di pesantren maka hanya akan memperoleh ilmu agama saja dan tidak akan menjamin masa depan mereka. Namun dengan banyak munculnya pondok pesantren modern dengan mengikuti perkembangan jaman, pondok pesantren kini menggabungkan antar ilmu agama dan ilmu umum. Hal ini dapat merubah persepsi masyarakat, yang awalnya ragu untuk menempatkan anaknya di pondok pesantren menjadi lebih

¹ HM. Sulthon, Moh.Kusnuridlo, Manajemen Pondok Pesantren Dalam Perspektif Global, (Yogyakarta : Laksbang Pressindo, 2006), 4.

antusias untuk menempatkan anaknya di pondok pesantren, serta membuat kepercayaan masyarakat terhadap pondok pesantren lebih besar.

Namun dengan bermunculanya pondok pesantren modern mengakibatkan adanya persaingan antara pondok pesantren. Maka dari itu pengelola pondok pesantren harus dapat menarik pelanggan dengan melalui pemasaran agar dapat menunjukkan kepada masyarakat apa kelebihan dari pondok pesantren yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga dapat membentuk citra positif. Begitu pentingnya pemasaran sebagai cara untuk menarik minat santri atau orangtua santri agar mau memondokkan anaknya di pondok pesantren.

Disinilah peran manajemen yang baik sangat diperlukan untuk mengembangkan pesantren, terutama manajemen pemasaran. Proses strategi pemasaran dapat dilaksanakan dengan menganalisis apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini, karena dalam pemasaran masyarakat sebagai pengguna menjadi fokus utama. Pondok pesantren harus sebagai penyedia layanan jasa harus dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan masyarakat. Jika masyarakat merasa harapannya kepada pondok pesantren dapat tercapai maka akan memunculkan persepsi di dalam masyarakat sehingga pondok pesantren mendapatkan citra yang positif

Oleh karena itu, salah satu upaya untuk mendongkrak upaya tersebut adalah dengan cara meningkatkan pemasaran pendidikan pesantren secara lebih luas. Meskipun istilah pemasaran kalau dilihat sekilas masih merupakan hal yang baru dalam dunia pendidikan khususnya lembaga pendidikan Islam. Akan tetapi usaha tersebut perlu diupayakan dalam rangka mengejar

ketertinggalannya dengan harapan sedikit demi sedikit mutu pendidikan pesantren setara dengan pendidikan di lembaga sekolah dan dapat diterima secara lebih luas oleh khalayak masyarakat selaku konsumen jasa pendidikan.

Pesantren sebagai industri jasa pendidikan sesungguhnya menghadapi tantangan, di satu sisi pesantren harapan stakeholders, dapat memenuhi harapan dan kebutuhan orangtua, masyarakat dunia kerja, pemerintah, dan sebagainya. Dengan demikian, Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengemban tugas yang tidak ringan, sangat diperlukan sistem manajerial yang baik dalam semua segi yang ada di dalamnya. Hal ini dimaksudkan agar lembaga pendidikan Islam mampu menjadi salah satu bentuk pelayanan jasa yang benar-benar bersaing dengan lembaga pendidikan lain di era globalisasi.

Dalam undang-undang sisdiknas nomor 20 tahun 2003¹ menyatakan bahwa pesantren merupakan pendidikan keagamaan yang ada di Indonesia. Sepanjang perjalanan sejarah indonesia pesantren telah memberikan peranan yang sangat besar dalam usaha memperkuat iman, meningkatkan ketaqwaan, membina akhlak mulia yang mengembangkan swadaya masyarakat indonesia dan ikut mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pendidikan formal informal

¹ undang-undang sisdiknas nomor 20 tahun 2003 pasal 4 tentang prinsip penyelenggaraan pendidikan (<https://pusdiklat.perpusnas.go.id>). diakses pada tanggal 07 Januari 2021.

dan non formal yang diselenggarakannya. Pesantren di Indonesia juga ikut berperan dalam pendidikan khususnya pendidikan agama Islam.²

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah lahir sebagai mewujudkan cita-cita anak bangsa “mengembalikan kejayaan Islam dan kaum muslimin” (*izzul Islam wal Muslimin*), Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang terdiri dari Santri Putra dan Putri dengan menerapkan pendidikan umum dan pendidikan agama secara utuh dan terpadu. Semua pelajar wajib bermukim dalam asrama pesantren dengan mengikuti seluruh disiplin yang berlaku. Lembaga pendidikan formal meliputi SMP Plus dan MA Plus (Jurusan IPA dan Bahasa) yang dipadukan dengan Kurikulum Muallimin sebagai mana yang diterapkan di Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo.

Meskipun pesantren bukan lembaga formal tetapi dalam pengamalannya sesuai dengan apa yang dikatakan undang-undang seperti kegiatan di lakukan oleh santri Pondok Pesantren Al-Mahsduqiah. Di pesantren tersebut selain kegiatan di lembaga formal juga ada kegiatan salafiyah seperti pengajian kitab kuning, dan uniknya lagi memiliki jenjang pendidikan dengan sistem Halqotul Muallimin wal Muallimat Al-Islamiah (HAMIM) yang mana sistem ini diterapkan khusus santri dengan masa belajar 6 atau 4 tahun.

² Penyusun Tim Redaksi Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam Jilid 4*, . (Jakarta : PT. Ichtiar Baru Van Hoever, 2003), 105.

Berangkat dari itu peneliti mempunyai inisiatif mengambil dan memberikan manfaat khususnya strategi lembaga pendidikan Dan berdasarkan uraian di atas peneliti termotivasi untuk melakukan sebuah penelitian tentang *Strategi Pesantren Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.*

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan atas latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi adanya permasalahan sebagai berikut:

1. Pendidikan di pesantren sering dianggap sebagai pendidikan yang kurang diminati oleh kalangan masyarakat dilihat dari segi kualitas dan adanya peraturan- peraturan yang harus di taati oleh setiap santri.
2. Mengembangkan bakat minat santri dalam pembelajaran pendidikan agama Islam selama ini masih belum baik.

C. Rumusan Masalah

Berpegang teguh pada latar belakang di atas, maka penulis dapat memaparkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pesantren dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pondok Pesantren Al- Mashduqiah Kraksaan Probolinggo?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pendidikan pesantren dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Berpijak dari rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pesantren dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pondok Pesantren Al- Mashduqiah Kraksaan Probolinggo
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat pendidikan pesantren dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan dan kemajuan pendidikan, dan bisa mengetahui kelemahan dan kelebihan pendidikan yang telah berjalan dan merupakan motivasi bagi pengelola pondok pesantren untuk lebih giat lagi dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi pendidikan, khususnya yang bekerja di lingkungan Pondok Pesantren dan terutama:

a) Bagi Pengasuh

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam memilih dan menentukan hasil lanjutan dari strategi yang digunakan

b) Bagi para pendidik (Ustadz/Ustadzah)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan pengayaan wawasan oleh mereka, dalam menyelenggarakan pendidikan dan bimbingan kedepannya. Ustad/Ustdzah akan lebih mengetahui metode yang tepat untuk santri, Ustad/Ustdzah akan lebih menyadari bahwa penggunaan metode yang sesuai dengan santri dalam pembelajaran itu penting dan ustad/ustdzah akan lebih aktif, inovatif dan kreatif dalam menggunakan metode untuk peserta didiknya.

Sebagai bahan masukan bagi kepala lembaga untuk mengadakan evaluasi dan supervisi terhadap jajaran pengurus lembaga dan meningkatkan minat masyarakat.

c) Bagi Santri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat tentang asumsi asumsi yang kurang diminati oleh konsumen pendidikan pesantren. Santri akan lebih semangat dalam belajar karena santri yang mempunyai kesulitan akan terbantu ustad/ustdzah yang lebih kreatif dalam proses pembelajaran.

d) Bagi Masyarakat

Kegiatan belajar akan semakin optimal dan dengan ini diharapkan akan menghasilkan output yang lebih berkualitas dari segi agama. Dan ini akan membuat masyarakat lebih maju dalam keagamaan.

e) Bagi Universitas Nurul Jadid (UNUJA)

Penelitian ini sebagai bahan untuk menambah referensi bacaan dan kajian ilmu khususnya bagi para mahasiswa Universitas Nurul Jadid.

F. Definisi Konsep

1. Kepuasan Pelanggan

Dalam Total Quality Manajemen (TQM), baik konsumen internal maupun eksternal merupakan driver. Konsumen eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan konsumen internal berperan besar dalam menentukan kualitas manusia, proses, dan lingkungan yang berhubungan dengan produk atau jasa. Pendidikan adalah pelayanan jasa. Madrasah harus memberikan pelayanan jasa sebaik-baiknya kepada pelanggannya.³

Pelanggan madrasah meliputi pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan eksternal madrasah adalah orang tua siswa, pemerintah, dan masyarakat termasuk komite madrasah. Pelanggan internal madrasah adalah siswa, guru, dan staf tata usaha. Dalam arti lain madrasah mempunyai pelanggan primer, sekunder dan tersier.

Pelanggan primer madrasah siswa, pelanggan sekunder madrasah

³ Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 464.

adalah orangtua siswa, pelanggan tersier adalah pemerintah dan masyarakat.⁴

Kebutuhan pelanggan di usahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Oleh karena itu segala aktivitas harus dikoordinasikan untuk memuaskan para pelanggan. Kualitas yang dihasilkan sama dengan nilai yang di berikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan. Semakin tinggi nilai yang di berikan, maka semakin besar pula kepuasan pelanggan. Intinya adalah semua pelanggan TQM harus dipuaskan. Adapun beberapa penerapan khusus bagi orientasi pelanggan, yakni:

- a. Teliti dan pahami kebutuhan dan harapan pelanggan.
- b. Pastikan bahwa sasaran organisasi sejalan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- c. Komunikasikan kebutuhan dan harapan pelanggan keseluruhan organisasi.
- d. Mengukur kepuasan pelanggan lalu ambil tindakan dari hasil pengukuran.
- e. Membuat keseimbangan pendekatan antara kepuasan pelanggan dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya, seperti: pemilik modal

⁴ S. Soimatul Ula, *Buku Pintar Teori-Teori Manajemen Pendidikan Efektif*, (Yogyakarta : Berlian,2013), 46.

atau kepala madrasah, karyawan/guru, masyarakat dan pemerintah.⁵

G. Relevansi Penelitian

Sebagai bahan acuan, peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan citra, yaitu:

1. Skripsi pengaruh strategi pemasaran dalam konsep Islam terhadap peningkatan penjualan tiket pesawat pada PT. Sumber Maspul Makassar karya Ismail yang ditulis di tahun 2016. Teori yang digunakan pada penelitian Ismail adalah teori William J. Stanton, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori Bashrowi dan Suwandi. Penelitian Ismail merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan melakukan analisis dan metode statistik. Sedangkan penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dan teknik deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian Ismail bertempat di PT. Sumber Maspul Makassar, sedangkan penelitian ini bertempat di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah. Penelitian Ismail terfokus pada pandangan Islam terhadap strategi pemasaran yang digunakan PT. Sumber Maspul Makassar, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pesantren dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
2. Skripsi dengan judul pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas donatur dompet dhuafa Yogyakarta karya Khusnul Mubarak pada tahun 2016. Jika Teori penelitian Khusnul Mubarak menggunakan teori Huriyah

⁵ Usman, *Manajemen*, 464.

Ratih, Sedangkan peneliti disini menggunakan teori Bashrowi dan suwandi. Penelitian Khusnul Mubarak merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data berupa kuesioner, wawancara observasi, dokumentasi, dan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, Dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Penelitian Khusnul Mubarak berfokus pada pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas donator pada yayasan Dompot Dhuafa Yogyakarta, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi yang digunakan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pondok Pesantren.

3. Skripsi dengan judul pengaruh strategi promosi terhadap citra sekolah di TK Hj Isriati Baiturrahman 1 Semarang karya Adkha Riha Sari pada tahun 2018. Penelitian Adkha Riha Sari menggunakan Teori Buchari Alma, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Bashori dan Shuwandi. Jenis penelitian yang digunakan oleh Adkha Riha Sari adalah kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket, sedangkan penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif tanpa dan pengumpulan datanya dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian Adkha Riha Sari bertempat di TK Hj Isriati Baiturrahman 1 Semarang, sedangkan penelitian ini bertempat di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah. Fokus Penelitian Adkha Riha Sari adalah pengaruh dari strategi promosi terhadap citra sekolah, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Skripsi dengan judul Strategi Kepala Madrasah Dalam Pencapaian Kepuasan Pelanggan Di Dayah Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar karya Sumayyah 2018. Penelitian Sumayyah menggunakan teori Lexy J. Moeleong sedangkan penelitian ini menggunakan teori Buchari dan Alma Fokus Penelitian Sumayyah strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Di sekolah Dayah Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.



No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ismail	Strategi pemasaran dalam konsep Islam terhadap peningkatan penjualan tiket pesawat pada PT. Sumber Maspul Makassar	Kesamaannya berfokus pada strategi meningkatkan kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan Penelitian Ismail merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan melakukan analisis dan metode statistik. • Sedangkan penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dan teknik deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2.	Khusnul Mubarak	Pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas donatur dompet dhuafa Yogyakarta	Menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data berupa kuesioner, wawancara, observasi, dokumentasi, dan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif.	<ul style="list-style-type: none"> • Teori penelitian Khusnul Mubarak menggunakan teori Huriyah Ratih, • Sedangkan peneliti disini menggunakan teori Bashrowi dan Suwandi
3.	Adkha Riha Sari	pengaruh strategi promosi terhadap citra sekolah di TK Hj Isriati Baiurrahman 1 Semarang karya	Berfokus kepada strategi manajemen	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian yang digunakan oleh Adkha Riha Sari adalah kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket, • sedangkan penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif tanpa dan pengumpulan datanya dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi
4.	Sumayyah	Strategi Kepala Madrasah Dalam Pencapaian Kepuasan Pelanggan Di Dayah Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar	Menggunakan Strategi Dalam Pencapaian Kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sumayyah menggunakan teori Lexy J. Moeleong • sedangkan penelitian ini menggunakan teori Buchari dan Alma