



Strategi Marketing Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan (Studi Kasus Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo)

Al Barokah

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, Indonesia, baduwijambi@gmail.com

Korespondensi Penulis: Al Barokah

Abstract: *This research is descriptive-qualitative with a direct approach to fieldwork, data collection techniques were carried out by; 1). Observation, 2). Interview, 3). Documentation. After conducting in-depth research, the following specific results were found: 1) The marketing strategy used at the Raudhatul Mujawwidin Islamic Boarding School, namely Holistic Marketing Kothler with the application of values to the exemplary nature of Rasulullah SAW; 2) Raudhatul Mujawwidin Islamic Boarding School's efforts to improve the quality of education services; and 3) The results of the marketing strategy of the Raudhatul Mujawwidin Islamic boarding school in improving the quality of education services found that: 1). The majority of stakeholders are satisfied with the results of the quality of education offered, alumni are accepted at universities, Islamic boarding schools and are actively involved in the community. 2). A good image is created, through the media Raudhatul Mujawwidin is also known by word of mouth, moreover there are 48 fostered institutions and also sending students to the regions every year in community service programs.*

Keywords: *Marketing Strategy, Islamic Boarding Schools, Quality of Education Services.*

Abstrak: Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif dengan pendekatan terjun langsung kelapangan, teknik pengumpulan data dilakukan dengan; 1). Observasi, 2). Wawancara, 3). Dokumentasi. Setelah melakukan penelitian mendalam, ditemukan hasil secara spesifik sebagai berikut: 1) Strategi *marketing* yang digunakan di Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin yaitu Holistic Marketing Kothler dengan penerapan nilai pada keteladanan sifat Rasulullah Saw; 2) Upaya Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan; dan 3) Hasil strategi *marketing* pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan ditemukan fakta bahwa: 1). Mayoritas stakeholders merasa puas dengan hasil kualitas pendidikan yang ditawarkan, alumninya diterima di universitas, pondok pesantren dan aktif berkiprah di lingkungan masyarakat. 2). Tercipta *image* yang baik, selain lewat media Raudhatul Mujawwidin dikenal

juga dari mulut ke mulut, terlebih ada 48 lembaga binaan dan juga pengiriman santri ke daerah setiap tahun dalam program bakti sosial kemasyarakatan.

Kata Kunci: Strategi Marketing, Pondok Pesantren, Mutu Layanan Pendidikan.

PENDAHULUAN

Konsep komprehensif dalam *dinul islam* bermakna aturan menyeluruh yang merangkum berbagai aspek kehidupan, baik berdimensi keyakinan (*aqidah*), ritualitas penghambaan diri (*ubudiyah*) dan aspek sosial yaitu *mu'amalah*, *mu'asyarah* dan *akhlak*. *Aqidah* dan *ubudiyah* diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan *khaliq*-Nya, sedangkan *mu'amalah*, *mu'asyarah* dan *akhlak* diturunkan untuk menjadi *rules of the game* (aturan main) dalam kehidupan sosial.¹ Berbicara tentang konsep hidup komprehensif yang mengatur kehidupan umat manusia supaya tercipta harmonisasi dan keseimbangan dalam perannya sebagai khalifah, maka menjadi sebuah keharusan apabila kemudian manusia diberi *taklif* berupa kewajiban menuntut ilmu. Hal ini terangkum jelas dalam Al Quran ketika Allah SWT. memberikan kabar kepada para malaikat akan diangkatnya seorang khalifah, yakni

Nabiyullah Adam As. Dalam QS. Al Baqarah ayat 31-32

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (٣١) قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢)

Artinya: “Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya, kemudian Dia memperlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, “Sebutkan kepada-Ku nama-nama (benda) ini jika kamu benar!”. Mereka menjawab, “Mahasuci Engkau. Tidak ada pengetahuan bagi kami, selain yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.”

Menurut Quraisy Syihab (2000), kemampuan manusia merumuskan ide dan memberi nama bagi segala sesuatu merupakan langkah menuju terciptanya manusia berpengetahuan dan lahirnya ilmu pengetahuan.² Sedangkan menurut Wahbah Azzuhaili Hikmah penciptaan nabi Adam as.yang ditampilkan oleh Allah SWT. tidak lain adalah pengetahuannya. Sekiranya ada sesuatu yang lebih mulia dari pada pengetahuan, tentu yang harus ditampilkan adalah sesuatu tersebut, bukan ilmu pengetahuan.³ Berdasarkan pendapat *mufasssir* tentang konteks ayat tersebut peneliti memahami bahwa ilmu atau pengetahuan menjadi bekal utama supaya manusia dapat menjalankan peran dan tugasnya. Oleh karena itu majlis-majlis ilmu, lembaga-lembaga pendidikan dan segala hal yang berkaitan dengan keilmuan menjadi penting keberadaan dan keberlangsungannya. Sesuai dengan kaidah fiqih yang berbunyi:

مَا لَا يَتِمُّ الْوَجِبُ إِلَّا بِهِ فَهُوَ وَاجِبٌ

“sesuatu yang menjadi prasyarat bagi penyempurnaan suatu kewajiban, hukumnya juga wajib”.⁴

Eksistensi lembaga pendidikan akan diuji manakala dihadapkan pada keinginan dan kebutuhan masyarakat dewasa ini, satu sisi ada nilai-nilai yang harus dibangun, tersampaikan dan membudaya atas segala yang diupayakan dalam pendidikan, akan tetapi pada saat yang sama lembaga pendidikan juga dihadapkan pada selera pasar yang mengharuskannya untuk selalu membuat produk-produk baru mengikuti perkembangan zaman untuk kemudian

¹ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012). 2.

² Quraisy Syihab, *Tafsir Al Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2000), 144.

³ Wahbah az-Zuhaili, *Tafsir Al Munir*, Terj. Abdul Hayyie Al Kattani (Damaskus: Daarul Fikr, 2005), 97.

⁴ Ali Ahmad An-Nadwi, *Al Qawaid Al Fiqhiyyah* (Damaskus: Daarul Qalam, 1994), 106.

menjadi diminati. Hal inilah salah satunya yang menjadikan *marketing* dibutuhkan adanya dalam dunia pendidikan. Istilah *marketing* dalam dunia pendidikan memang terdengar masih kurang familiar di telinga masyarakat kita, walaupun dewasa ini banyak buku- buku yang mengupas tentang istilah *marketing* sebagai bagian dari pendidikan. Hal ini sejalan dengan pemikiran yang disampaikan oleh Buchari Alma, bahwa sejak tahun 1988 sebenarnya sudah banyak jurnal dan berbagai literatur yang mengeksplorasi masalah *marketing of higher education*, akan tetapi pembicaraan *marketing* dalam dunia pendidikan masih dianggap kurang etis karena umumnya istilah tersebut lebih akrab di dunia bisnis atau perusahaan. Pendidikan dan bisnis adalah dua hal yang berbeda. Jika pendidikan mengarah pada kelembagaan yang dikelola dengan penuh pengabdian dan nilai-nilai, maka bisnis mengarah pada sesuatu yang berbau keuntungan.⁵

David W. Cravens mengatakan: “Mula-mula pemasaran dikenal dan dikembangkan oleh perusahaan multi nasional besar dengan kekuatan ekonomi super. Tetapi sekarang, setiap perusahaan dan bahkan setiap orang telah menggunakannya, tidak ketinggalan pula organisasi- organisasi non profit seperti lembaga pendidikan yang berfungsi sebagai pencetak biro jasa masa depan telah memanfaatkan segi keunggulan pemasaran untuk meningkatkan kerjasama atau transaksi mereka dengan pembeli, langganan dan publik. Suatu organisasi yang memutuskan tetap eksis dan survive di gelanggang persaingan yang ketat ini, mau tidak mau, tidak akan sukses tanpa memiliki strategi pemasaran yang baik”.⁶ David Wijaya juga mengatakan hal yang sama: “Pemasaran untuk lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Alasannya yang pertama, sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kedua, kita perlu meyakinkan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi “pelanggan”. Keempat, agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta “pelanggan” potensial”.⁷

Dari apa yang disampaikan oleh David W. Cravens dan David Wijaya, menurut peneliti nampak jelas bahwa *marketing* dalam dunia pendidikan sudah menjadi suatu kebutuhan, agar lembaga pendidikan bisa dikenal dan mendapat tempat di hati masyarakat sehingga masyarakat mau menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan tersebut. Penggunaan istilah *marketing* pada saat ini sudah sangat berkembang di segala sektor kegiatan. Demikian pula pengertian *marketing* sudah lebih luas dan lebih halus, sekarang istilah *marketing* fokusnya ialah kepuasan konsumen.

Berbicara tentang *marketing* berarti berbicara bagaimana memuaskan konsumen. Jika konsumen menjadi tidak puas berarti *marketing*nya gagal. Oleh karena itu lembaga pendidikan yang akan dikelola dan diharapkan eksistensinya, semestinya adalah lembaga pendidikan yang berupaya untuk meningkatkan dan menjaga kualitas atau mutu pendidikannya supaya konsumen dalam hal ini siswa dan orang tua menjadi puas dengan layanan pendidikan yang disediakan. Dari sini-lah orientasi akan *marketing* yang selama ini seolah-olah terpaku pada bagaimana menarik pelanggan sebanyak-banyaknya menjadi bagaimana supaya lembaga pendidikan yang dikelola menjadi berkualitas atau bermutu. Selaras dengan perkembangan barang maupun jasa yang tersedia di masyarakat, maka tuntutan konsumen juga mengalami perubahan dan perkembangan. Konsumen tidak hanya menuntut harga yang murah, tetapi juga mutu produk yang prima serta waktu penyerahan

⁵ Buchari Alma, *Manajemen corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta 2009), 30.

⁶ Cravens. David W, *Strategic Marketing* (Chicago: The Mac, Graw Hill Coy, Inc.1997), 67.

⁷ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 42.

yang cepat, keamanan atau daya tahan produk yang dibeli dan mutu pelayanan yang memuaskan.

ISO 8402 mendefinisikan mutu sebagai: totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bersandar pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau diimplikasikan.⁸ Mengikuti penjelasan ISO tersebut, pernyataan tentang *totalitas* dan *kemampuan untuk memuaskan kebutuhan* menjadi point penting apabila kita menginginkan suatu produk atau jasa yang bermutu. Dan kedua hal tersebut sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Terdapat delapan hal kunci keberhasilan perbaikan kinerja berbasis mutu seperti disebutkan dalam ISO 9001:2000, yaitu delapan prinsip-prinsip manajemen mutu antara lain:⁹

1. Fokus pada konsumen: tergantung pada pelanggan. Mereka harus mengerti kebutuhan pelanggan sekarang dan masa depan, harus memenuhi keperluan pelanggan dan berketetapan untuk memenuhi harapan pelanggan.
2. Kepemimpinan: Menentukan kesatuan arah dan maksud. Prinsip ini harus menciptakan dan menjaga lingkungan internal di mana orang-orang dapat terlibat secara penuh dalam mencapai sasaran.
3. Keterlibatan semua orang. Dalam semua tingkatan, orang adalah inti dari keberhasilan dan keterlibatan penuh mereka memungkinkan untuk digunakan bagi kemanfaatan.
4. Pendekatan proses. Hasil yang diharapkan dapat dicapai secara lebih efisien ketika aktivitas dan sumber daya yang berhubungan dengannya dikelola sebagai suatu proses.
5. Pendekatan sistem pada manajemen. Mengidentifikasi, mengerti dan mengelola proses sehingga saling berhubungan sebagai sistem yang memberi sumbangan pada keefektifan dan efisiensi dalam mencapai sasarannya.
6. Perbaikan terus menerus. Perbaikan terus menerus pada kinerja keseluruhan harus menjadi sasaran permanen.
7. Pendekatan proses pengambilan keputusan. Keputusan-keputusan efektif didasarkan pada analisis data dan informasi.
8. Hubungan dengan pemasok dengan prinsip saling menguntungkan. Perusahaan dan pemasoknya saling ketergantungan. Hubungan yang saling menguntungkan akan meningkatkan kemampuan keduanya untuk menciptakan nilai.

Dari uraian tentang mutu di atas, maka dapat dipahami bahwa ada keterkaitan yang saling tarik menarik antara marketing dan mutu, sebaik dan sehebat apapun marketing apabila tidak diimbangi dengan produk yang bermutu maka akan ditinggalkan oleh pelanggan, pun begitu sebaliknya, sebaik apapun produk yang dihasilkan apabila tidak dikemas dengan benar maka akan ditinggalkan oleh pelanggannya juga.

Lebih lanjut David Wijaya mengatakan; “Pada dasarnya, produk yang dihasilkan oleh sekolah adalah jasa pendidikan dan lulusan, yang disajikan kepada pelanggannya yaitu siswa. Jasa pendidikan terbagi atas jasa kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Sekolah hendaknya dapat berorientasi kepada kepuasan pelanggannya”.¹⁰ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk sekolah bukan merupakan barang sebagaimana produk dalam perusahaan, melainkan berupa jasa pendidikan dan lulusan (*output*) yang diberikan kepada pelanggannya yaitu siswa dan orang tua. Oleh karena itu Fandy Tjiptono mengatakan bahwa “jasa pendidikan memiliki karakteristik utama yaitu :*Intangibility* (tidak berwujud), *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *Variability* (bervariasi), *Perishability* (tidak tahan lama)”.¹¹

⁸ Veithzal Rivai, Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 413.

⁹ Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, 413-417.

¹⁰ Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 44.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2002), 9.

Jika diperhatikan batasan karakteristik jasa pendidikan yang disebutkan Fandy Tjiptono di atas, maka lembaga pendidikan termasuk dalam kategori lembaga pemberi jasa kepada para konsumen yaitu siswa dan orang tua siswa. Mereka inilah yang menilai apakah lembaga pendidikan tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*need*) mereka berupa pemberian layanan jasa pendidikan yang berorientasi pada mutu.

Berbicara tentang lembaga pendidikan yang disebut juga sebagai lembaga pemberi jasa, maka pondok pesantren juga termasuk yang ada di dalamnya. Bahkan pondok pesantren merupakan model pendidikan pertama dan asli model pendidikan yang ada di Indonesia yang pada saat ini merupakan warisan kekayaan bangsa Indonesia yang terus berkembang. Pada saat memasuki millennium ketiga ini pondok pesantren menjadi salah satu penyangga yang sangat penting bagi kehidupan berbangsa dan bernegara bangsa Indonesia.

Sebelum tahun 1960-an, pusat-pusat pendidikan pesantren di Indonesia lebih dikenal dengan nama pondok. Istilah pondok barangkali berasal dari pengertian asrama-asrama para santri atau tempat tinggal yang dibuat dari bambu, atau barangkali berasal dari bahasa Arab *funduq* yang artinya hotel atau asrama.¹² Menurut Zamakhsyari Dhofier, Pesantren adalah sistem pendidikan Islam yang tumbuh sejak awal kedatangan Islam di Indonesia, yang dalam perjalanan sejarahnya telah menjadi objek penelitian para sarjana yang mempelajari Islam di wilayah ini, yaitu sejak Brumund menulis sebuah buku tentang sistem pendidikan di Jawa pada tahun 1857.¹⁴

Kedudukan pesantren semakin menguat dengan UU Sisdiknas 2003 yang terdapat pasal-pasal yang lebih prinsipil, terutama yang mempunyai ikatan makna dengan pendidikan Islam, UU Sisdiknas 2003 menjadikan keuntungan tersendiri bagi Pendidikan Islam, karena secara yuridis pendidikan yang mempunyai label Islam diakui dan disetarakan dalam sistem dengan pendidikan nasional. Ini terbukti dengan banyaknya beberapa pasal secara tersurat maupun tersirat menyebutkan tentang Pendidikan Islam, seperti pada pasal Pasal 30 Ayat 4 ditegaskan bahwa Pendidikan keagamaan berbentuk pendidikan *diniyah, pesantren, pasraman, pabhaja, samanera* dan bentuk lain yang sejenis.¹³ Dan pada pasal yang lain juga menyebutkan prinsip-prinsip dasar pendidikan Islam namun dengan ungkapan yang lebih substantif yaitu pada pasal 3 berbunyi—Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pesantren juga merupakan salah satu lembaga pendidikan dan dakwah yang berada di tengah-tengah masyarakat, yang mana tokoh sentralnya yang disebut *kiyai* menjadi tempat bertanya masyarakat bukan hanya tentang masalah keagamaan akan tetapi juga kehidupan sosial lingkungannya. Selain dari pada itu pesantren juga menjadi panutan masyarakat di mana pesantren itu berdiri dan tidak hanya sekedar berkiprah pada pendidikan saja, akan tetapi juga berkiprah dalam membangun ekonomi masyarakatnya.

Seiring pesatnya perkembangan dunia pendidikan saat ini dan dalam rangka memasuki era globalisasi, banyak tantangan dan pertanyaan yang harus dijawab oleh pesantren. Walaupun seiring berjalannya waktu, pesantren membuktikan bahwa pendidikan pesantren mampu bersaing dengan dunia pendidikan pada umumnya dengan banyaknya pesantren- pesantren yang memadukan pendidikan salaf dan modern. Akan tetapi permasalahan dalam dunia pendidikan tidak berhenti di titik ini, pusran global adalah sebuah

¹² Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, Studi Pandangan Hidup Kyai dan visinya mengenai masa depan Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2015), 38.

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, *UU Sisdiknas No 20 Tahun 2003 Tentang System Pendidikan Nasional* (Bandung: Fermana, 2006), 81.

gelombang dahsyat yang berkepentingan yang arahnya sulit untuk ditebak. Di dalamnya muncul sebuah *change* yang setiap orang atau institusi tidak dapat menghindari. *Change* adalah perubahan yang setiap saat akan menabrak siapa saja dengan tanpa pandang bulu.

Pada awal tahun 2016 Indonesia memasuki era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di mana era pasar bebas pada barang dan jasa khususnya di kawasan asia tenggara. Adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN akan semakin meningkatkan kompetisi di era globalisasi yang akan berjalan semakin terbuka. Indonesia saat ini siap atau tidak siap harus menjalaninya meskipun dengan keadaan pemerintahan yang tidak menentu dengan segala permasalahan di dunia sosial dan politik yang sedang terjadi di Indonesia. Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada persaingan di dunia pendidikan. Persaingan pendidikan tidak hanya akan berjalan secara internal melainkan secara eksternal juga, dengan kata lain pendidikan di Indonesia akan bersaing dengan pendidikan yang diselenggarakan oleh masyarakat asing yang ada di Indonesia. Sekolah-sekolah akan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pendidikan yang diselenggarakannya.¹⁴

Oleh karena itu pondok pesantren dituntut pula untuk terus menyelesaikan permasalahan dengan kondisi zaman yang semakin maju serta tuntutan masyarakat yang terus meningkat, sehingga kehadiran pondok pesantren tetap diminati. Disamping itu, pesantren pun dituntut untuk dapat mempromosikan diri dengan melakukan strategi yang jitu demi mempertahankan eksistensinya, karena betapapun bagusya suatu lembaga pendidikan apabila tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya lembaga tersebut di kalangan masyarakat.

Sebagai salah satu contoh adalah pondok pesantren Tebu Ireng yang merupakan pondok pesantren yang cukup tua yang berada di Jombang. Pondok pesantren ini berdiri sejak tahun 1899 dan didirikan oleh KH.Hasyim Asy'ari yang juga merupakan pendiri dari organisasi Nahdlatul Ulama (NU). Pada mulanya di pesantren ini hanya menerapkan ilmu keagamaan saja, namun pada tahun 1919 kyai Hasyim Asy'ari merubah sistem pendidikannya dengan menambahkan pendidikan umum di pesantren tersebut. Pada mulanya jumlah santri di pesantren ini hanya 28 santri, namun 10 tahun berikutnya santrinya mencapai 200 santri, dan menjadi 2000 santri di 10 tahun setelahnya. Hingga sampai saat ini pondok pesantren Tebuireng tetap eksis meski sudah berusia sekitar 120 tahun dengan mengalami peningkatan jumlah santrinya. Pondok pesantren Tebuireng ini di dalamnya memiliki cukup banyak pendidikan formal. Bahkan pondok pesantren ini dapat berkembang dan telah memiliki 12 cabang yang ada di berbagai daerah di Indonesia.¹⁵

Dari uraian di atas, maka disinilah titik temu antara kebutuhan akan pentingnya *marketing* pada suatu lembaga pendidikan khususnya pondok pesantren bermula. Karena kelangsungan suatu lembaga pendidikan tergantung pada sumber daya yang dimiliki dan strategi apa yang dipilih dalam memberdayakan sumber daya internal itu untuk merespon ancaman dan peluang eksternal. Apabila suatu lembaga pendidikan dapat mencocokkan sumber daya internalnya dengan peluang lingkungan eksternalnya, atau menggunakannya untuk mengurangi atau menghilangkan dampak ancaman, maka lembaga pendidikan tersebut telah mencapai kelayakan strategis, tentu saja harus diikuti atau diimbangi dengan mutu pendidikan yang disediakan di dalamnya. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh KH. Hasyim Asy'ari. Seorang ulama yang sangat cerdas, mumpuni dan visioner, pada saat bangsa Indonesia masih mengalami masa-masa sulit karena dijajah oleh bangsa lain, beliau telah

¹⁴ Ahmad Ainul Yaqin dan Andi Kristanto, "Strategi Pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Unggulan Pondok Pesantren Amanatul Ummah Surabaya", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, No. 1(Juli2016): 5, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/15903>.

¹⁵ ¹⁸Misbahul Qowim "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra PondokPesantren Tebuireng Jombang," (Tesis, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), 47.

menciptakan model pendidikan yang memadukan antara salaf dan modern sebagai salah satu upaya untuk menyebarkan ilmu pengetahuan di bumi nusantara.

Pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang merupakan pondok pesantren yang dalam model pendidikannya juga memadukan antara pendidikan salaf dan modern dengan prinsip:

المحافظة عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلَحِ

“Menjaga tradisi lama yang baik dan mengambil tradisi baru yang lebih baik”.

Tentu tak lepas dari peran pondok pesantren Tebu Ireng Jombang yang telah meletakkan pondasi yang sangat penting dalam berdiri dan berkembangnya pesantren di Indonesia. Dengan maksud bahwa pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin melestarikan hal-hal lama yang baik dan mengembangkan hal-hal baru yang lebih baik dan bermanfaat. Metode ini diterapkan dengan bentuk pendidikan formal dan non formal. Adapun pendidikan formal meliputi : PAUD, RA, MI, MTs, MA, SMK, SMA, SMP (proses perizinan), Madrasah Muallimin Muallimat, Madrasah Diniyyah (MBS) dan TPQ. Sedangkan pendidikan non formal diselenggarakan dalam bentuk pengajian kitab-kitab kuning yang *mu“tabaroh* dan sistem pendidikan *full day* dengan pembiasaan dan keteladanan akhlak. Di dalamnya juga terdapat pendidikan *Tahfidzul Quran* yang mengajarkan dan membimbing para santri untuk bisa menghafal Al Quran dengan baik dan lancar bahkan santri-santri *tahfidz* ini ada yang mulai menghafal Al Quran sejak usia dini yaitu usia sekolah dasar (SD), selain itu pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin juga turut serta memberantas buta huruf Al Quran dengan membimbing para guru Al Quran di masing-masing daerah untuk tidak berhenti belajar dan mendorong mereka untuk mendirikan dan melestarikan lembaga pendidikan Al Quran dalam hal ini TPQ dengan menggunakan metode Qiroati.¹⁶

Menurut pengamatan peneliti, pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang menunjukkan pencapaian luar biasa dalam pemasaran jasa pendidikan. Sebagai salah satu bukti dari segi kuantitas, bisa dilihat dari perkembangan jumlah santri yang menuntut ilmu di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang setiap tahunnya bertambah dan mengalami peningkatan. Pada tahun ajaran baru (2020/ 2021) saat ini, jumlah santri yang menuntut ilmu di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin tercatat 1.930 santri, baik santri mukim maupun santri non-mukim (kalong). Semenjak tahun 2015, sebagian santri putri pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin menempati asrama khusus santri putri yang berada di lokasi jalan Meranti desa tirta kencana yang kemudian dikenal dengan Raudhatul Mujawwidin 2. Lokasi ini merupakan wakaf dari masyarakat yang kemudian dikembangkan lokasinya dengan dana yayasan. Berselang satu tahun berikutnya, pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin mendapatkan amanah berupa wakaf tanah seluas satu hektar bertempat di jalan 22 Desa Rimbo Mulyo, atas musyawarah yayasan di tempat tersebut berdirilah SMK Raudhatul Mujawwidin yang selanjutnya dikenal dengan sebutan Raudhatul Mujawwidin 3.

Dengan berkembangnya pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin menjadi Raudhatul Mujawwidin satu/ pusat, Raudhatul Mujawwidin 2 dan Raudhatul Mujawwidin 3, pada tahun 2017 pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin kembali mendapatkan amanah wakaf dengan luas 5 hektar di wilayah kabupaten Merangin. Sampai dengan proses penelitian ini diambil, lokasi Raudhatul Mujawwidin 4 masih dalam proses pembangunan baik sumber daya manusianya ataupun bangunannya, yang berarti di lokasi ini belum digunakan sebagai sarana belajar mengajar santri. Dan pada tahun 2018 pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin meresmikan Raudhatul Mujawwidin 5 yang berlokasi di jalan 12 desa Tegal Arum dengan

¹⁶ Laduni, “Profil Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin,” diakses pada 02 Februari 2022, <https://www.laduni.id/post/read/52232/pesantren-raudhatul-mujawwidin-jambi>.

status tanah wakaf dan pengembangan yayasan. Di lokasi tersebut dikhususkan untuk para santri putri yang ingin menghafalkan Al Quran 30 juz.

Dengan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi dan semangat mondok dari para santri yang kuat, berdasarkan wawancara dan observasi di lapangan ditemukan indikasi yang mengarah pada tingkat kualitas layanan pendidikan yang rendah dalam hal kualitas lingkungan fisik (kondisi lingkungan sekitar, desain dan faktor sosial). Indikator yang muncul terlihat dari jumlah fasilitas yang tidak seimbang dengan jumlah santri. Kamar mandi yang jumlahnya sedikit, kegiatan belajar mengajar yang dilakukan di luar kelas seperti di masjid, musholla, teras kamar bahkan di dalam kamar sudah menjadi pemandangan umum yang terjadi di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin. Indikasi yang lain yaitu jarak tempuh antara asrama dengan dapur umum yang jauh menjadikan para santri enggan untuk melakukan aktivitas makan. Kondisi ini diperparah dengan adanya pedagang liar yang berlokasi di area gerbang utama pondok pesantren, jajanan yang dijual tentu atas semau pedagang tanpa ada kontrol kesehatan dari pihak pondok pesantren. Selain itu kondisi yang demikian juga tentu akan memicu pada keamanan para santri baik fisik seperti aman dari kecelakaan lalu lintas maupun psikis seperti pedagang yang menjual rokok kepada santri, santri menggunakan handphone karena difasilitasi oleh para pedagang.

Sebagai sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin tentu memiliki konsep strategi marketing pesantren sendiri untuk dapat tetap eksis dan bertahan, serta dalam menghadapi persaingan antara lembaga pendidikan. Sebagai catatan di wilayah kecamatan Rimbo Bujang sendiri berdasarkan data yang diperoleh dari Kemenag setidaknya ada 17 pondok pesantren dari jumlah 45 yang tersebar di wilayah kabupaten Tebo, tentu hal ini menunjukkan bahwa Rimbo Bujang sebagai daerah transmigrasi bisa dikatakan sebagai daerah basis santri dan sangat potensial untuk menjadi kota pendidikan wilayah kabupaten Tebo. Dengan kelebihan dan kekurangan yang ada, peneliti melihat bahwa pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, termasuk salah satu pondok visioner dan mampu membaca peluang untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan *output* atau lulusannya diterima di lembaga atau perguruan tinggi favorit baik di dalam maupun luar negeri.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan karakteristik alami (*natural setting*) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan dari pada hasil. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis induktif dan makna merupakan hal yang esensial dalam penelitian kualitatif.¹⁷ Berdasarkan paparan mendalam peneliti berharap bahwa dalam proses penelitian ini dapat menemukan sekaligus mendeskripsikan data secara utuh tentang strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo. dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan.

Jenis data dibedakan menjadi dua, primer dan sekunder. Data primer di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin adalah berupa ucapan dan perilaku pengasuh pondok pesantren, dewan pengurus pondok pesantren, pengurus yayasan, guru, bagian humas, alumni, tokoh masyarakat, tamu kehormatan, masyarakat dan sebagian santri yang berkaitan dengan strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan.

Data sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini diambil dari dokumen atau data yang berkaitan dengan penelitian. Semisal dokumen berupa lokasi pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, jumlah santri, jumlah guru dan data yang berkaitan dengan profil

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 3.

umum pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo, serta photo dan hasil wawancara yang berkaitan dengan strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga macam yaitu Observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data merupakan proses penyusunan data yang berupa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta bahan-bahan lain yang dikumpulkan oleh peneliti untuk ditemukan sebuah pola atau model yang nantinya akan dilaporkan secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *Marketing* pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang

Berdasarkan hasil penelitian di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin terkait strategi marketing, mengindikasikan setidaknya empat hal yang menjadi spirit pondok pesantren ini dalam upaya *linasyril ilmi* yaitu:

1. Berdakwah sesuai dengan kondisi zaman, sesuai kebutuhan masyarakat dan dengan menggunakan sebaik-baik cara, artinya pondok pesantren dewasa ini dituntut untuk cerdas membaca peluang sekaligus hambatan, yang mana sebenarnya metode dakwah seperti ini telah dicontohkan oleh para wali songo.
2. Pondok pesantren mampu menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan terjangkau
3. Santri adalah amanah yang perlu dijaga dan dididik sesuai dengan fitrahnya
4. Pentingnya menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak demi keberlangsungan pondok pesantren.

Sejalan dengan hasil wawancara yang peneliti peroleh melalui H. Munjari, S. Ag, selaku pengurus yayasan Raudhatul Mujawwidin, yang menyatakan bahwa: “Pondok pesantren secara aktif menjalin kerjasama dengan masyarakat, melalui lembaga Taman Pendidikan Al Quran (TPQ) metode Qiroati dengan bimbingan kepada para guru dan santri, bahkan cikal bakal pondok pesantren ini sendiri dimulai dari TPQ. Selain itu dengan adanya program baksos (bakti sosial) dari santri- santri kelas akhir Madrasah Aliyah (MA), Madrasah Muallimin Muallimat (M3) dan Sekolah Menengah Kejuruan, Alhamdulillah mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat. Selanjutnya ada juga guru tugas ke masyarakat, pelatihan mudin/ imam, dan ustadz- ustadz pondok juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan lingkungan masyarakat.”¹⁸

Pernyataan pengurus yayasan tersebut menambah daftar strategi marketing yang selama ini dilakukan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yaitu kegiatan berupa pembinaan guru-guru pengajar Al Quran dengan metode Qiraati, bahkan sejak pondok pesantren ini didirikan sudah bergandengan tangan dengan lembaga-lembaga TPQ tersebut. Juga adanya program bakti sosial (baksos) yang dilaksanakan oleh santri kelas akhir dari masing-masing lembaga tingkat SLTA. Kedua hal ini ternyata memiliki dampak yang besar bagi perkembangan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin supaya dikenal lebih dalam oleh masyarakat secara luas. Berdasarkan dokumentasi panitia penerimaan santri baru tahun 2020/2021 diperoleh data bahwa para calon santri mengenal pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang paling banyak lewat empat hal: saudara (keluarga), para santri yang melakukan kegiatan bakti sosial, alumni dan lewat lembaga TPQ.

Selanjutnya pandangan tentang strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin juga peneliti peroleh melalui bapak KH. Ahmad Nur Kholis, S. Pd. I. selaku ketua dewan pengurus pondok pesantren (DP3) Raudhatul Mujawwidin 3: “Saya melihatnya strategi itu seperti jurus apa yang digunakan, sebenarnya strategi marketing untuk go publik itu ya lewat alumni, itu salah satu yang kita lakukan. Apa yang kita sampaikan kepada

¹⁸ H. Munjari, Wawancara dengan Penulis, 08 Agustus 2020.

masyarakat ya itu juga yang kita usaha lakukan di lembaga, prestasi yang ada di lembaga seperti santri yang lulus ke luar negeri kemudian kita share, contoh lagi SMK punya produk kemudian kita sampaikan ini lho anak-anak bisa membuat ini dan yang paling penting adalah ketika apa yang kita sampaikan ya harus kita laksanakan. Kalau zaman dulu orang-orang pesantren menggunakan strategi marketing (bagaimana supaya anak tertarik mondok) ya dengan alumnya, bagaimana santrinya bisa menjadi alumni atau lulusan yang ngalim, kemudian menjadi contoh yang lain di masyarakatnya. Dan menurut saya marketing terbaik itu marketing warung padang, kalau puas beritahu yang lain kalau tidak puas beritahu kami. Intinya semua sektor harus menjalankan tugas sesuai dengan fungsinya (pemikir, pekerja) dan semua elemen harus satu visi dan satu misi, jangan sampai apa yang kita lakukan bersebrangan dengan visi dan misi kita”.¹⁹

Sedangkan berbeda pula dengan hasil wawancara yang peneliti peroleh melalui bapak KH. Muhammad Anshor Wijaya, Al Hafidz selaku penanggung jawab bidang Al Quran dan Tahfidz, yang menyatakan bahwa: “Strategi marketing pondok pesantren itu idealnya menurut saya semua program yang ada di pondok pesantren mampu mengakomodir harapan dari para santri dan orang tuanya, baik nanti programnya bersifat khusus atau umum. Oleh karena itu kejujuran dari pondok pesantren tentang target yang harus dicapai oleh santri dan sejauh mana santri tersebut berhasil mencapai target atau tidak menjadi penting. Misalnya untuk bidang yang menjadi tanggung jawab saya yaitu Al Quran, apabila dalam kurikulumnya disebutkan semua santri harus mampu membaca Al Quran dengan murottal dan mujawwad, maka ketika ada santri yang gagal, pondok pesantren harus jujur mengakui ketidakberhasilan santri tersebut di hadapan orang tuanya, tentunya setelah kita mengusahakan agar santri ini bisa berhasil atau tam. Begitu juga dengan program tahfidz, sekarang banyak pondok pesantren yang mengatakan santrinya sudah hafal 30 juz, bahkan berani me-wisuda santrinya dengan predikat hafidz/ hafidzah, begitu disuruh baca 30 juz bilghoib santrinya tidak bisa membaca. Lha ini yang harus diwaspadai, kebetulan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin berkiblat pada pondok pesantren Riyadhul Quran Malang yang diasuh oleh KH. Marzuki Khoiruddin, yang berkomitmen untuk tidak lips servis, tetapi kalau memang anak belum dikatakan tam maka yaa tidak akan dinyatakan tam”.²⁰

Dari pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dengan strateginya membagi jenis program yang ditawarkan menjadi dua yaitu program umum dan khusus. Kaitannya dengan *marketing* maka masuk pada mix marketing atau bauran pemasaran yang disebut diferensiasi produk. Hal ini dilakukan dengan tujuan supaya pondok pesantren mampu mewartakan keinginan masyarakat dengan tidak meninggalkan hal prinsip yang dijunjung tinggi oleh pondok pesantren yang dianggap sebagai lembaga pendidikan Islam yaitu kejujuran. Jadi apapun bentuk program yang disampaikan kepada customer atau masyarakat, maka program itu pula yang menjadi capaian para santri, baik nantinya capaian itu akan menjadi capaian santri secara umum maupun khusus.

Pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang dipimpin atau diasuh oleh KH.M. Burhan Jamil, MY. berupaya untuk menanamkan visi dan misi pondok pesantren di setiap lembaga yang bernaung di bawahnya, juga kepada setiap individu pendidik untuk menjadikannya sebagai landasan dalam setiap kebijakan yang diambil. Bahkan menurut penuturan dari salah satu guru, pengasuh dalam suatu acara bisa dengan tiba-tiba bertanya atau menunjuk salah satu guru atau siswa untuk menanyakan visi dan misi pondok pesantren atau lembaga tempat guru mengajar. Hal ini secara tidak langsung mengarahkan semua element yang ada di pondok pesantren untuk bersama-sama dalam memahami dan mencapai

¹⁹ KH. Ahmad Nur Kholis, Wawancara dengan Penulis, 07 Agustus 2020

²⁰ KH. Muhammad Anshor Wijaya, Wawancara dengan Penulis, 09 Agustus 2020.

satu tujuan sehingga terbentuk suatu lingkungan yang mencerminkan sifat-sifat Rasulullah Saw.

Upaya Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan

Upaya yang dilakukan oleh pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan berdasarkan observasi peneliti dan hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin memiliki “*Grand Desain*” yang menjadi dasar dalam pengembangan pendidikan.

Menurut bapak Muttaqin (dewan penjamin mutu pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin) untuk meningkatkan mutu tentu diperlukan banyak piranti, oleh sebab itu pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin memiliki “*Grand Desain*” yang menjadi pijakan arah atau haluan dalam pengembangan pendidikan, yaitu nilai-nilai, ada visi, misi dan tujuan. kemudian dikembangkan dalam bentuk rencana strategis dan berbagai program inovatif baik program akademik maupun non akademik. Pengembangan inovasi pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin didasarkan pada prinsip “*almuhafadhatu „alal qadimi as-shalih wa al akhdu bil jadid al ashlah*” prinsip ini yang difahami oleh Muttaqin menjadi arah dan kebijakan pengembangan pendidikan oleh KH. Muhammad Burhan Jamil, MY selaku pendiri dan juga pengasuh sejak 1995-2020. Sebagaimana dalam petikan wawancara berikut: “*Grand desain yang menjadi pijakan arah atau haluan dalam pengembangan pendidikan yang berupa nilai-nilai, visi, misi dan tujuan yang mana nilai-nilai ini tertuang dalam filosofi lambang dan mars pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, dari sinilah terbentuk rencana strategis dan program-program inovatif. Strateginya bagaimana? Prinsip “almuhafadhatu „alal qadimi as-shalih wa al akhdu bil jadid al ashlah” ini kemudian dijadikan strategi proyeksi dan strategi proteksi oleh pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin*”.²¹

2. Menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, and Treats*)

Analisis SWOT merupakan alat untuk melakukan evaluasi diri dan analisis lingkungan. Oleh karena itu dalam praktiknya dipetakan menjadi dua, yaitu melihat faktor internal (menggali keadaan kekuatan dan kelemahan) suatu lembaga atau organisasi dan faktor eksternal (melihat peluang dan tantangan) lembaga atau organisasi. Analisis harus dilakukan sesuai dengan keadaan yang nyata.

Dari analisis pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin akan kekuatan yang dimiliki, peneliti berkesempatan untuk melakukan wawancara dengan tokoh yang hadir di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, berikut wawancara dengan Habib Abdurrahman Fahmi Assegaf Solo: “*Raudhatul Mujawwidin itu wadah menuntut ilmu dari sekian wadah umat Rasulullah Saw. entah sudah yang ke berapa kali saya datang di pondok ini, pertama kali tahun 2016 sebelum kerawuhan Habib Syekh. Begitu hadir di Raudhatul Mujawwidin langsung senang, merasa seperti di tempat sendiri, betah kulo. Seperti namanya Raudhah Mujawwidin tamannya orang yang bagus-bagus bacaan Al Qurannya, yang memperbaiki bacaannya. Nanti kalau dibolehkan saya juga akan menitipkan cucu saya mondok di sini. Iha membuat orang merasa betah itu salah satu yang harus dipertahankan, ini kelebihan Raudhatul Mujawwidin, disamping juga harus mempertahankan apa yang menjadi cita-cita pendiri pondok pesantren. Artinya Raudhatul Mujawwidin mampu *hurmat tamu*, yang berbeda dari Raudhatul Mujawwidin setiap ke sini selalu disuguhi ngajinya anak-anak. Saya ingat betul pertama kali datang ke sini, saya disuguhi ngaji dan hafalannya Abdul*

²¹ Wawancara dengan KH. Muhammad Burhan Jamil selaku pendiri dan juga pengasuh sejak 1995-2020.

Jawwad yang saat itu masih MI dan hafalannya sudah selesai. Intinya bagi saya Raudhatul Mujawwidin itu ajiiiib.²²

Program-program Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin

Perlu diketahui bahwa berdasarkan observasi peneliti di lapangan menunjukkan, diantara upaya yang dilakukan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan yaitu adanya pemetaan program menjadi program umum dan program khusus. Dari klasifikasi ini kemudian muncul istilah program unggulan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin maupun program unggulan di masing- masing lembaga.

Dalam hal ini peneliti mencari sumber informasi langsung dengan pendiri sekaligus pengasuh pondok pesantren, apa yang menjadi program unggulan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang tertuang dalam wawancara berikut: "Untuk menjawab pertanyaan ini, maka kita harus menengok sejarah awal mula pondok ini mulai didirikan, sudah kami sampaikan tadi bahwa TPQ menjadi embrio adanya pondok pesantren, maka kami menjadikan Al-Quran sebagai program unggulan, program yang secara umum semua santri harus bisa, harus mampu, tidak boleh tidak, maksudnya apa? Semua santri harus bisa baca Al Quran dengan baik, yang tartil, yang bertajwid, ini harga mati bagi santri pondok pesantren kita. Bahkan jika di akhir kelulusan misalnya masih ada atau ditemukan santri yang belum dinyatakan lulus baca Al-Qurannya, maka ijazahnya kami tahan, dia harus mengulang sampai dinyatakan lulus oleh tim penguji. Sistem tahan menahan ini juga kami berlakukan ketika liburan semester, bagi santri yang materi pengajian Al-Quran atau diniyyahnya belum tam yaa dia harus jadi penunggu pondok, artinya dia baru diperbolehkan pulang jika sudah melakukan remedial. Kenapa harus demikian? Yaa karena sebagai pendiri, kami harus tegas pada hal-hal apa saja yang menjadi prinsip pondok pesantren."²³

Lebih lanjut apa yang disampaikan bapak KH. Nur Kholis selaku ketua DP3 Raudhatul Mujawwidin 3 menguatkan pernyataan di atas, berikut petikan wawancaranya: "Program unggulan pondoknya yaitu Al Quran, bisa membaca Al Quran dengan baik, artinya konsistensi metode Qiroati belum bisa ditandingi oleh program yang lain, di Madrasah Muallimin Muallimat baca kitabnya bagus sempat menjuarai beberapa event juga hafal kitab bulughul marom kemudian menjadi mahir dalam berbahasa Inggris tapi konsistensinya belum kuat. Ciri khas Raudhatul Mujawwidin adalah Al Quran, secara umum masih di level membaca dengan baik secara mujawwad dan murottal, secara khusus ada program tahfidh, dan untuk program yang lain konsistensinya belum maksimal, belum begitu dirasakan di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, dan hal ini seperti PR untuk kita semua (elemen yang ada di Raudhatul Mujawwidin) bahwa Abi Burhan sebagai peletak dasar Al Quran metode Qiraati di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, kita yang meneruskan harus bisa lebih mengembangkan, kalau sampai bacaan Al Quran-nya jelek berarti aib untuk pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin."²⁴

Berdasarkan paparan di atas juga analisis peneliti dari kurikulum pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dan kurikulum masing-masing lembaga yang ada di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin, maka ditemukan bahwa bentuk program pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin secara garis besar terbagi sebagai berikut:

1. Program umum

Program ini menjadi program wajib yang harus diikuti dan menjadi kompetensi semua warga pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin. Program ini bisa juga disebut sebagai program unggulan, dalam hal ini terbagi menjadi dua, yaitu:

²² Habib Abdurrahman Fahmi Assegaf, Wawancara dengan Penulis, 06 september 2021.

²³ KH. Muhammad Burhan Jamil, Wawancara dengan Penulis, 10 Agustus 2020

²⁴ Nurkholis, Wawancara dengan Penulis, 12 Oktober 2021.

a. Al-Quran

Untuk kurikulum Al Quran pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin membagi menjadi dua kategori, kategori santri yang mondok tiga tahun [santri hanya mondok tiga tahun, bisa jadi hanya di MTs saja kemudian melanjutkan di sekolah lain, atau baru masuk di MA] dan kategori santri yang mondok 6 tahun (dari Mts lanjut ke MA/ SMK dan MI yang mondok dari kelas 1).

b. Membaca kitab kuning

Program ini dititipkan pada lembaga Diniyyah pondok pesantren yang bernama MBS (Madrasah Burhaniyah Sya'fi'iyah). Dalam pelaksanaannya MBS membagi tingkatan kemampuan belajar siswa menjadi tiga, yaitu: kelas Ula yang ditempuh tiga tahun (kelas 1 Ula, kelas 2 Ula dan kelas 3 Ula), kelas Wustho yang ditempuh tiga tahun (kelas 1 Wustho, kelas 2 Wustho, dan kelas 3 Wustho, kelas Ulya yang juga ditempuh selama 3 tahun (kelas 1 Ulya, kelas 2 Ulya dan kelas 3 Ulya), khusus untuk tingkat Ulya ada dua kategori pilihan yaitu Fiqih dan Hadits.

Sebagaimana dalam pengajaran Al Quran, kegiatan MBS dilaksanakan dua kali yaitu ba'da ashar dan ba'da isya'. Muatan kurikulum yang diberikan para santri mampu membaca dan memahami kitab kuning sesuai tingkatan dan mampu praktek ibadah secara benar.

2. Program khusus

Program ini dikhususkan bagi santri yang ingin menghafalkan Al Quran, tidak ada kriteria khusus bagi santri yang ingin mengikuti program ini, hanya saja santri disyaratkan sudah mampu membaca Al Quran dengan baik dan benar (mengikuti tes baca Al Quran) dan atas restu dari kedua orang tua. Berdasarkan wawancara dengan penanggung jawab Al Quran, KH. Muhammad Ansor Wijaya, Al Hafidz selaku penanggung jawab bidang Al Quran dan Tahfidz ditemukan bahwa program tahfidh pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin ini dikenal dengan Tahfidz militer, hal ini terjadi karena sistem yang diberlakukan dalam program tersebut menganut sistem disiplin yang tinggi dengan jam belajar yang padat.

Proses pembelajaran tersebut diadaptasi dari pengalaman beliau selama proses menghafal dan belajar metode dari berbagai pondok pesantren termasuk ke lembaga yang ada di Iran (Iran dikenal sebagai negara dengan jumlah penghafal Al Quran terbanyak dalam 15 tahun terakhir). Pengalaman beliau selama tiga bulan di Iran (tahun 2019) atas lisensi dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menjadi titik balik pembaharuan kurikulum program Tahfidzul Quran pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin.

Secara umum kurikulum tahfidz yang ada di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin sama dengan pondok pesantren tahfidz pada umumnya, yang membedakan adalah pemetaan kekuatan hafalan menjadi tiga:

- a. Hafalan lancar (kira-kira tidak dimurojaah satu minggu masih aman) disebut hafalan kelompok A
- b. Hafalan yang hilang atau rusak, disebut hafalan kelompok B
- c. Hafalan yang mendekati tingkat agak lancar, disebut hafalan kelompok C

Dari pengelompokan ini, ada klasifikasi solusi sebagai berikut:

- a. Hafalan kelompok A dibagi menjadi lima jika jumlah hafalan lebih dari 15 juz
- b. Hafalan kelompok B setelah diservis setiap hari harus dimurojaah
- c. Hafalan kelompok C dimurojaah dua hari sekali dibagi menjadi dua bagian Setelah dilakukan evaluasi mingguan, semua hafalan dikelompokkan ulang.

Selain pembagian kelompok kekuatan hafalan, sepertinya tiga hal di bawah ini menjadi hal yang juga menunjang proses mengafal cepat dan kekuatan hafalan yang terjaga:

- a. Proses nambah hafalan yang ditempatkan dibanyak waktu (6 x pertemuan dalam satu hari).
- b. Proses tadarus di dalam shalat baik shalat fardhu maupun sunah.
- c. Pendampingan bagi alumni, setiap bulan puasa semua alumni tahfidz pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin wajib datang ke pondok pesantren untuk menjadi imam taraweh membaca 30 juz Al Quran dalam semalam. Kegiatan ini sudah dilakukan selama tiga tahun terakhir, tahun pertama banyak alumni yang tidak hadir karena alasan sibuk dengan kegiatannya, dan ongkos perjalan juga menjadi salah satu pertimbangan. Maka untuk menambah semangat para alumni, disediakan ongkos gratis PP juga bonus bagi yang hafalannya paling lancar diantara yang lancar. Tahun kedua mendapatkan bonus umrah dan tahun ketiga mendapatkan bonus sepeda motor.

Yang membuat masyarakat semakin percaya dengan TPQ pengguna metode Qiroati adalah sistem evaluasi yang bertahap dan bukan dari guru pengajar yang ada di lembaga. Setiap mengikuti ujian akhir, setiap santri diharuskan untuk maju ditashih di hadapan penguji yang berjumlah 8 orang untuk menguji kesiapan dan kemampuan santri. Dan tahapan ini sampai tiga lapis mulai dari tingkat lembaga, tingkat kecamatan dan tingkat kabupaten.

Hasil strategi *marketing* pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan

Berdasarkan wawancara dengan bapak H. Munjari, pengurus yayasan yang mengetahui proses pendirian pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin menyatakan bahwa: “Semenjak tahun 1995 mengabdikan di masyarakat, Alhamdulillah perjudian, main remi, minum-minuman bahkan makan babi menjadi tidak ada lagi, anak-anak bisa mengaji Al Quran dengan baik bahkan dari mereka banyak yang melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi baik di pondok pesantren maupun di perguruan tinggi, kemudian muncul lembaga-lembaga lain, Raudhatul Mujawwidin menjadi pionir dan programnya banyak menginspirasi yang lainnya misalnya woro- woro radio, baner besar, mengundang pembicara dari Jawa ketika hafalah akhir sanah. Banyak lembaga yang belajar tentang bagaimana mengelola pondok pesantren baik pada Abi langsung atau belajar dengan pengurus yayasan. Pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin juga diakui oleh pemerintah, out put dari Raudhatul Mujawwidin diterima di perguruan tinggi dan setiap tahun ada santri yang mendapatkan beasiswa. 169

Senada dengan pernyataan di atas, berikut petikan wawancara dengan pak Siswanto, S. Pd, selaku tokoh masyarakat yang juga merupakan anggota DPRD kab. Tebo: ”Menurut saya, mutu pondok pesantren Raudhtaul Mujawwidin sudah bagus, hal ini berdasarkan banyak alumni sudah menjadi teladan di masyarakat atau lingkungannya, menjadi orang yang bermanfaat di lingkungannya, yaa tidak hanya di lingkungan kita, di lingkungan yang lain pun saya banyak mendengar seperti itu. Karena bermutu itu kan tidak bisa dilihat atau tidak nampak dalam sekejap, dikatakan berkualitas atau bermutu ketika alumennya ada manfaat atau digunakan oleh masyarakatnya. Harapan kami untuk pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin bisa seperti pohon yang rindang yang bisa mengayomi masyarakat, ke-ikut serta-an guru-guru yang ada di pondok pesantren dalam kegiatan masyarakat perlu ditambah atau ditingkatkan lagi, yaa selama ini sudah akan tetapi masyarakat perlu banyak yang mengisi lagi. Selanjutnya dalam hal menunjang ekonomi masyarakat, untuk memberdayakan atau menggunakan tenaga orang-orang yang ada di lingkungan pondok pesantren, misalnya untuk penjaga keamanan, tukang bersih-bersih supaya masyarakat lebih merasa “*anderbeni*”²⁵.

²⁵ Wawancara dengan penulis anggota DPRD kab. Tebo 20 oktober 2021.

Masyarakat secara umum merasakan kehadiran alumni atau lulusan pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang memberikan kontribusi atau manfaat baik di lingkungan maupun lembaga yang ada. Pernyataan ini juga disampaikan oleh wali santri yang kebetulan menjadi kepala TPQ Al Izza Dharmasraya, bapak Rohmat, S. Ap. yang menyatakan: “Kalau pembiayaan relatif, secara umum terjangkau bahkan jika dibandingkan dengan out putnya cukup murah meriah, *susuk akeh* karena sementara ada lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang yang sama, pembiayaan tinggi tapi out putnya kurang bisa dilihat antara alumni dari pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dan yang lainnya. Alumni dari Raudhatul Mujawwidin lebih percaya diri hal ini karena didukung dengan kemampuan menguasai ilmunya, juga dapat kita lihat dalam proses belajarnya sering melihat para santri terlibat dalam proses belajar secara langsung ada praktek. Yang hasil itu sangat berguna ketika kembali di tengah masyarakat.”²⁶

Selanjutnya berdasarkan observasi peneliti di lapangan ditemukan bahwa banyak alumni pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yang juga turut serta mengajar di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin baik di lembaga yang ada atau di pondoknya saja, salah satunya menjadi wali kamar bahkan hampir 70 persen guru yang bertempat tinggal di pondok pesantren merupakan alumni. Data ini belum ditambah dengan lulusan/ alumni yang ikut mengabdikan di Raudhatul Mujawwidin baik sebagai karyawan pondok maupun sebagai guru di lembaga, yang mana selain berkhidmah mereka juga tetap meneruskan pendidikannya di perguruan tinggi terdekat. Dalam hal ini pondok pesantren juga turut membantu pembiayaan yang dibutuhkan oleh mereka yang berkhidmah dalam penyelesaian biaya kuliahnya.

Rusyda Andini, alumni MTs th 2009 dan MA th 2011, yang juga sempat mengabdikan di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin th 2017- 2020, saat ini bekerja sebagai guru informatika di MAN 2 Kota Padang Panjang (PNS) memberikan pendapatnya tentang mutu layanan pendidikan yang ada di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin. “Menurut saya ada beberapa indikator yang menunjukkan bermutu tidaknya suatu lembaga pendidikan seperti jumlah siswa, prestasi dan alumninya. Jika tiga hal tersebut menjadi tolak ukurnya maka bisa dikatakan bahwa Raudhatul Mujawwidin memiliki mutu pendidikan yang baik. Terbukti dengan santrinya yang semakin bertambah setiap tahun. Prestasi demi prestasi terus diraih baik dari akademik, non- akademik, kepesantrenan maupun pendidikan formal. Saat ini Raudhatul Mujawwidin unggul dalam program tahfidznya, metode pembelajaran di lembaga M3 yang menggabungkan antara Al Quran, kitab dan bahasa Inggris, lembaga MA dengan multimediana dan SMK dengan IT dan entrepeneurnya. Raudhatul Mujawwidin telah berkembang menjadi pesantren yang melahirkan santri-santri milenial yang mampu menjawab tantangan kehidupan modern tapi juga tetap lembaga pendidikan Islam yang menjunjung tinggi luhur adat dan budaya pesantren.”²⁷

Selain itu dalam proses observasi peneliti, berdasarkan data yang ada di MA dan SMK Raudhatul Mujawwidin menunjukkan bahwa lulusan atau out put dari pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin diterima di perguruan tinggi baik negeri maupun swasta lewat jalur prestasi, beasiswa dan mandiri. Bahkan dari lulusan MA Raudhatul Mujawwidin juga diterima di perguruan tinggi luar negeri seperti, Al Azhar Mesir, Al Ahqaf Yaman, Hadromaut Tarim dan Tunisia. Selain perguruan tinggi, para santri lulusan Raudhatul Mujawwidin juga diterima di pondok pesantren besar seperti Lirboyo, Sarang, Gontor, Al Hikmah, Buntet Cirebon dan pondok pesantren lainnya.

Berikut wawancara peneliti dengan kepala MA Raudhatul Mujawwidin, bapak Suyatno, S. Pd. yang mengatakan: “Alhamdulillah lulusan kami diterima baik oleh masyarakat, perguruan tinggi dan pondok pesantren. Indikasinya dari program bakti sosial yang sudah

²⁶ Wawancara dengan penulis bapak Rohmat, S. Ap 18 oktober 2021.

²⁷ Wawancara dengan penulis Rusyda Andini 15 oktober 2021

berjalan hampir 20 tahun dengan lokasi tempat yang berbeda-beda, biasanya masyarakat yang sudah tidak kami datangi lagi akan minta lagi, dan dengan adanya bakti sosial bagi santri kelas 3, mereka punya pengalaman yang bisa dijadikan tolak ukur bagaimana hidup bermasyarakat. Anak-anak kami yang melanjutkan ke perguruan tinggi, Alhamdulillah diterima juga, beasiswa masuk Universitas Al Azhar dua tahun terakhir ada 7 anak (4 putra dan 3 putri), ke Tunisia ada satu anak dan ke Yaman ada dua anak, beasiswa PBSB dan yang lainnya. Untuk yang lanjut ke pondok pesantren karena punya modal bisa IT, anak-anak kita berperan ada yang jadi sekretaris bahtsu masail dan aktif mengikuti kegiatan organisasi pondok. Di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin sekarang ini yang mendominasi adalah alumninya sendiri, yang tersebar di lembaga yang ada dan ada juga yang mengabdikan di pondoknya. Harapan kami alumni Raudhatul Mujawwidin ada di mana-mana dan bermanfaat.”²⁸

Ditinjau dari wawancara dan paparan dokumen di atas, menunjukkan bahwa hasil dari strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin Kecamatan Rimbo Bujang dalam meningkatkan mutu layanan dianggap baik dan perlu dilestarikan serta dikembangkan secara terus menerus. Sebab berbagai strategi yang diterapkan memiliki dampak kontribusinya tersendiri dan bervariasi sesuai dengan segmen pasarnya masing-masing.

KESIMPULAN

Pertama, Strategi *marketing* yang digunakan di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yaitu teori *holistic marketing* Kothler dengan penerapan nilai pada keteladanan sifat Rasulullah Saw. (fathanah, shidiq, tabligh dan amanah). Artinya pondok pesantren dewasa ini dituntut untuk cerdas membaca peluang sekaligus hambatan, yang mana sebenarnya metode dakwah seperti ini telah dicontohkan oleh para wali songo.

Kedua, Upaya Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan sebagai berikut: 1) Pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin memiliki “*Grand Desain*” yang menjadi dasar dalam pengembangan arah pendidikannya. 2) Menggunakan pendekatan analisis SWOT. Dari analisis ini kemudian terbentuk strategi proyeksi dan strategi proteksi untuk menciptakan inovasi dan mengatasi hambatan-hambatan baik internal maupun eksternal. 3) Memiliki program yang terbagi menjadi dua yang dalam pelaksanaannya bersinergi dengan lembaga yang berada di bawah naungan pondok pesantren.

Ketiga, Hasil strategi *marketing* pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan berdasarkan observasi peneliti di lapangan ditemukan fakta bahwa: 1) Masyarakat secara luas mengakui kualitas alumni atau lulusannya dengan indikasi banyak dari mereka yang mengajar di lembaga pendidikan formal, TPQ dan aktif berkiprah di lingkungan masyarakat seperti memimpin tahlil, memimpin pembacaan maulid Albarjanzi, Addiba’I dan ikut serta dalam membantu perawatan jenazah. 2) Terjalin kerjasama jangka panjang yang baik antara pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dengan *stake holder* (mulai dari anak yang mondok sampai cucunya), juga dengan lembaga yang menjadi mitra pondok pesantren seperti TPQ, pondok pesantren dan perguruan tinggi. 3) Alumni, *stakeholder* dan lembaga mitra pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dengan sendirinya menjadi promotor yang semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin.

REFERENSI

Ahmad Ainul Yaqin dan Andi Kristanto, “Strategi Pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Unggulan Pondok Pesantren Amanatul Ummah Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, No. (Juli2016)

²⁸ Wawancara dengan penulis Suyatno, S. Pd

- Ali Ahmad An-Nadwi, *Al Qawaid Al Fiqhiyyah* (Damaskus: Daarul Qalam, 1994)
- Buchari Alma, *Manajemen corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta 2009)
- Cravens. David W, *Strategic Marketing* (Chicago: The Mac, Graw Hill Coy, Inc. 1997)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017)
- Departemen Pendidikan Nasional, *UU Sisdiknas No 20 Tahun 2003 Tentang System Pendidikan Nasional* (Bandung: Fermana, 2006)
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2002)
- Habib Abdurrahman Fahmi Assegaf, Wawancara dengan Penulis, 06 september 2021.
- Laduni, "Profil Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin," diakses pada 02 Februari 2022, <https://www.laduni.id/post/read/52232/pondok-pesantren-raudhatul-mujawwidin-jambi>.
- Lexy J. Moleong, *Meodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017)
- Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012)
- Misbahul Qowim "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang," (Tesis, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019)
- Quraisy Syihab, *Tafsir Al Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2000)
- Veithzal Rivai, Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)
- Wahbah az-Zuhaili, *Tafsir Al Munir*, Terj. Abdul Hayyie Al Kattani (Damaskus: Daarul Fikr, 2005)
- Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, Studi Pandangan Hidup Kyai dan visinya mengenai masa depan Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2015)
- Wawancara denga penulis Rusyda Andini 15 oktober 2021
- Wawancara dengan penulis anggota DPRD kab. Tebo 20 oktober 2021.
- Wawancara dengan penulis bapak Rohmat, S. Ap 18 oktober 2021.
- Wawancara dengan penulis Suyatno, S. Pd
- Dokumentasi Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin