

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN DARUL FAQIH MALANG

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD NUR SINGO KARYO

NIM. 210106110029



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN DARUL FAQIH MALANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas akhir Skripsi pada Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam

OLEH

MUHAMMAD NUR SINGO KARYO

NIM. 210106110029



PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN DARUL FAQIH MALANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas akhir Skripsi pada Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam

Oleh

Muhammad Nur Singo Karyo

NIM. 210106110029



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT (*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS*) DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PONDOK PESANTREN DARUL FAQIH MALANG

Oleh:

Muhammad Nur Singo Karyo

NIM. 210106110029

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertanggungjawabkan dalam sidang skripsi

Dosen Pembimbing



Siti Ma'rifatul Hasanah, M.Pd

NIP. 19851015 201903 2 012

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang



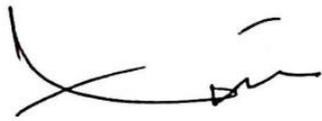
Dr. Nurul Yaqien, M.Pd

NIP. 19781119 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Implementasi Analisis Swot (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang”** oleh **Muhammad Nur Singo Karyo** ini telah dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan **Lulus** pada tanggal 20 Juni 2025.

Dewan Penguji



Dr. Sutrisno, M.Pd
NIP. 196504031995031002

Ketua (Pengujian Utama)



Kusumadyah Dewi, M.AB
NIP. 198510152019032012

Pengujian



Siti Ma'rifatul Hasanah, M.Pd
NIP. 198510152019032012

Sekretaris

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 196504031998031002

Siti Ma'rifatul Hasanah, M.Pd
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Muhammad Nur Singo Karyo]

Lamp : 4 (Empat Eksemplar)

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Malang

Di Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan beberapa kali pelaksanaan bimbingan secara tatap muka, baik dari segi isi bahasa maupun teknik penulisan dari penelitian skripsi dari mahasiswa dibawah ini:

Nama	: Muhammad Nur Singo Karyo
NIM	: 210106110029
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi	: Implementasi Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) dalam Membangun <i>Brand Image</i> Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Maka selaku pembimbing skripsi kami berpendapat bahwasannya mahasiswa tersebut sudah layak untuk mempertanggungjawabkan penelitian skripsinya dalam sidang skripsi. Demikian rekomendasi dari kami, kurang lebihnya mohon maaf.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Siti Ma'rifatul Hasanah, M.Pd
NIP. 19851015 201903 2 012

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Singo Karyo
NIM : 210106110029
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Implementasi Analisis Swot (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang berjudul “Implementasi Analisis Swot (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang” benar-benar diselesaikan oleh yang membuat pernyataan dan tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka sebagai sumber yang dikutip.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dngan sadar dan sebenar-benarnya, tanpa ada unsur keterpaksaan dari pihak lain.

Malang, 1 Juni 2025

amat saya,

Muhammad Nur Singo Karyo
210106110029

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat, hidayah, dan inayah-Nya yang telah memberikan kesabaran bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW dan seluruh keluarga, sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan penuh ketulusan dan rasa syukur, yang paling utama dan pertama karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, Almarhum ayah H.Asnafi Arif dan Ibu Hj. Mashurotin yang telah menjadi sumber inspirasi dan kekuatan terbesar dalam hidup saya. Terimakasih untuk segala tirakat dan doa yang tak pernah putus, serta perjuangan yang tak pernah henti untuk putra bungsumu ini.

Untuk kakak-kakak saya, yang telah memberikan doa, dukungan, arahan serta motivasi dalam setiap langkah yang saya tempuh. Kehadiran kalian merupakan anugerah luar biasa bagi saya. Terimakasih atas semangat dan kebersamaan yang selalu menguatkan saya dalam menghadapi segala tantangan. serta obat dikala mengalami kesedihan.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Dosen Pembimbing saya, Ibu Siti Ma'rifatul Hasanah, M.Pd yang telah sabar membimbing dan mengarahkan saya mulai awal pengajuan judul hingga sampai bisa menyelesaikan skripsi ini. Tak hanya itu, saya juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya Prodi Manajemen Pendidikan Islam. Terima kasih untuk ilmu yang telah diberikan yang nantinya akan menjadi bekal berharga dalam perjalanan hidup saya.

Terakhir, dengan penuh rasa syukur, saya juga mempersembahkan karya ini untuk diri saya sendiri. Terima kasih untuk segala usaha, kerja keras, ketekunan yang telah saya curahkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan di saat sulit, tetap berjuang meskipun lelah, dan tidak menyerah meskipun menghadapi berbagai tantangan. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar dan bermakna.

Aamiin ya Robbal 'Alamiin.....

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ

"Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya,"
(QS. Al-Baqarah [2]: 286).¹

¹ Al-Hufaz Al-Qur'an Hafalan, (QS. Al baqarah: 286), Bandung: Cordoba International Indonesia, 2021.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

Pedoman transliterasi Arab-Latin dalam Skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Huruf

أ	a	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	dl	ن	n
ح	h	ط	th	و	w
خ	kh	ظ	zh	ه	h
د	d	ع	'	ء	,
ذ	dz	غ	gh	ي	y
ر	r	ف	f		

2. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = ā

Vokal (i) panjang = ī

Vokal (u) Panjang = ū

3. Vokal Diftong

أو = aw

أي = ay

أو = ū

إي = ī

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah, dan inayah-Nya serta sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang memberikan syafaat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun Ajaran 2024-2025.

Penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd., selaku Dekan FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, S.Pd.I., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Devi Pramitha, M.Pd., selaku Dosen Wali yang sudah memberikan bimbingan akademik dan memotivasi selama di bangku perkuliahan.
5. Ibu Siti Ma’rifatul Hasanah, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta ilmu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang telah membekali saya dengan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. KH. Faris Khoirul Anam, Lc. M.HI., selaku Pengasuh Pondok Pesantren Darul Faqih Malang beserta seluruh jajarannya yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar Ma’had Sunan Ampel Al Aly termasuk Mudir Ma’had, jajaran Pangasuh, jajaran Murobbi/ah, Musyrif/ah, dan teman-teman

UPKM El Ma'rifah (emus 34) yang telah menjadi keluarga kedua bagi saya. Kehidupan di Ma'had telah memberikan begitu banyak pengalaman berharga bagi saya yang tidak hanya memperkaya ilmu keagamaan, Semua pengalaman yang saya dapatkan di lingkungan Ma'had ini menjadi pelajaran yang sangat berharga dalam menemani perjalanan akademik dan kehidupan saya.

9. Teman-teman seangkatan seperjuangan Program Studi MPI Angkatan 2021, yang saling menguatkan dan kebersamai di masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah meskipun banyak tantangan, rintangan, dan air mata yang harus dilalui dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu berusaha bangkit setiap kali merasa lelah dan hampir menyerah.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan keberkahan bagi semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga pula kita semua selalu mendapatkan syafaat dari Nabi Muhammad SAW di hari kiamat kelak.

Malang, 1 Juni 2025



Muhammad Nur Singo Karyo

210106110029

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR NOTA DINAS PEMBIMBING	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
المُلخَص.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Orisinalitas Penelitian.....	7
F. Definisi Istilah	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Analisis SWOT	14
1. Pengertian Analisis SWOT.....	14
2. Faktor-faktor Analisis SWOT.....	15
3. Matriks SWOT.....	16
4. Analisis IFAS dan EFAS.....	17
5. Manfaat Analisis SWOT.....	18
6. Kelebihan dan Kekurangan Analisis SWOT.....	18
7. Analisis SWOT dalam Perspektif Islam.....	19

B. Konsep Brand Image	20
1. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	20
2. Komponen-komponen <i>Brand Image</i>	21
3. Dimensi-dimensi <i>Brand Image</i>	22
4. <i>Brand Image</i> dalam Perspektif Islam.....	22
5. Strategi Membangun <i>Brand Image</i>	23
C. Pondok Pesantren	24
1. Pengertian Pondok Pesantren.....	24
2. Jenis-jenis Pondok Pesantren.....	28
D. Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Kehadiran Peneliti	33
D. Data dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Keabsahan Data.....	38
H. Prosedur Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	41
A. Paparan Data Penelitian.....	41
1. Sejarah Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	41
2. Visi, Misi, dan Tujuan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	43
3. Program Unggulan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	43
4. Unit-unit Lembaga Darul Faqih Malang.....	44
5. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Darul Faqih.....	45
B. Hasil Penelitian	45
1. mplementasi Analisis Kekuatan dan Kelemahan Internal Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	45

2. Implementasi Analisis Peluang dan Ancaman Eksternal Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	52
3. Strategi yang dihasilkan dari Implementasi Analisis Internal dan Eksternal dalam membangun <i>Brand Image</i> Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	57
C. Temuan Penelitian	64
BAB V PEMBAHASAN	66
A. Implementasi Analisis Kekuatan dan Kelemahan Internal Pondok Pesantren Darul Faqih.....	66
B. Implementasi Analisis Peluang dan Ancaman Eksternal Pondok Pesantren Darul Faqih.....	74
C. Strategi yang dihasilkan dari Implementasi Analisis Internal dan Eksternal dalam membangun <i>Brand Image</i> Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.....	81
BAB VI PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian.....	10
Tabel 1.2 Matriks SWOT.....	16
Tabel 1.3 Struktur organisasi.....	45
Tabel 1.4 <i>Brand Image</i>	59
Tabel 1.5 Komponen IFAS & EFAS.....	81
Tabl 1.6 IFAS.....	82
Tabel 1.7 EFAS.....	83
Tabel 1.8 Kuadran SWOT	84
Tabel 1.9 Matriks SWOT	85

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir..... 31

ABSTRAK

Karyo, Muhammad Nur Singo, 2025, *Implementasi Analisis Swot (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Dalam Membangun Brand Image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang*. Skripsi. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Siti Ma'rifatul Hasanah M.Pd

Kata Kunci: Analisis SWOT, Brand Image, Pondok Pesantren,

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, khususnya dalam hal membangun citra merek (*brand image*) yang kompetitif dan relevan di tengah masyarakat modern. Citra merek yang kuat dibutuhkan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperluas jaringan, serta menarik minat santri baru. Dalam konteks ini, Pondok Pesantren Darul Faqih Malang menjadi objek penelitian untuk melihat bagaimana strategi pembangunan citra lembaga dilakukan melalui pendekatan analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi yang dihasilkan dari implementasi analisis internal dan eksternal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.

Metode penelitian menggunakan kualitatif dan kuantitatif dengan jenis studi eksplorasi deskriptif. Subjek penelitian adalah pengelola, tenaga pengajar, dan santri Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Teknik analisis data menggunakan model interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan analisis kuantitatif. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara internal, Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki kekuatan utama seperti figur pengasuh yang karismatik, SDM berkualitas, kurikulum terpadu, dan program unggulan. Namun, terdapat kelemahan seperti beban kerja ganda tenaga pengajar, keterbatasan fasilitas, dan efisiensi pembelajaran. Secara eksternal, peluang datang dari dukungan masyarakat, minat tinggi pada pendidikan Aswaja, dan kemajuan teknologi, sedangkan ancaman berasal dari regulasi pemerintah, potensi konflik sosial, dan pengawasan santri. Berdasarkan analisis IFAS (2,85) dan EFAS (2,95), pesantren berada di kuadran I dan menerapkan strategi agresif (SO) dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang. Strategi *brand image* Pondok Pesantren Darul Faqih melalui pendekatan STP mencakup segmentasi pada keluarga Muslim berlandaskan Aswaja, targeting pada wali santri yang peduli pendidikan karakter, dan positioning sebagai pesantren modern yang menjaga nilai tradisional. Strategi ini diperkuat dengan branding figur pengasuh dan promosi program unggulan melalui media sosial untuk membentuk citra sebagai pesantren moderat, progresif, dan adaptif.

ABSTRACT

Karyo, Muhammad Nur Singo, 2025, Implementation of SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) in Building Brand Image of Darul Faqih Islamic Boarding School Malang. Thesis. Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Advisor: Siti Ma'rifatul Hasanah M.Pd

Keywords: SWOT Analysis, Brand Image, Islamic Boarding School,

Islamic boarding schools as traditional Islamic educational institutions are required to be able to adapt to the times, especially in terms of building a competitive and relevant brand image in modern society. A strong brand image is needed to increase public trust, expand networks, and attract new students. In this context, Darul Faqih Islamic Boarding School Malang is the object of research to see how the strategy for building the institution's image is carried out through a SWOT analysis approach.

This study aims to describe and analyze the internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats used by Darul Faqih Islamic Boarding School Malang. To describe and find out the strategies resulting from the implementation of internal and external analysis used by Darul Faqih Islamic Boarding School Malang.

The research method uses qualitative and quantitative with a descriptive exploration study type. The subjects of the study were the managers, teachers, and students of the Darul Faqih Islamic Boarding School in Malang. The data analysis technique uses an interactive model that includes data reduction, data presentation, drawing conclusions and quantitative analysis. Data validity testing is carried out through triangulation of sources and techniques.

The results of the study show that internally, Darul Faqih Islamic Boarding School has main strengths such as charismatic caretaker figures, quality human resources, integrated curriculum, and excellent programs. However, there are weaknesses such as double teaching staff workload, limited facilities, and learning efficiency. Externally, opportunities come from community support, high interest in Aswaja education, and technological advances, while threats come from government regulations, potential social conflicts, and supervision of students. Based on the analysis of IFAS (2.85) and EFAS (2.95), the Islamic boarding school is in quadrant I and implements an aggressive strategy (SO) by utilizing strengths to seize opportunities. The brand image strategy of Darul Faqih Islamic Boarding School through the STP approach includes segmentation of Muslim families based on Aswaja, targeting guardians of students who care about character education, and positioning as a modern Islamic boarding school that maintains traditional values. This strategy is strengthened by branding the caretaker figure and promotion of excellent programs through social media to form an image as a moderate, progressive, and adaptive Islamic boarding school.

المخلص

نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص،) SWOT كاريو، محمد نور سينغو، ٢٠٢٥، تطبيق تحليل التهديدات) في بناء صورة العلامة التجارية لمدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية، مالانج. أطروحة. برنامج دراسات إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج. المشرف: ستي معرفة الحسنة، ماجستير في الإدارة العامة

. الكلمات المفتاحية: صورة العلامة التجارية، مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية SWOT تحليل

تُعدّ المدارس الداخلية الإسلامية، كمؤسسات تعليمية إسلامية تقليدية، مُطالبَة بالتكيف مع العصر، لا سيما فيما يتعلق ببناء صورة مميزة وتنافسية في المجتمع الحديث. وتُعدّ هذه الصورة المميزة القوية ضرورية لزيادة ثقة الجمهور، وتوسيع شبكات التواصل، وجذب طلاب جدد. وفي هذا السياق، تُعدّ مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية في مالانج موضوع بحث لمعرفة كيفية تطبيق استراتيجية بناء SWOT صورة المؤسسة من خلال نهج تحليل

تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتحليل نقاط القوة والضعف الداخلية، بالإضافة إلى الفرص والتهديدات الخارجية التي تستخدمها مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية في مالانج. كما تهدف إلى وصف ومعرفة الاستراتيجيات الناتجة عن تطبيق التحليل الداخلي والخارجي الذي تستخدمه مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية في مالانج.

يعتمد منهج البحث على الدراسة النوعية والوصفية. وشملت الدراسة مديري وأعضاء هيئة التدريس وطلاب مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية في مالانج. وتستخدم تقنية تحليل البيانات نموذجًا تفاعليًا يتضمن اختزال البيانات وعرضها واستخلاص النتائج. يُجرى اختبار صحة البيانات من خلال تثليث المصادر والتقنيات

تُظهر نتائج الدراسة أن مدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية، داخليًا، تتمتع بنقاط قوة رئيسية، مثل شخصيات قيّمة مؤثرة، وموارد بشرية عالية الجودة، ومنهج دراسي متكامل، وبرامج ممتازة. ومع ذلك، هناك نقاط ضعف، مثل ضعف عبء عمل هيئة التدريس، ومحدودية المرافق، وكفاءة التعلم. خارجيًا، تأتي الفرص من دعم المجتمع، والاهتمام الكبير بتعليم "الأسواج"، والتقدم التكنولوجي، بينما تأتي التهديدات من اللوائح الحكومية، والصراعات الاجتماعية المحتملة، والإشراف على ، تقع المدرسة الإسلامية (2.95) EFAS و (2.85) IFAS الطلاب. بناءً على تحليل مقياسي من خلال الاستفادة من نقاط القوة لاغتنام (SO) الداخلية في الربع الأول، وتطبق استراتيجية فعالة الفرص. تتضمن استراتيجية صورة العلامة التجارية لمدرسة دار الفقيه الإسلامية الداخلية، من ، تقسيم العائلات المسلمة بناءً على "الأسواج"، واستهداف أولياء أمور الطلاب STP خلال نهج المهتمين بتربية الشخصية، والتموضع كمدرسة إسلامية داخلية حديثة تحافظ على القيم التقليدية. ويتم تعزيز هذه الاستراتيجية من خلال إبراز شخصية القائم على الرعاية والترويج للبرامج الممتازة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتشكيل صورة كمدرسة داخلية إسلامية معتدلة وتقديمية ومتكيفة.

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki pengaruh dalam membangun karakter dan kepribadian santri yang berpusat pada aspek keagamaan melalui pendidikan non-formal.² Pondok pesantren menjadi salah satu pilar pendidikan yang terus berkembang dan memiliki visi untuk mencetak generasi yang cerdas dalam ilmu agama serta keterampilan kehidupan.³ Perkembangan era digitalisasi menuntut pondok pesantren untuk terus berkembang dan berinovasi menghadirkan program-program yang sesuai dengan kebutuhan serta perubahan preferensi masyarakat yang cenderung memiliki preferensi yang berbeda dalam hal pendidikan dan nilai-nilai yang dicari.⁴ Masyarakat lebih terbuka terhadap teknologi, kebebasan berpendapat, dan berbagai pilihan pendidikan. Selanjutnya, perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah cara masyarakat mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Pondok pesantren perlu memahami peran teknologi dan mengembangkan strategi untuk memperkuat atau mengurangi daya tariknya.⁵ Masalah yang utama yakni persaingan antara berbagai lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* (Citra Merek) yang positif.

Citra merek mencerminkan pandangan masyarakat terhadap sebuah lembaga, yang terbentuk melalui komunikasi, pengalaman, dan hubungan masyarakat dengan lembaga tersebut.⁶ Pondok pesantren yang memiliki *brand image* kuat dan relevan akan lebih mudah menarik perhatian calon santri dan juga lebih kompetitif di tengah arus persaingan antar lembaga pendidikan Islam.⁷ Namun, realitas menunjukkan bahwa sebagian besar pesantren belum sepenuhnya memanfaatkan peluang dari era digital. Keterbatasan dalam

² Ummah Karimah 2023 “Pondok Pesantren dan Tantangan menyiapkan Santri Tangguh di Era Society. Alfikri Jurnal Suian Penelitian Pendidikan Islam Vol 6 No 1

³ Kompri (2020), “Manajemen dan kepemimpinan pondok pesantren” Jakarta: Prenada media grup 49-50.

⁴ Arifin, Zainal. (2020). “Pengembangan Pondok Pesantren Berbasis Teknologi”. Yogyakarta: Deepublish.

⁵ Priyanto, A. (2020). *Pendidikan Islam dalam era revolusi industri 4.0*. J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 6(2), 80–89. <https://doi.org/10.18860/jpai.v6i2.9072>

⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education

⁷ Hasanah, D. U., Alfi, A., & Mujahid, I. (2021). *Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta*, 8(2), 72-81.

mengelola media sosial, kurangnya strategi komunikasi yang efektif, dan minimnya dokumentasi visual menjadi kelemahan yang signifikan dalam membangun *brand image*.⁸ Selain itu, ancaman berupa stigma terhadap pesantren sebagai lembaga yang dianggap kurang adaptif terhadap perkembangan modern turut mempersulit posisinya di masyarakat. *Brand image* menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam pemasaran dan komunikasi lembaga pendidikan.⁹ Oleh karena itu, membangun *brand image* yang positif menjadi suatu kewajiban bagi Pondok Pesantren guna menciptakan citra yang baik di mata masyarakat dan menjadikannya pilihan utama dalam pendidikan berbasis pesantren.

Upaya pondok pesantren agar tetap relevan dan memiliki *brand image* yang baik perlu menerapkan salah satu analisis yang dapat membantu memahami ciri khusus yang ditawarkan, dalam hal ini adalah Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).¹⁰ Analisis SWOT memiliki kaitan erat dengan strategi pemasaran dan promosi *branding*, dengan adanya analisis SWOT maka pondok pesantren dapat memaksimalkan kekuatan untuk menghilangkan kelemahan serta dapat menggunakan peluang untuk mencegah ancaman sehingga dapat merencanakan strategi yang baik untuk membangun *brand image* yang positif dan dari hasil analisis SWOT tersebut dapat mengetahui popularitas suatu Pondok pesantren.¹¹ Analisis SWOT adalah kerangka kerja yang telah terbukti dalam mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) internal lembaga, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) eksternal yang ada di sekitarnya.¹² Analisis SWOT biasanya dimanfaatkan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat mempengaruhi tujuan dan strategi lembaga.

Analisis SWOT memiliki fungsi untuk mengembangkan sebuah lembaga dengan melihat secara komprehensif berbagai aspek yang terkait baik secara

⁸ Priyanto, A. (2020). *Pendidikan Islam dalam era revolusi industri 4.0*. J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 6(2), 80–89. <https://doi.org/10.18860/jpai.v6i2.9072>

⁹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education

¹⁰ Iis Mei Susilawati. 2017. *Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi Branding Pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde, Ciputat*” Jurnal Tarbawi vol 3 hal 111-128

¹¹ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 19

¹² Gürel, E., & Tat, M. (2017). *SWOT analysis: a theoretical review*. Journal of International Social Research, 10(51).

internal maupun eksternal yang dimiliki oleh lembaga tersebut. Analisis SWOT juga merupakan salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi.¹³ Dengan menggunakan visi dan misi lembaga sebagai konteks, manajer dapat mengukur kekuatan dan kelemahan internal (kompetensi unggulan) serta kesempatan dan ancaman eksternal. Tujuannya adalah untuk mengembangkan strategi yang baik untuk mengoptimalkan kesempatan dan kekuatan, menetralkan ancaman dan menghindari kelemahan.

Analisis SWOT terdiri dari dua hal yang dikandung, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa *strength* atau kekuatan yang dimiliki lembaga serta *opportunity* atau kesempatan yang dimiliki lembaga. Kedua hal ini menjadi modal penting keberhasilan lembaga dan peluang memperoleh keberhasilan yang lebih baik lagi. Sementara faktor eksternal berupa faktor *weakness* atau kelemahan dan *threats* atau ancaman adalah dua hal yang harus disiapkan kebijakan antisipasinya.¹⁴ Analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 sisi berbeda, pengaplikasiannya adalah bagaimana kekuatan (*Strength*) digunakan untuk mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunity*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan bagaimana kekuatan mampu menghadapi ancaman yang ada, dan bagaimana cara mengatasi kelemahan yang membuat ancaman menjadi nyata atau ancaman baru menjadi ada.¹⁵

Analisis SWOT pondok pesantren merupakan langkah penting dalam menjembatani kesenjangan antara tradisi dan tuntutan masa kini.¹⁶ Dengan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengambil peluang

¹³ Ngalifatul, Hikmah. 2022. *Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah*. Skripsi.

¹⁴ Freddy Rangkuti 2013, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama),

¹⁵ Ibid hal 20-21

¹⁶ Sundaniawati Safitri, "Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Qur'an Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0" *Jurnal*, 2022

yang ada, dan menghadapi ancaman yang mungkin muncul, pondok pesantren dapat tetap menjadi tempat yang relevan, inspiratif, dan memiliki *brand image* yang positif, serta menjaga warisan keagamaan yang berharga. Analisis SWOT membantu pondok pesantren untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka hadapi. Dengan pengetahuan yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, pondok pesantren dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan membangun *brand image* yang positif.

Penelitian serupa yang telah dilaksanakan oleh Sundaniawati Safitri dengan judul Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Qur'an Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 tahun 2022, menjelaskan bahwa sebelum mulai mengembangkan strategi langkah pertama yang harus dilakukan adalah menilai lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Salah satu cara untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dari pondok pesantren itu salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threats*).¹⁷ Analisis SWOT sangat penting untuk mengembangkan suatu lembaga dengan mengkaji secara mendalam berbagai aspek yang terkait baik secara internal maupun eksternal yang dimiliki oleh lembaga tersebut

Ngalifatul Hikmah tahun 2022 juga melakukan penelitian yang serupa dengan menggunakan strategi Analisis SWOT yang diterapkan dalam matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) SWOT.¹⁸ Matriks IFAS dan EFAS ini sangat penting digunakan untuk mengetahui analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi yang akan dipakai bagi lembaga pondok pesantren tersebut.

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Pondok Pesantren Darul Faqih Malang yang berada di Jl. Gapura No.197, RT.18/RW.04, Krajan, Pandanlandung, Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang, pondok ini memiliki arah tujuan mengorientasikan santri kepada penguasaan dan praktik ilmu-ilmu dasar dalam islam, ibadah dan dakwah yang mengusung *Islam rahmatan*

¹⁷ Ibid hal 3.

¹⁸ Ngalifatul, Hikmah. *Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah*. Skripsi. 2022.

lil'alam, berpahamkan Ahlussunnah wal jamaah dan menjunjung tinggi ukhuwah Islamiyah. Dengan adanya pondok pesantren ini diharapkan para santri dapat meningkatkan keilmuan agama dan memenuhi kebutuhan perkembangan zaman.¹⁹

Pondok Pesantren Darul Faqih Malang merupakan salah satu pesantren yang memiliki reputasi baik di wilayah Malang. Pondok Pesantren Darul Faqih dalam penerimaan santri baru menggunakan sistem Indent dikarenakan banyaknya peminat yang ingin masuk di Pondok Pesantren Darul Faqih. Dengan demikian Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki potensi besar untuk berkembang dengan *brand image* yang positif. Namun, seperti banyak pesantren lainnya, Pondok Pesantren Darul Faqih juga menghadapi tantangan dalam memodernisasi kurikulum, memperluas fasilitas sarana prasarana, dan meningkatkan daya saing lembaga di tengah kompetisi yang semakin ketat dengan lembaga pendidikan lain. Implementasi analisis SWOT di Pondok Pesantren Darul Faqih dapat menjadi landasan untuk merumuskan strategi yang komprehensif dalam membangun *brand image*, terutama untuk menghadapi dinamika pendidikan di era digital.

Analisis SWOT dalam konteks penelitian ini akan menjadi alat yang tepat dalam membentuk masa depan pondok pesantren. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “Implementasi Analisis SWOT dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang”, yang akan memberikan wawasan berharga bagi pengelola pondok pesantren, praktisi pendidikan, dan peneliti yang tertarik dalam mengembangkan lembaga pendidikan keagamaan yang relevan dan berkelanjutan.

B. Fokus Penelitian

Sesuai konteks penelitian diatas, penelitian ini memfokuskan pada implementasi analisis SWOT. Fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi analisis kekuatan dan kelemahan internal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang?

¹⁹ Web lembaga <https://pondok.darulfaqih.com/> diakses pada tanggal 5 oktober 2024

2. Bagaimana implementasi analisis peluang dan ancaman eksternal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang?
3. Bagaimana strategi yang dihasilkan dari implementasi analisis internal dan eksternal dalam membangun *brand image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis peluang dan ancaman eksternal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.
3. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi yang dihasilkan dari implementasi analisis internal dan eksternal yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis: memberikan wawasan keilmuan tentang manajemen strategi pada umumnya dan analisis SWOT pada khususnya yang berhubungan dengan Strategi pengembangan lembaga pendidikan. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan bagi peneliti lain yang ingin lebih dalam lagi mengetahui tentang strategi pengembangan pondok pesantren.
2. Secara Praktis: penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan bagi pondok pesantren Darul Faqih Malang untuk menganalisis yang lebih baik tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka hadapi, serta memberikan rekomendasi strategis untuk membangun *brand image* yang positif.

E. Orisinalitas Penelitian

Untuk menunjukkan keunikannya, para peneliti melihat sejumlah penelitian sebelumnya dengan tujuan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan di antara penelitian-penelitian tersebut. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya untuk perbandingan:

1. Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah merupakan penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Ngalifatul Hikmah. Penelitian deskriptif atau lapangan adalah penelitian ini. Di Pondok Pesantren Roudlotussholihin pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memastikan kebenaran sumber data penelitian melalui strategi analisis. Analisis SWOT. Matriks IFAS sebesar 3,05 diperoleh dengan menerapkan matriks SWOT. Peneliti mampu membuat daftar kelebihan dan kekurangan Pondok Pesantren Roudlotussholihin dengan menggunakan matriks IFAS ini. Selain itu peneliti mampu mengidentifikasi peluang dan bahaya yang ada di Pondok Pesantren Roudlotussholihin dengan menggunakan matriks EFAS 3.00. Dari hasil tersebut didapatkan beberapa strategi untuk mencegah ancaman dan kelemahan dengan mengoptimalkan kekuatan dan ancaman.²⁰
2. Penelitian Qoidatus Syariah “Pembentukan *Brand Image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Di Era Modern” Tesis 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *brand image* Pondok Pesantren Nurul Huda Simbang Kulon dikembangkan dan seberapa penting hal tersebut bagi kelangsungan jangka panjang lembaga tersebut di masa kini. Keunggulan penelitian ini adalah dapat menjadi acuan bagi pesantren lain agar dapat menggunakan taktik yang sama untuk menjunjung tinggi metode Pesantren Salafiyah dan menjaga nama baik pesantren di masyarakat. Tiga elemen kunci yakni kepercayaan, intensitas, dan akuisisi versus retensi atau pemusatan penjualan pada klien yang sudah ada membantu membangun citra merek

²⁰ Ngalifatul, Hikmah. *Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah*. Skripsi. 2022.

institusi. Berdasarkan hasil penelitian, Pondok Pesantren Nurul Huda Simbang Kulon berhasil mempertahankan santri yang telah menyelesaikan pendidikan jenjang pertama untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Nurul Huda An-Najah guna membangun *brand image* melalui akuisisi. versus retensi. Dengan menawarkan kualitas, kepuasan, dan aksesibilitas kepada santri dan masyarakat yang terhubung dengan Pondok Pesantren Nurul Huda An-Najah Simbang Kulon, lembaga mampu membangun kepercayaan baik masyarakat maupun santri.²¹

3. Kajian “Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Quran Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0” dilakukan pada tahun 2022 oleh Sundaniawati Safitri. Untuk mengetahui tindakan terbaik pondok pesantren dalam menghadapi Revolusi Industri Keempat, penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal lembaga. Pondok Pesantren Al-Quran Cijantung Ciamis merupakan tempat penelitian ini dilakukan. Temuan penelitian menekankan hal-hal berikut: 1) Kekuatan seperti kurikulum Tahfidz dan Tamyiz yang sangat baik, infrastruktur yang kuat, pendidikan formal yang lengkap, aktif dalam media sosial, dan meningkatnya hasil alumni dari pesantren. 2) Kelemahan seperti belum adanya sistem pengelolaan informasi pesantren dan kualitas sumber daya manusia yang menurun di bidang informasi dan teknologi. 3) Peluang seperti hadirnya sekolah formal yang wajib memberikan peluang pendidikan formal, kepuasan dan harapan orang tua terhadap sekolah tersebut, ditunjukkan dengan kesediaan mereka untuk menyekolahkan seluruh anaknya, dan kemajuan teknologi dalam bidang penyiaran dan promosi); dan 4) Ancaman seperti keberadaan sekolah swasta, sekolah negeri, dan pesantren lainnya di sekitar lokasi.²²

²¹ Qoidatus Syariah “Pembentukan Brand Image Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Di Era Modern” Skripsi. 2024.

²² Sundaniawati Safitri, “Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Qur’an Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0” Jurnal, 2022

4. Penelitian yang dilakukan oleh Isamuddin pada tahun 2021 dengan judul “Implementasi Analisis SWOT Dalam Manajemen Strategis Dalam Perencanaan Peningkatan Mutu Pendidikan Madrasah Tsanawiyah Nurul Islam Muara Bungo”. Dalam upaya untuk meningkatkan standar pengajaran di MTs Nurul Islam Muara Bungo, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT diterapkan dan mengidentifikasi unsur-unsur yang mendukung dan menghambat manajemen strategis. Hasil penelitian bahwa implementasi analisis SWOT dilaksanakan pada setiap tahun dengan menggunakan analisis SWOT berbentuk Matrik SWOT 4 Kuadran, yang hasilnya sebagai berikut: Kekuatan mencakup seluruh indikator yang telah ditetapkan pemerintah, kelemahan meliputi letak geografis sekolah di pinggiran kota muara bungo, pemangku kepentingan yang kurang disiplin, sistem pengelolaan yang agak lamban, peluang yang memiliki potensi tinggi, dan pertumbuhan ekonomi. sektor bisnis. Di sisi lain, ancaman yang harus diatasi antara lain adanya visi tunggal institusi akademis, persaingan lembaga pendidikan eksternal, dan dampak globalisasi. Faktor yang berkontribusi terhadap efektivitas analisis SWOT adalah pemangku kepentingan yang aktif dan pimpinan madrasah yang progresif dalam evaluasi dan pengembangan. Faktor penghambatnya antara lain sistem pengelolaan informasi yang lebih tradisional dan sumber daya manusia yang masih dalam tahap awal.²³

Berdasarkan penelitian diatas maka untuk mempermudah mengetahui persamaan dan perbedaan keunikan penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

²³ Isamuddin, Isamuddin,. *"Implementasi analisis swot pada manajemen strategik dalam perencanaan peningkatan mutu pendidikan di madrasah tsanawiyah nurul islam muara bungo."* Jurnal, 2021

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti, Judul, Bentuk dan Tahun terbit	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Ngalifatul, Hikmah. <i>“Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah.</i> Skripsi. 2022.	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan Islam.	Penelitian terdahulu fokus pada strategi dalam meningkatkan daya saing dengan lembaga lain dan penelitian yang akan diteliti yaitu fokus pada strategi dalam membangun <i>Brand Image</i> .	Penelitian ini berfokus pada Implementasi analisis internal (kekuatan dan kelemahan), analisis eksternal (ancaman dan peluang) serta strategi hasil dari analisis SWOT dalam membangun <i>Brand Image</i> Pondok Pesantren.
2.	Qoidatus Syariah <i>“Pembentukan Brand Image Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Di Era Modern”</i> Skripsi. 2024	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai <i>Brand Image</i> dalam Lembaga Pendidikan Islam.	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada lokasi penelitian di Pondok Pesantren Nurul Huda Simbang kulon.	
3.	Sundaniawati Safitri, <i>“Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Qur’an Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0”</i> Jurnal, 2022	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan Islam	Penelitian ini meneliti mengenai Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan Islam fokus untuk menghadapi era revolusi industri 4.0	
4.	Isamuddin, Isamuddin,. <i>“Implementasi analisis swot pada manajemen strategik dalam perencanaan peningkatan mutu pendidikan di</i>	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan Islam	Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada tujuan akhir dan lokasi penelitian ini fokus pada perencanaan	

<i>madrasah tsanawiyah nurul islam muara bungo." Jurnal, 2021</i>		peningkatan mutu pendidikan dan berlokasi di MTs Nurul Islam Muara Bango	
---	--	--	--

Berdasarkan Pemaparan dari tabel diatas bisa dibuat kesimpulan bahwa penelitian ini mengambil tema tentang Implementasi Analisis SWOT dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Selain itu pada tahap implementasi analisis serta dari optimalisasi ini akan teliti sehingga hubungan dengan seluruh komponen dapat bekerjasama dengan baik dalam membangun *brand image* Pondok Pesantren terhadap stakeholder.

F. Definisi Istilah

1. Analisis SWOT

Suatu kegiatan mengidentifikasi keadaan dari empat sudut pandang yaitu *Strenghts* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), yang berasal dari lingkungan internal, dan *Opportunities* (peluang), *Treaths* (ancaman) yang berasal dari lingkungan eksternal.

2. *Brand Image* (Citra Merek)

Persepsi yang terbentuk di masyarakat mengenai suatu produk, jasa, atau organisasi berdasarkan interaksi, pengalaman, dan komunikasi yang terjadi antara mereka dengan entitas tersebut.

3. Pondok Pesantren

Lembaga pendidikan Islam tradisional di Indonesia yang menggunakan sistem asrama yang berfokus pada pembelajaran kajian kitab kuning (kitab klasik berbahasa Arab) serta mengajarkan ilmu-ilmu umum, akhlak, dan keterampilan hidup kepada santri (sebutan untuk siswa pesantren).

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan kerangka atau format yang mengatur urutan dan penyajian isi skripsi secara sistematis, logis, dan terstruktur. Sistematika ini menjadi pedoman bagi penulis untuk menyusun

skripsi yang sesuai dengan standar akademik dan mudah dipahami oleh pembaca. Penulis membagi menjadi 6 bab diantaranya:

1. Bab I Pendahuluan, dalam skripsi merupakan bagian awal yang penting dan fundamental bagi keseluruhan karya ilmiah. Bab ini berfungsi untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang penelitian yang dilakukan, termasuk konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian relevan, definisi istilah dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Pustaka, dalam skripsi merupakan bagian penting yang berfungsi untuk menjelaskan teori, konsep, dan hasil dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Kajian Pustaka membantu penulis untuk membangun landasan teoritis yang kuat dan menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki landasan ilmiah yang kuat.
3. Bab III Metode Penelitian, dalam skripsi merupakan bagian penting yang menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan. Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, data dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan keabsahan data.
4. Bab IV Paparan Data dan Hasil Penelitian, dalam skripsi merupakan bagian penting yang menjelaskan temuan penelitian secara detail dan komprehensif. Bab ini terdiri dari dua subbab utama yakni paparan data yang memberikan gambaran menyeluruh tentang data penelitian yang diperoleh dan hasil penelitian yang menghubungkan hasil penelitian dengan teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu.
5. Bab V Pembahasan, dalam skripsi merupakan bagian penting yang menjelaskan makna dan interpretasi hasil penelitian secara mendalam. Bab ini menjadi wadah bagi penulis untuk menghubungkan temuan penelitian dengan teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu, serta menunjukkan implikasi dan kontribusi penelitian.
6. Bab VI Kesimpulan, dalam skripsi merupakan bagian penting yang merangkum keseluruhan penelitian dan menyajikan temuan utama, implikasi, dan kontribusi penelitian. Bab ini berfungsi untuk memberikan

gambaran menyeluruh tentang penelitian dan membantu pembaca memahami inti dari penelitian yang dilakukan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Menurut Robinson dan Pearce analisis SWOT merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen strategik.²⁴ Analisis SWOT ini mencakup faktor internal perusahaan yang akan menghasilkan profil perusahaan dan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan organisasi. Kelemahan dan kekuatan ini kemudian akan dibandingkan dengan ancaman dan peluang eksternal sebagai dasar untuk menghasilkan opsi atau alternatif strategi lain..

Pandangan lain dikemukakan oleh Freddy Rangkuti yang mengatakan bahwa pengertian SWOT adalah proses metodis dalam mengidentifikasi berbagai elemen untuk menciptakan strategi organisasi yang sesuai.²⁵ Analisis dilakukan dengan menggunakan penalaran yang memaksimalkan peluang dan kekuatan. Namun analisis ini juga harus mampu mengurangi kerentanan dan risiko. Pembentukan kebijakan, strategi, tujuan, dan misi suatu perusahaan diketahui berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan strategis. Hal ini menyiratkan bahwa perencanaan strategis perlu memeriksa kekuatan, peluang, ancaman, dan kelemahan perusahaan atau organisasi sebelum beralih ke elemen strategis lainnya. Analisis situasi merupakan nama lain dari analisis SWOT.

Tujuan analisis SWOT adalah menggabungkan empat elemen secara tepat yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan strategi untuk menghadapi berbagai ancaman. Maksud dan tujuan program tersebut akan lebih berhasil dicapai dengan hasil yang terbaik jika teknik ini diterapkan secara efektif dengan mengintegrasikan keempat komponen tersebut.

²⁴ A Pearce, John II dan Richard B. Robinson Jr 2007.. *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi 10 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat,

²⁵ Freddy Rangkuti, 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,), hal. 19

2. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Komponen Analisis SWOT antara lain sebagai berikut:²⁶

a. *Strengths (S)*

Analisis terhadap situasi, keadaan, yang saat ini menjadi kekuatan suatu lembaga. Setiap lembaga harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahannya dibandingkan dengan pesaingnya sebagai bagian dari analisis kekuatan. Seperti keunggulan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan kelompok pasar yang menginginkan tingkat kualitas dan teknologi yang lebih tinggi.

b. *Weaknesses (W)*

Analisis khusus terhadap kelemahan suatu lembaga saat ini, termasuk keadaan, kerentanan, dan kelemahannya. Analisis kelemahan merupakan metode untuk memeriksa kekurangan yang menimbulkan tantangan signifikan bagi kemajuan lembaga.

c. *Opportunities (O)*

Analisis terhadap keadaan, peluang, atau keadaan yang bersifat eksternal bagi lembaga dan menawarkan prospek pertumbuhan lembaga di masa depan. Pendekatan ini melibatkan pencarian peluang atau inovasi yang memungkinkan untuk berkembang di masa depan.

d. *Threats (T)*

Analisis ancaman untuk mengetahui kesulitan atau bahaya yang harus dihadapi suatu lembaga untuk mengatasi beberapa jenis elemen lingkungan yang merugikan yang berkontribusi terhadap kemunduran lembaga. Ancaman ini akan menjadi tantangan saat ini dan masa depan bagi lembaga jika tidak diatasi.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 empat sisi yang berbeda. Temuan analisis biasanya disajikan sebagai pedoman atau saran

²⁶ Ibid hal 22

untuk mempertahankan kekuatan dan meningkatkan peluang dari prospek saat ini, sekaligus meminimalkan kelemahan dan menghindari risiko ancaman. Jika diterapkan dengan tepat, analisis ini akan mengungkap aspek-aspek yang sebelumnya diabaikan atau tidak diperhatikan. Seperti disebutkan sebelumnya, analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk melakukan analisis strategis. Kajian ini berfungsi sebagai alat untuk mengurangi kelemahan perusahaan atau organisasi dan mengurangi dampak risiko yang harus diatasi.

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT (*Strengths– Weakness Opportunities–Threats*) adalah alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi antara lain:²⁷

Tabel 1.2 Matriks SWOT

IFAS - EFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Peluang (Opportunity)	Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threats)	Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

a. SO (*strengths-opportunities*)

memanfaatkan peluang eksternal dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan. Untuk mencapai titik di mana mereka dapat menggunakan metode SO, organisasi biasanya menggunakan teknik WO, ST, atau WT. Ketika suatu bisnis mempunyai kelemahan yang signifikan, maka bisnis tersebut akan memperbaikinya dan menjadikannya kekuatan. Perusahaan akan

²⁷. Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.

berusaha menghindari ancaman yang signifikan agar dapat fokus pada peluang.

b. WO (*weaknesses-opportunities*)

Dengan memanfaatkan peluang dari luar, pendekatan WO berupaya memperkuat kelemahan internal. Peluang-peluang eksternal yang penting biasanya dapat muncul dengan sendirinya, namun kelemahan-kelemahan internal perusahaan menghalangi perusahaan untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut.

c. ST (*strengths-threats*)

Pendekatan ST menghindari atau mengurangi dampak risiko eksternal dengan menggunakan kekuatan perusahaan. Memiliki organisasi yang solid bukanlah suatu keharusan untuk mencegah ancaman di lingkungan eksternalnya secara langsung.

d. WT (*weaknesses-threats*)

Pendekatan WT adalah taktik *defensive* yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal akan berada pada posisi tidak aman.²⁸

4. Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Analysis Summary*)

IFAS digunakan untuk menganalisis faktor internal dalam organisasi, yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis ini membantu organisasi memahami sejauh mana faktor-faktor internal tersebut mempengaruhi pencapaian tujuan strategi. IFAS menyajikan ringkasan dari faktor-faktor strategi internal dengan menggabungkan nilai bobot dan rating dari setiap elemen untuk menghasilkan skor tertimbang yang dapat digunakan dalam menyusun strategi organisasi.²⁹ EFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal, yaitu peluang (*peluang*) dan ancaman (*threats*). Tujuan EFAS adalah untuk

²⁸ Fajar Nur Aini DF, Teknik Analisis SWOT, h 87.

²⁹ Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta

mengidentifikasi kondisi lingkungan luar organisasi yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang atau yang perlu diwaspadai sebagai ancaman. EFAS juga menggunakan bobot dan rating untuk menghitung skor tertimbang dari setiap faktor eksternal, dan hasilnya digunakan untuk memahami posisi strategi lembaga secara keseluruhan.³⁰

5. Manfaat Analisis SWOT

Jika dibandingkan dengan teknik analisis lainnya, analisis SWOT merupakan teknik paling mendasar yang menawarkan banyak keunggulan. Penggunaan metode analisis SWOT memiliki keuntungan sebagai berikut:

- a. Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan, yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman.
- b. Analisis SWOT dapat memberikan hasil dalam bentuk analisis yang cukup tajam untuk memberikan panduan atau saran untuk mempertahankan kekuatan, meningkatkan pendapatan dari peluang saat ini, meminimalkan kelemahan, dan menghindari bahaya.
- c. Analisis SWOT juga dapat membantu membedah organisasi dari empat sisi yang dapat menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat selama ini,
- d. Analisis SWOT dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk melakukan analisis strategis, memungkinkan mengambil keputusan yang bijaksana berdasarkan keadaan yang ada.
- e. Organisasi dapat mengurangi dampak potensi ancaman dan memitigasi kelemahan saat ini dengan menggunakan analisis SWOT.

6. Kelebihan dan Kekurangan Analisis SWOT

Analisis SWOT umumnya memiliki empat manfaat yakni mudah digunakan, kolaboratif, mudah beradaptasi, dan integratif. Analisis SWOT adalah metode sederhana dan interaktif yang dapat diterapkan pada semua ukuran bisnis dan bahkan pada diri sendiri. Keberadaan elemen eksternal

³⁰ Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta

dan internal dengan kelebihan dan kekurangan berkontribusi pada ketelitian dan kelengkapan analisis SWOT. Meski usianya sudah kurang lebih lima puluh tahun, karena banyaknya manfaat tersebut. Analisis SWOT masih banyak digunakan oleh semua ukuran bisnis.

Analisis SWOT juga memiliki kelemahan yakni subjektivitas dan variabel negatif. Subjektivitas adalah kesenjangan awal. Meskipun data dan penelitian mendalam dapat digunakan untuk membuat analisis SWOT, hal ini mempersulit prosesnya. Tidaklah tepat menggunakan kata "kira-kira" sebagai dasar untuk mengidentifikasi elemen internal. Penentuan unsur luar juga tidak boleh berdasarkan "kelihatannya". Demikian pula, intuisi saja tidak dapat menghasilkan strategi yang dihasilkan. Analisisnya harus seobjektif mungkin dan memuat fakta dan data yang benar.

Kesenjangan kedua adalah pemanfaatan variabel negatif, seperti potensi ancaman dan kerentanan. Sama seperti tidak ada tantangan jika kita bisa menjadikannya sebagai peluang, tidak ada kelemahan jika kita bisa memaksimalkannya menjadi kekuatan. Orang-orang lebih cenderung memperhatikan faktor-faktor negatif ketika mengevaluasi, namun ketika memutuskan suatu rencana, mereka sebenarnya mengacu pada faktor-faktor yang baik dan mengabaikan faktor-faktor negatif.³¹

7. Analisis SWOT dalam perspektif Islam

Qur'an surat Ar Ra'd ayat 11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia."³²

Ayat ini mengajarkan bahwa kekuatan dan kelemahan suatu individu atau kelompok tidak dapat dimaksimalkan tanpa usaha dari dalam internal individu tersebut. Kekuatan yang dimiliki hanya akan bermanfaat jika disadari, diolah, dan digunakan untuk perubahan yang positif.

³¹ Purwo Budiutomo, Serba-Serbi Analisis SWOT, Artikel februari 2017.

³² Departemen Agama RI 2011, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)

Sedangkan kelemahan tidak akan hilang tanpa usaha untuk memperbaikinya dengan introspeksi dan evaluasi diri secara internal. Untuk Peluang hanya dapat dimanfaatkan jika individu atau organisasi tersebut siap untuk berubah dan beradaptasi dengan kondisi yang ada. Ancaman dari eksternal bisa terjadi karena individu tidak dapat mengelola kelemahan dengan baik dan mengabaikan peluang.

B. Konsep Brand Image

1. Pengertian *Brand Image*

Menurut Kotler dan Keller brand adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing.³³ Brand tidak hanya mencerminkan identitas fisik suatu produk tetapi juga menjadi sumber citra dan asosiasi yang membentuk pengalaman konsumen. Menurut Aaker merek adalah suatu nama atau lambang pembeda (seperti logo, stempel, atau kemasan) yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan suatu produk atau jasa dengan produk atau jasa lain serta untuk mengidentifikasi penjual atau kelompok penjual tertentu.³⁴ Menurut Keller merek adalah suatu produk yang dapat menawarkan dimensi ekstra yang membedakannya dengan produk lain yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan sejenis.³⁵ Pada akhirnya, merek berfungsi sebagai sinyal mengenai asal produk dan melindungi produsen dan pelanggan dari pesaing yang berupaya menawarkan barang yang tampak serupa.

Kotler dan Fox mengartikan citra sebagai puncak, pandangan, gagasan, dan keyakinan individu terhadap suatu hal tertentu. Sikap terhadap suatu merek, seperti preferensi dan keyakinan, terkait dengan citra merek.³⁶ Citra adalah konsep yang mudah dimengerti, tetapi sulit dijelaskan secara sistematis karena sifatnya abstrak. Fandy Tjiptono

³³ Kotler, Philip dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

³⁴ A.B Susanto dan Himawan Wijarnako, 2004. *Power Branding*, Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta, hlm. 6

³⁵ Kotler, Philip dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

³⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta, 2013, hlm. 327

berpendapat bahwa citra suatu merek merupakan gambaran asosiasi dan opini yang dimiliki masyarakat terhadap suatu merek.³⁷ Shimp dkk. mengklaim bahwa citra merek adalah semacam asosiasi yang muncul di otak pelanggan ketika mereka memikirkan merek tertentu. Asosiasi ini mungkin hanya bermanifestasi sebagai ide atau visual spesifik yang terhubung dengan suatu merek.³⁸ Menurut definisi ini, citra suatu merek adalah apa yang orang pikirkan tentangnya. Bergantung pada bagaimana suatu merek dipersepsikan, citranya bisa baik atau buruk.

2. Komponen-komponen *Brand Image*

Merek yang kuat akan ditentukan oleh citra merek, perusahaan yang dapat membuat citra merek dengan baik kepada pelanggannya akan memiliki keunggulan tertentu dibanding para pesaingnya.³⁹

Citra merek terdiri dari tiga komponen, yaitu:⁴⁰

- a. Citra perusahaan (*corporate Image*) adalah kumpulan asosiasi yang dirasakan konsumen dalam pandangan mereka terhadap perusahaan yang memiliki produk tertentu, seperti kredibilitas, popularitas, jaringan perusahaan, dan konsumen.
- b. Citra pemakai (*user image*) merupakan kumpulan asosiasi yang dirasakan konsumen dalam pandangan mereka terhadap pengguna produk tertentu, seperti pengguna atau konsumen itu sendiri, gaya hidup, dan status sosial.
- c. Citra produk (*product image*) adalah kumpulan asosiasi yang dirasakan konsumen dalam pandangan mereka terhadap suatu merek produk, seperti atribut produk, harga, manfaat, prestise, dan jaminan.

³⁷ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta, 2005, hl. 19.

³⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta, 2013, hlm. 328

³⁹ Susetyarsi, *Membangun Brand Image Produk Melalui Promosi Event Sponsorship Dan Publisitas*, *Jurnal STIE Semarang* Vol. 4 No. 1, Edisi february 2012, hlm. 3.

⁴⁰ Nurul Setyoningrum, dkk., *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap*, *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 2013, hlm. 4

3. Dimensi-Dimensi Brand Image

Menurut Kotler dan Keller, dimensi-dimensi citra merek yaitu:⁴¹

- a. Identitas merek (*brand identity*) merupakan suatu ciri yang dikaitkan dengan logo atau identitas perusahaan, logo produk, bentuk dan label kemasan, motto atau ungkapan, serta perpaduan warna yang digunakan. Tujuan dari identitas merek adalah untuk membantu konsumen mengidentifikasi produk yang mempunyai merek tertentu dan membedakannya dari produk lain dan merek pesaing.
- b. Personalitas merek (*brand personality*) merupakan kualitas atau atribut pembeda yang membantu konsumen membandingkannya dengan merek lain dalam kategori yang sama. Contohnya termasuk karakter yang tegas, senyuman yang menyenangkan, kasih sayang, dan kehangatan.
- c. Asosiasi merek (*brand association*) adalah berbagai item yang berhubungan dengan merek, termasuk penawaran produk khusus, inisiatif sponsorship, inisiatif sosial, dan berbagai simbol dan makna yang terkait erat dengan suatu merek.
- d. Sikap dan perilaku merek (*brand attitude and behavior*) yaitu interaksi antara merek dengan pelanggannya dalam memberikan nilai atau manfaat melalui produknya yang terikat pada sikap atau perilaku komunikasi. Hal yang mencakup aspek ini adalah sikap dan perilaku konsumen, perilaku pegawai, jiwa sosial, dinamis, kreatif, mandiri, dan lain sebagainya merupakan contoh dari unsur tersebut.

4. *Brand Image* dalam Perspektif Islam

Konsep *Brand image* dalam perspektif Islam dapat dipahami sebagai citra baik (*husnul khuluq*) yang mencerminkan nilai-nilai Islam, kejujuran, keadilan, dan integritas dalam interaksi antara suatu lembaga, produk, atau layanan dengan masyarakat. *Brand image* yang kuat tidak hanya berfokus pada aspek material, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai

⁴¹ Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

spiritual dan etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Qur'an surat An-Nisa ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.⁴²

Ayat ini menjelaskan amanah sebagai landasan *brand image* mencerminkan tanggung jawab moral dan profesional yang harus dipenuhi oleh lembaga, organisasi, atau individu. *Brand image* yang baik dibangun melalui kepercayaan publik, yang hanya dapat dicapai jika lembaga mampu menjalankan amanah dengan konsisten, seperti memberikan produk atau layanan yang sesuai dengan janji dan ekspektasi serta menjaga transparansi dalam komunikasi dan tindakan. Keadilan (*al-adl*) sangat penting dalam semua aspek kehidupan, termasuk hubungan dengan pelanggan atau masyarakat. Dalam membangun *brand image*, keadilan tercermin dalam memperlakukan semua pihak secara setara tanpa diskriminasi, memberikan harga yang adil dan layanan yang setara dengan nilai yang dijanjikan, mengakui dan menghargai hak-hak konsumen atau pemangku kepentingan lainnya.

5. Strategi Membangun *Brand Image*

Kotler dan Keller mengemukakan beberapa strategi utama untuk membangun *brand image* yang kuat adalah sebagai berikut:⁴³

- a. Menciptakan asosiasi brand yang positif.

Brand harus mencerminkan nilai, kebutuhan, dan harapan konsumen. *Brand* juga harus memiliki elemen unik yang membedakan brand dari pesaing, seperti fitur produk, desain, atau cerita *brand*. Selalu menggunakan pesan yang konsisten di

⁴² Departemen Agama RI 2011, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)

⁴³ Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

berbagai saluran komunikasi untuk membangun kepercayaan dan pengakuan konsumen.

b. Memanfaatkan komunikasi pemasaran

Brand menggunakan iklan yang efektif yang menggugah emosi, relevan, dan mudah diingat. Menggunakan media Sosial dan influencer untuk menjangkau konsumen secara langsung dan memperkuat pesan brand melalui opini pihak ketiga yang terpercaya. memperkuat citra *brand* melalui kegiatan yang membangun reputasi, seperti CSR (*Corporate Social Responsibility*).

c. Memahami dan mengelola persepsi konsumen

Memahami kebutuhan, preferensi, dan persepsi konsumen terhadap brand. Melayani *feedback* konsumen dengan mendengar masukan pelanggan untuk terus meningkatkan brand sesuai dengan harapan mereka.

C. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Kata pondok diambil dari Bahasa Arab "*funduuq*" berarti "tempat bermalam", dan kata "pondok pesantren" berasal dari kata Sansekerta "santri", yang terdiri dari kata "sant" yang berarti mulia, dan "tra," yang artinya "suka membantu". Oleh karena itu, pesantren dapat dipahami sebagai tempat atau zona pembentukan kepribadian yang baik atau mendidik manusia yang berakhlak mulia.⁴⁴ Pesantren memberikan gambaran nyata tentang evolusi peradaban Islam yang telah mengalami transformasi substansial selama bertahun-tahun.

Pondok pesantren menurut Abdurrahman Wahid adalah "tempat tinggal santri", dengan masjid sebagai ruang pengajaran yang terisolasi dari lingkungan sekitar dan asrama sebagai tempat tinggal santri yang berdekatan dengan rumah pengasuh.⁴⁵ Menurut Sudjoko Prasojo,

⁴⁴ Halid Hanafi, 2018. Ilmu pendidikan islam, (yogyakarta:publisher,) h.395

⁴⁵ Husna Nashihin, pndidikan karakter berbasis budaya pesantren, (semarang:formaci,2017)h.38

pesantren merupakan lembaga *tafaqquh fiddin*, yaitu lembaga pendidikan yang mengajarkan agama Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya masjid sebagai ruang belajar dan kiai sebagai pengasuh atau guru besar.⁴⁶ maka dapat dikatakan bahwa pesantren merupakan tempat tinggal atau asrama dimana para santri dapat melanjutkan pendidikan agamanya di satu tempat.

Beberapa faktor yang membedakan pesantren dengan lembaga pendidikan lainnya yakni turut berkontribusi terhadap eksistensi dan pertumbuhannya hingga saat ini. Keunikan pesantren antara lain adalah santri, pondok, kitab, kiai, dan masjid. Kelima komponen ini bersinergi untuk memaksimalkan pengelolaan pesantren.

Seseorang yang menghabiskan waktu tertentu di pesantren dengan tujuan memperluas ilmu agamanya disebut santri. Santri mukim dan santri kalong merupakan dua kategori kelompok santri yang ada di pondok pesantren menurut pelaksanaannya. Menurut Zamakhsari Dhofier, santri mendaftar menjadi santri residen karena tiga alasan yakni untuk mempelajari sastra Islam, untuk memperoleh lebih banyak pengalaman dalam kehidupan pesantren, dan untuk berkonsentrasi pada studi Islam di pesantren. Santri yang bersekolah di pesantren untuk belajar agama tetapi tidak bertempat tinggal di lingkungan sekolah disebut santri kalong. Mereka yang tinggal dekat dengan pesantren biasanya merupakan mayoritas santri kalong. Kategori “abangan” yang terdiri dari mereka yang menganut ritual adat Jawa pra Islam, seperti yang mengandung nilai agama Hindu dan Budha, tidak termasuk santri yang menempuh pendidikan di pesantren.⁴⁷

Prasarana penyebaran ilmu agama di pesantren terdiri dari masjid dan lembaga-lembaga tersebut. Masjid berfungsi sebagai tempat shalat, i'tikaf, pusat kebudayaan Islam, dan lembaga pendidikan seperti umumnya serta masjid biasanya menggunakan pola sorogan dan wetonan dalam

⁴⁶ Adi Fadli, Pesantren: Sejarah dan Perkembangannya, El-Hakim: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman, Vol V, No 1 Januari 2012, h 32

⁴⁷ Dalhari, Pola dan Keragaman Pendidikan Islam (Kajian tentang Pesantren dan Ruang Lingkupnya), Al-Ibtida', Vol 04, No. 2, 2016, h 13-14.

pendekatan pengajarannya.⁴⁸ Sebaliknya, pondok adalah tempat tinggal atau asrama. di mana siswa menerima instruksi tentang bagaimana hidup berdampingan dan hidup mandiri sambil menavigasi kompleksitas kehidupan yang jauh lebih rumit dibandingkan di rumah.

Kitab-kitab kuning digunakan sebagai sumber pembelajaran di pesantren. Baik karya klasik maupun non-klasik digunakan. Delapan bagian kitab klasik yang diberikan sebagai bahan ajar di pesantren adalah hadis, tafsir, tasawuf, tauhid, etika, fiqh, ulus fiqh, nahwu atau syaraf, dan bidang ilmu lainnya termasuk balaghah dan tarikh.⁴⁹ Berbagai macam kitab klasik tersebut dibagi menjadi tiga kategori: kitab dasar, tengah, dan besar. Misalnya teks-teks non klasik yang diajarkan berdasarkan karya-karya yang dikumpulkan dalam bahasa Arab para ahli abad ke-20, seperti Mahmud Yunus, Umar Bakri, dan Imam Zarkasyi.

Sebagai pendiri, pengelola, dan penjaga suasana pesantren, Kiai merupakan sosok perkasa yang memberikan teladan bagi para santri dalam hal pendidikan dan etika. Keberhasilan seorang kiai dalam mengawal pengelolaan pesantren menjadi penyebab sebagian besar pesantren tetap bertahan dan berkembang. Seorang kiai bekerja sama dengan pihak-pihak yang diberi petunjuk, misalnya lurah pondok pesantren dan ustaz atau sesepuh, untuk menunaikan tugas dan tanggung jawab, bukan bekerja sendiri.

Fungsi pondok pesantren pada pokoknya dapat dibagi menjadi lima fungsi yaitu antara lain:⁵⁰

a. Lembaga pendidikan

Metode belajar mengajar, santri, dan materi di pondok pesantren sama saja dengan di lembaga sekolah lain, satu-satunya perbedaan adalah siswa dan guru tinggal di lokasi yang sama sepanjang waktu. Pesantren, seperti lembaga pendidikan lainnya, mengikuti kurikulum dan memiliki tujuan serupa.

⁴⁸ Ramayulis, 2002. Ilmu pendidikan Islam; Kalam Mulia; ; 979-8590-57-0

⁴⁹ Dhofier, Zamakhsyari. Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup. Kyai. Jakarta : LP3ES, 1994

⁵⁰ Manfred Ziemek, Pesantren Dalam Perubahan Sosial, (Jakarta: P3M, 1986), 98

Qur'an surat Al Mujadilah ayat 11

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝۱۱

Artinya : Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.⁵¹

b. Lembaga dakwah

Pesantren mempunyai tanggung jawab yang sangat penting sebagai lembaga amar ma'ruf nahi munkar, termasuk membantu bertransformasi menjadi lembaga dakwah. Hal ini terlihat dari adanya acara-acara seperti pengajian hari raya Islam dan pengajian umum murni yang diikuti baik oleh santri maupun masyarakat sekitar pesantren.

c. Lembaga keagamaan

Karena pesantren memiliki tema, tujuan, dan operasional yang berlandaskan keyakinan Islam, maka seringkali dikaitkan dengan Islam. Kerangka ajaran Islam tidak mungkin dipisahkan dari aktivitas yang berlangsung di dalam maupun di luar pesantren. Mengingat pendidikan agama merupakan landasan pendidikan pesantren, maka lembaga-lembaga tersebut dinilai sangat cocok untuk meningkatkan dan mempelajari ilmu agama secara efisien.

d. Lembaga kemasyarakatan

Kehadiran pesantren tidak mungkin dipisahkan dari perannya sebagai lembaga sosial. Hal ini berarti pesantren berkembang seiring dengan berkembangnya populasi di pedesaan. dimana mayoritas muridnya berasal dari desa terdekat. Akibatnya, pesantren bisa dikatakan didukung oleh masyarakat pedesaan. Masyarakat desa dan pesantren memiliki hubungan yang erat akibat keadaan ini, dan para kiyai serta pengurus pesantren sangat

⁵¹ Departemen Agama RI 2011, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)

menyadari permasalahan dan keadaan yang dihadapi masyarakat desa.

e. Lembaga perjuangan

Menurut sejarah, pahlawan yang bergelar kiyai ini dinobatkan sebagai hasil perjuangan kemerdekaan bangsa Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa pesantren telah terlibat dalam perjuangan bangsa dan negara sejak dahulu kala. Lebih lanjut, hal ini tidak berarti perjuangan pondok pesantren berhenti sejak Indonesia merdeka.

2. Jenis-Jenis Pondok Pesantren

Menurut Zainal Arifin, ia sependapat dengan Ramayulis yang membagi pesantren menjadi tiga kelompok yakni Salafi, Khalafi, dan Modern dengan berdasarkan cara mereka memegang teguh tradisi. Banyaknya corak tradisional pesantren tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.⁵²

a. Pesantren salafi

Model pesantren salafi atau tradisional merupakan model yang masih menjadikan pengajaran karya-karya klasik sebagai andalan kurikulumnya, Mata pelajaran umum tidak diajarkan di pesantren ini. Ada pelestarian substansial dari adat istiadat lama. Satu-satunya tujuan sistem madrasah adalah untuk mendukung sistem sorogan, yang digunakan di lembaga pendidikan Islam sebelumnya. Pondok pesantren Salafi antara lain Pondok Pesantren Maslakul Huda serta Pondok Pesantren Lirboyo dan Ploso di Kediri, Jawa Timur. Benteng utama pelestarian tradisi adalah pesantren Salafi.⁵³

b. Pesantren khalafi

Pesantren khalafi menjunjung tinggi tradisi lama yang baik serta tampil merangkul hal-hal baru yang dirasa bermanfaat. Pondok pesantren semacam ini mendirikan sekolah umum dalam

⁵² Zainal Arifin, "Perkembangan Pesantren di Indonesia", *Journal Pendidikan Agama Islam* Vol. IX, No. 1, Juni 2012 hal 45.

⁵³ *Ibid* hal 46

lingkungan pesantren dan menawarkan kelas pendidikan umum di madrasah dengan sistem klasikal. Meskipun demikian, pengajaran teks-teks Islam tradisional terus berlanjut. Selain menyelenggarakan pendidikan madrasah, Pondok Pesantren Tebu Ireng, dan Rejoso, juga menyelenggarakan sekolah menengah negeri. Zainal Arifin mengklaim Pesantren Khalafi merupakan salah satu contoh pesantren yang bertujuan untuk tetap kekinian dengan tetap menjunjung tradisinya, termasuk mempelajari sastra klasik.⁵⁴

Pengajaran ilmu-ilmu umum di lingkungan pesantren merupakan salah satu upaya pondok pesantren khalafi untuk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Biasanya pesantren merupakan lembaga pendidikan terbuka bergaya madrasah atau sekolah mata pelajaran umum. Setelah shubuh, para santri biasanya menghabiskan waktu dengan mempelajari sastra klasik di pesantren sebelum mengikuti kelas umum di madrasah atau sekolah.

c. Pesantren modern

pesantren masa kini yang telah meninggalkan total adat istiadat salaf. Sastra Islam klasik tidak diajarkan. Meskipun bahasa arab diajarkan, namun tujuan penguasaannya bukanlah untuk memahami bahasa arab seperti yang muncul dalam sastra klasik. Tujuan praktis biasanya menjadi fokus penguasaan bahasa arab dan inggris. Pondok Pesantren Gontor Ponorogo sudah lama berhenti mengajarkan kitab-kitab Islam tradisional, meski menekankan kemahiran berbahasa arab dan inggris. Di pesantren bergaya perkotaan seperti pesantren As-Syafi'iyah di Jakarta dan pesantren Hamka di Padang, santri dari berbagai latar belakang ilmu pengetahuan dapat berbincang dalam suasana yang tidak lagi mengutamakan hafalan kitab kuning.⁵⁵

⁵⁴ Ibid hal 46

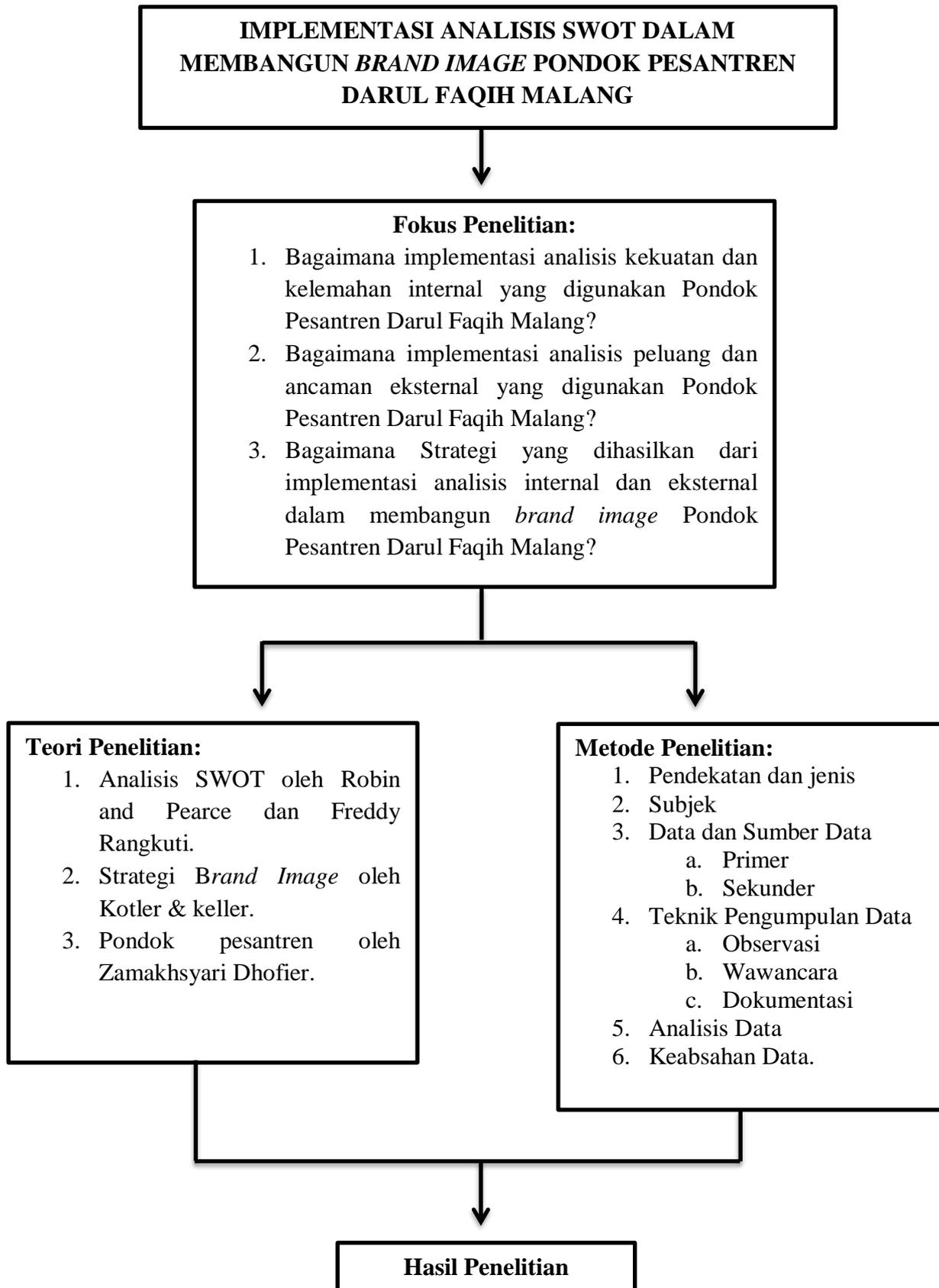
⁵⁵ Ibid hal 47

Sebagaimana menurut Arief Subhan yang dikutip oleh Zainal Arifin merujuk pada pondok modern Gontor, bahwa referensi utama dalam materi keislaman bukan kitab kuning, melainkan kitab – kitab baru yang ditulis para sarjana muslim abad ke-20. Ciri khas pesantren kontemporer adalah fokusnya yang intens pada pemerolehan bahasa, termasuk bahasa arab dan inggris. Ciri lainnya adalah ketegangan pada komponen disiplin. Baik guru maupun siswa harus mengenakan dasi dan menampilkan diri dengan baik.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan landasan peneliti dalam memecahkan permasalahan penelitian. Kerangka berpikir menurut Sugiyono merupakan model konseptual yang mengikat teori dengan berbagai elemen yang dianggap sebagai persoalan penting.⁵⁶ Kerangka berpikir merupakan suatu konsep dasar yang memadukan pengamatan, teori, fakta, dan kajian teoritis yang dapat dijadikan landasan dalam penulisan laporan penelitian. Topik penelitian ini yaitu taktik pemasaran manajemen membuat perencanaan, pelaksanaan, dan hasil, serta penilaian segmentasi, penargetan, dan positioning dalam menarik minat masyarakat terhadap madrasah, memberikan kerangka konseptual penelitian ini. Berikut adalah diagram alur yang mewakili kerangka berpikir penelitian.

⁵⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 60



Bagan 2.1 : Kerangka berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Mixed Methods (metode campuran), dengan model desain Exploratory Sequential Design, yaitu penelitian diawali dengan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi faktor-faktor SWOT, kemudian dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur bobot dan dampak dari faktor-faktor tersebut menggunakan matriks IFAS dan EFAS.⁵⁷ Jenis penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif, dengan tujuan menggali informasi dan menyusun strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.

Studi kasus adalah jenis penelitian yang digunakan. Proses pengumpulan dan pemeriksaan informasi mengenai suatu kasus tertentu dikenal sebagai studi kasus. Adanya hambatan, persoalan, dan tantangan menjadi salah satu faktornya. Karena keberhasilan dan kegigihannya, kasus ini juga dapat dianggap sebagai kasus meskipun tidak ada masalah. Kasus ini dapat berkaitan dengan individu, kelompok, organisasi, lembaga, dan badan lainnya. Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji kondisi realitas yang ada di daerah tersebut, seperti Pondok Pesantren Darul Faqih Malang, serta faktor-faktor penting yang berkontribusi terhadap perkembangan daerah tersebut.⁵⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Alamat lokasinya di Jl. Gapura No.197, RT.18/RW.04, Krajan, Pandanlandung, Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang,⁵⁹ Pondok pesantren ini berupaya untuk memajukan persaudaraan Islam, menganut paham Ahlussunnah wal jamaah, mendidik santri ilmu-ilmu dasar Islam, serta menjalankan ibadah dan dakwah yang menjunjung Islam *rahmatan lil'alam*. Dengan adanya pondok

⁵⁷ Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publications.

⁵⁸ Hardani, Nur Hikmatul Aulia dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu: Yogyakarta, 2020), hlm. 64

⁵⁹ Web lembaga <https://pondok.darulfaqih.com/> diakses pada tanggal 5 oktober 2024

pesantren ini diharapkan para santri dapat meningkatkan keilmuan agama, memenuhi kebutuhan perkembangan zaman., dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana rencana strategi yang disusun dalam analisis SWOT yang digunakan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Banyak sektor, khususnya pendidikan yang mengalami kemajuan seiring dengan pesatnya perkembangan zaman. Strategi diperlukan untuk mengelola pendidikan, khususnya ketika jumlah institusi bertambah. Oleh karena itu, diperlukan rencana pemasaran yang kuat untuk menciptakan *brand image* yang didukung oleh kemajuan akademik yang sebenarnya.

C. Kehadiran Peneliti

Menurut Moleong, teknik pengumpulan data primer dalam penelitian kualitatif adalah kehadiran peneliti atau dukungan pihak lain.⁶⁰ Oleh karena itu kehadiran peneliti sangatlah penting. Peneliti berfungsi sebagai alat sekaligus pengumpul data, yang merupakan salah satu bentuk penelitian kualitatif. Peneliti sendiri berperan sebagai alat utama dalam penelitian ini dengan cara mengamati, menanya, mendengarkan, dan mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Sepanjang seluruh proses penelitian, mulai dari memilih topik, mengumpulkan data, hingga mengevaluasi dan menafsirkannya, peran peneliti sangatlah penting. Oleh karena itu, peneliti segera mencari data yang dibutuhkan dan mengunjungi lokasi penelitian yaitu Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.

D. Data dan Sumber Data

Sumber utama penelitian yang efektif adalah data. Peneliti menggunakan dua jenis sumber data yakni data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber primernya, yang sering disebut informan.⁶¹ Transkrip wawancara, hasil pelaksanaan penelitian, dan lain-lain merupakan contoh data primer. Sumber informasi utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah

⁶⁰ Lexy J. Moleong, op. cit., hlm. 87

⁶¹ Lexy J. Moleong, op. cit., hlm. 54

- a. Kepala Pondok Pesantren dan Kepala Madrasah Diniyah sebagai pimpinan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Peneliti mencari data dan informasi primer terkait dengan pengelolaan manajemen pondok pesantren. Data primer berupa berkas dokumen yang terkait dengan tema penelitian seperti profil, kurikulum, visi, misi dan tujuan pondok pesantren.
 - b. Santri Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Peneliti mencari informasi dan data terkait keberlangsungan pembelajaran di pondok.
 - c. Masyarakat atau wali santri sebagai stakeholder. Peneliti mencari informasi dan data terkait pandangan masyarakat terhadap citra Pondok Pesantren Darul Faqih Malang.
2. Data sekunder adalah informasi yang sebelumnya tersedia atau yang mungkin diperoleh peneliti dari dokumen. Dokumentasi *hard file* berfungsi sebagai sumber data penelitian dari dokumen yang terkait dengan tema penelitian seperti data guru dan santri, data fasilitas sarana prasarana. Dokumentasi *soft file* dari video profil dan website lembaga dan foto realita yang terjadi di lapangan seperti proses wawancara, sarana prasarana pondok pesantren.⁶²

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tujuan utama penelitian, Sugiyono menyebutkan metode pengumpulan data merupakan tahapan proses yang paling strategis.⁶³ Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah proses mendokumentasikan secara metodis fenomena atau gejala yang diteliti.⁶⁴ Salah satu metode pengumpulan data adalah observasi, yang melibatkan kegiatan mengamati secara langsung contoh guru yang mengajarkan amalan keagamaan, pengasuh

⁶² Sumadi Suryabrata, Metode Penelitian, (Jakarta: Rajawali, 1987), hlm. 94

⁶³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm. 224

⁶⁴ Hardani, Helmina Andriani, dkk, op. cit., hlm. 123-124

yang memberikan bimbingan, siswa yang belajar mengaji, dan sebagainya. Karena pengamatan langsung terhadap hal yang diteliti menghasilkan data yang paling baik, maka peneliti menggunakan teknik observasi. Metode observasi berguna untuk mengamati fakta atau kenyataan di alam terbuka. Untuk mendapatkan jawaban yang berkaitan dengan tujuan penelitian, peneliti dapat menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mendokumentasikan terkait implementasi Analisis SWOT dalam membangun *brand image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang. Berikut hal-hal yang perlu dilaksanakan pengamatan antara lain:

a. Implementasi analisis SWOT

Strength: faktor keunggulan dan kelebihan pondok pesantren.

Weakness: faktor kelemahan dan kekurangan pondok pesantren

Opportunity: peluang untuk kemajuan pondok pesantren.

Threats: ancaman yang merugikan pondok pesantren.

b. *Brand image* pondok pesantren

Strategi internal pondok pesantren dalam membangun citra yang positif serta bagaimana pandangan masyarakat terhadap citra yang sudah dibangun oleh pondok pesantren.

2. Wawancara

Untuk mengumpulkan informasi tentang tujuan penelitian, wawancara merupakan prosedur dialog tatap muka yang terdiri dari pertanyaan dan jawaban.⁶⁵ Dengan menggunakan alat yang disebut panduan wawancara, pewawancara atau penanya mengumpulkan informasi langsung dari orang yang diwawancarai untuk melakukan penelitian. Proses ini juga dikenal sebagai wawancara. Peneliti akan mewawancarai partisipan secara langsung mengenai perencanaan sebagai bagian dari penelitian ini dan implementasi strategi analisis SWOT dalam membangun *brand image* Pondok Pesantren Darul Faqih Kota Malang. Partisipan yang akan diwawancarai sebagai berikut:

⁶⁵ Ibid. hlm. 137-138

- a. Kepala Pondok Pesantren terkait pengelolaan manajemen dan implentasi analisis SWOT Pondok.
 - b. Kepala Madrasah Diniyah terkait pengelolaan manajemen dan sistem pembelajaran di Madin.
 - c. Santri terkait kehidupan sehari-hari, keberlangsungan pembelajaran di pondok dan pandangan terhadap citra Pondok Pesantren.
 - d. Masyarakat dan wali murid terkait pandangan terhadap citra Pondok Pesantren.
3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi merupakan Pemulihan data yang diperoleh melalui dokumen atau dengan menangkap data yang sudah ada sebelumnya. Data yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi merupakan data sekunder.⁶⁶

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen resmi dari Pondok Pesantren Darul Faqih Malang dan tidak menggunakan dokumen yang bersifat pribadi. Tujuan dari penggunaan metode ini yaitu untuk memperoleh informasi dan data secara tertulis. Data yang ingin diperoleh melalui teknik dokumentasi mengenai bukti konkrit berupa berkas atau arsip profil, visi misi dan tujuan pondok pesantren serta sejumlah dokumen yang menjadi gambaran upaya kajian tersebut. Hasilnya, metode dokumentasi ini menyempurnakan metode wawancara dan observasi.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis data Kualitatif

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif analitik dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan fakta dan fenomena yang diteliti secara akurat dan faktual. Membaca, menganalisis, dan mengevaluasi data merupakan fase pertama dalam proses analisis penelitian dengan cara yang

⁶⁶ Hardani, Helmina Andriani, dkk. op. cit., hlm. 149-150 56

dikemukakan oleh Miles, Huberman dan Saldana diantaranya yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁶⁷

a. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Proses memilih, menyederhanakan, mengabstraksi, dan/atau mentransformasikan perkiraan data dari seluruh bagian catatan lapangan tertulis, transkrip wawancara, makalah, bahan empiris lainnya dikenal sebagai kondensasi data.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

adalah pengaturan dan sintesis informasi yang memungkinkan deduksi dan tindakan. Penyajian data memudahkan pemahaman tentang apa yang terjadi dan apa yang perlu dilakukan, termasuk analisis atau tindakan yang lebih mendalam tergantung pada pemahaman.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dan verifikasi merupakan tugas analitis penting ketiga. Seorang analis kualitatif mulai mencari makna segera setelah data dikumpulkan, memperhatikan pola, penjelasan, konfigurasi potensial, jalur sebab akibat, dan proposisi. Tergantung pada jumlah koleksi catatan lapangan, cara pengumpulan, penyimpanan, dan pencariannya, serta keahlian peneliti dan kebutuhan pendanaan, temuan “akhir” mungkin tidak akan tercapai sampai pengumpulan data selesai.

2. Analisis data Kuantitatif

Menghitung bobot dan rating dari masing-masing faktor SWOT berdasarkan hasil dari pendekatan analisis kualitatif. Kemudian menyusun dan menganalisis tabel IFAS (faktor internal) dan EFAS (faktor eksternal), dan menentukan posisi strategi dan rekomendasi yang dihasilkan menggunakan matriks kuadran SWOT.

⁶⁷ Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications.

G. Keabsahan Data

Apabila data telah lolos tahap pemeriksaan keabsahan data, maka dapat dianggap informasi. Pemeriksaan keabsahan data dapat diuji melalui beberapa cara, yaitu antara lain:

1. Uji *Credibility* (Kepercayaan)

Materi dan data yang dikumpulkan untuk uji *credibility* harus memuat fakta atau kebenaran. Artinya, temuan penelitian harus dapat diandalkan dan dapat diterima oleh pembaca.⁶⁸ Peneliti berusaha melakukan observasi yang cermat, mengembangkan ketekunan, dan memberikan perhatian yang cermat selama uji kredibilitas ini. Peneliti dan pihak-pihak yang terkait akan membina hubungan yang positif dan erat melalui melakukan observasi yang cermat. Selain itu, pihak-pihak terkait akan kembali ke lapangan untuk memverifikasi data yang telah dikumpulkan dan dicatat dalam formulir laporan apakah ada penambahan, penghapusan, atau perubahan. Hal ini akan menghasilkan data atau temuan penelitian yang dapat dipercaya.

2. Melakukan Triangulasi Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 triangulasi, yaitu:

a) Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah proses verifikasi dan kontras data dari sumber yang sama dengan menggunakan berbagai pendekatan.⁶⁹ Misalnya, observasi digunakan untuk memverifikasi informasi yang diperoleh dari wawancara.

b) Triangulasi Sumber

Proses triangulasi sumber melibatkan perbandingan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Triangulasi sumber data adalah proses pemeriksaan kebenaran suatu informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data, termasuk catatan, arsip, data wawancara dan observasi.⁷⁰ Tidak diragukan lagi, masing-masing

⁶⁸ *Ibid* hlm. 201

⁶⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 219

⁷⁰ *Ibid*. hlm. 221

pendekatan ini akan menghasilkan informasi berbeda tentang topik tersebut. sedang dipelajari. Peneliti akan menemukan kebenaran dengan mengkaji banyak sudut pandang ini

H. Prosedur Penelitian

Tahapan penelitian kualitatif menyajikan tiga tahapan dalam penelitian yaitu :

1. Tahap Pralapanan : Tahap ini dilakukan sebelum pengumpulan data dimulai, dan terdiri dari beberapa langkah penting: .
 - a. Menyusun Rancangan Penelitian: Peneliti menyiapkan proposal penelitian yang mencakup latar belakang masalah, tujuan, jadwal, serta metode pengumpulan data yang akan digunakan.
 - b. Pemilihan Lokasi Penelitian: Peneliti memilih lokasi yang relevan dengan tujuan penelitian berdasarkan teori dan praktik yang ada.
 - c. Pengurusan Perizinan: Peneliti memperoleh izin dari pihak berwenang untuk melaksanakan penelitian di lokasi yang dipilih.
 - d. Penilaian Lapangan: Peneliti melakukan survei awal untuk memahami kondisi lapangan melalui kajian pustaka atau informasi dari orang lain.
 - e. Pemilihan Responden: Peneliti memilih responden yang sesuai dengan kebutuhan data, dengan tujuan mewakili populasi secara keseluruhan.
 - f. Persiapan Perlengkapan Penelitian: Peneliti menyiapkan segala perlengkapan yang dibutuhkan, termasuk surat izin dan alat-alat penelitian.
 - g. Etika Penelitian: Peneliti memperhatikan etika penelitian, seperti menyesuaikan diri dengan norma dan budaya di lapangan, karena penelitian kualitatif melibatkan interaksi langsung dengan orang-orang.
2. Tahap Kegiatan Lapangan: Tahap ini melibatkan pengumpulan data langsung di lokasi penelitian, dan dibagi ke dalam tiga langkah utama:
 - a. Memahami Latar Penelitian: Peneliti mempersiapkan diri dengan memahami karakteristik subjek penelitian dan data yang harus dikumpulkan.

- b. Memasuki Lapangan: Peneliti menyesuaikan diri dengan lingkungan dan karakteristik lapangan penelitian untuk menciptakan hubungan yang baik dengan subjek penelitian.
 - c. Berperan Serta dalam Pengumpulan Data: Peneliti secara aktif terlibat dalam situasi lapangan sambil mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian.
3. Tahap Pengolahan Data
- a. Pemilihan data
 - b. Penyajian data
 - c. Analisis data
 - d. Kesimpulan dan verifikasi data dari penelitian yang telah dilaksanakan.

Tahapan-tahapan ini membantu peneliti memastikan bahwa proses pengumpulan data berlangsung secara sistematis, etis, dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

1. Sejarah Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Pada tahun 2017 dibuka untuk pertama kali yakni TPQ Plus Permata Darul Faqih oleh KH. Faris Khoirul Anam, kemudian pada tahun 2018 Pondok Pesantren Darul Faqih didirikan tanpa dengan kesengajaan karena untuk menaungi santri-santri yang mau menginap selama bulan Ramadhan. Dan seiring perkembangan waktu banyak tetangga warga sekitar minat dengan sistem pendidikan di Pondok Pesantren Darul Faqih. Sampai dengan tahun ajaran 2024-2025 santri-santriwati Pondok Pesantren Darul Faqih berjumlah sekitar 274 anak.⁷¹

Penamaan Darul Faqih meneladani sebuah lembaga yang ada di Tarim, Hadramaut, Yaman. Gedung lembaga yang berlokasi di antara Masjid Ba'alawi dan Masjid as-Saggaf, serta berdekatan dengan Rubath Tarim ini menjadi tempat kajian, bahkan pertemuan para mufti kota ilmu dan ulama itu dalam pembahasan-pembahasan masalah keagamaan. Darul Faqih berarti rumah ahli fikih. Sementara pengertian fikih secara etimologi lebih luas dari cakupan makna istilahnya. Makna fikih secara istilah ruang lingkupnya lebih sempit, yakni ilmu tentang hukum syariat dalam bentuk praktik yang diambil dari dalil terperinci.⁷²

Pondok Pesantren Darul Faqih berada di Desa Pandanlandung, Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Lokasi pesantren terpadu ini strategis, karena terletak + 5 Km dari pusat Kota Malang (Alun-Alun dan Masjid Agung Jami Kota Malang), dan + 6 Km dari pusat pendidikan tingkat tinggi di Kota Malang (Universitas Negeri Malang, Universitas Brawijaya, UIN Maliki, ITN, dan lainnya).

⁷¹ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar Ma'rufi (Kepala Pondok Pesantren) pada tanggal 18 Maret 2025

⁷² Website Pondok Pesantren Darul Faqih (<https://darulfaqih/pondok.com>) diakses pada 12 Februari 2025

Darul Faqih merupakan pendidikan Islam terpadu antara sistem pendidikan pesantren, sistem pendidikan sekolah umum, dan sistem pendidikan luar sekolah. Pada tahap pertama, gedung yang akan didirikan adalah untuk pendidikan pesantren. Sementara pada tahap berikutnya, Darul Faqih akan melakukan pembebasan tanah dan pendirian gedung untuk pendidikan sekolah umum dan pendidikan luar sekolah.

Pesantren terpadu Darul Faqih didirikan untuk menjawab tantangan global yang sangat kompetitif, akseleratif, dan masif. Tantangan ini meniscayakan persiapan generasi berkarakter Islami, memiliki ketajaman visi, kecerdasan spiritual dan intelektual, kesalehan sosial, dan kehandalan di bidang teknologi. Guna kelancaran proses transformasi ilmu tersebut dengan pendekatan multidisipliner, maka siswa-santri harus bermukim di dalam asrama selama masa pendidikan. Sistem ini akan menjadikan setiap santri:

- a. Dapat dididik dan dibina secara utuh, integral, kontinyu selama 24 jam.
- b. Dapat mengantisipasi perilaku negatif, perbuatan amoral, dan anarkisme.
- c. Dapat mengembangkan bakat dan minat santri, seperti dalam bidang kesenian Islam, olah raga, keterampilan, *leadership* dan *life skill*.
- d. Dapat berkomunikasi dengan bahasa internasional, terutama Bahasa Arab, secara aktif, intensif, dan retorik.
- e. Dapat menekan biaya hidup dan pendidikan lebih efisien.

Legalitas Darul Faqih bernaung di bawah Yayasan Darul Faqih Malang Indonesia, Akte Notaris Mochamad Syafrizal Bashori, S.H., M.Kn. No. : 3 – 03 Januari 2017, SK Nomor : AHU-0000332.AH.01.12.TAHUN 2017, dengan NPWP : 80.982.813.0-623.000.⁷³

⁷³ Website Pondok Pesantren Darul Faqih (<https://darulfaqih/pondok.com>) diakses pada 12 Februari 2025

2. Visi, Misi dan Tujuan Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Visi : Terwujudnya Lembaga Pendidikan Unggul Pencetak Kader Pemimpin Berkarakter Islami-Qurani yang Berkualifikasi (*Qualified*) Percaya Diri (*Confidence*) dan Rendah Hati (*Humble*).

Misi :

- a. Melestarikan nilai al Qur'an, Sunnah Nabi, dan ajaran para ulama ahlussunnah Wal-jama'ah.
- b. Mengembangkan pendidikan dan dakwah islam.
- c. Mempersiapkan generasi yang berakhlakul karimah, istiqomah ibadah, mmahai keilmuan agama (*tafaqquh fi al-din*), dan memiliki ketrampilan hidup (*life skills*).

Tujuan : Darul Faqih mengorientasikan santri kepada penguasaan dan praktik ilmu-ilmu dasar dalam islam, ibadah, dan dakwah, yang mengusung islam rahmatan lil 'alamin, berpahamkan ahlussunnah Wal-jama'ah dan menjunjung tinggi ukhuwah Islamiyah.⁷⁴

3. Program Unggulan Pondok Pesantren Darul Faqih

Darul Faqih mempunyai target dalam 6 Tahun pembelajaran sebagai berikut Dua tahun pertama fokus pada pembelajaran Bahasa Arab, kemampuan baca kitab kuning & Tahsin Bacaan al-Qur'an. Empat tahun selanjutnya pembelajaran dengan Kurikulum Madrasah Hadramaut Hafalan al-Qur'an: minimal 10 juz (ditempuh selama 6 tahun di pesantren). Kompetensi lulusan yang berakhlaku karimah, istiqamah ibadah, mampu membaca kitab kuning dan menguasai isinya (*tafaqquh fid-din*).

Keunggulan Darul Faqih direpresentasikan dalam bahasa Sansekerta yaitu **Satya Adinata Darul Faqih** yang memiliki arti, Enam Program Unggul dan menjadi unggulan di Darul Faqih yaitu :⁷⁵

- a. *Islamic Studies Islamic studies*

⁷⁴ Website Pondok Pesantren Darul Faqih (<https://darulfaqih/visimisi.com>) diakses pada 12 Februari 2025

⁷⁵ Website Pondok Pesantren Darul Faqih (<https://darulfaqih/program.com>) diakses pada 15 Februari 2025

Pengajaran dasar-dasar agama (Islamic studies) dikemas dalam bentuk Madrasah Diniyah (madin) dan Taman Pendidikan al-Qur'an (TPQ) Plus, menggabungkan antara kurikulum pondok modern dan pesantren salaf, meliputi penguasaan disiplin keilmuan akidah, al-Qur'an (tilawah, tafsir, Ulum al-Qur'an), fikih, dan akhlak.

b. *Quranic Learning*

Pembelajaran Tahfidz dan Tafsir Al-Quran

c. *Academic Program*

Sains dan teknologi (*academic program*) menggunakan kurikulum pendidikan nasional, ditambah pratikum di laboratorium, riset di perpustakaan (*library research*), *field trip* (wisata rohani, study tour dan rekreasi)

d. *Global Vision Building*

Pembelajaran bahasa internasional Arab dan Inggris (*Global Vision Building*) menggunakan multimedia, dan menargetkan penguasaan *maharat qiraah (reading competition)*, *maharat sima'ah (listening competition)*, *maharat kitabah (writing competition)*, *maharat kalam (speaking competition)*.

e. *Interpersonal Skill*

Pembekalan keterampilan (*Interpersonal Skill*) spiritual dan konvensional yang ditransformasikan dalam bentuk tahfih al-Qur'an, doa dan dzikir, pembinaan ibadah, keahlian dakwah multimedia, Teknologi Informasi, beberapa ekstrakurikuler, pengelolaan *Qur'anic Garden*, dan *leadership*.

f. *Learning Society* (Pembelajaran Berbasis Masyarakat).

4. Unit-unit Lembaga Pendidikan

Unit-unit lembaga pendidikan di Pondok Pesantren Darul Faqih Malang terdiri dari 4 lembaga yakni sebagai berikut:⁷⁶

- a. SMP Darul Faqih Indonesia : Lembaga formal di Pondok Pesantren Darul Faqih yang ditempuh setelah SD/MI.

⁷⁶ Website Pondok Pesantren Darul Faqih (<https://darulfaqih/unit.com>) diakses pada 15 Februari 2025

- b. MA Darul Faqih Indonesia : Lembaga formal di Darul Faqih yang ditempuh setelah SMP/MTs.
- c. Madrasah Diniyah Darul Faqih : Unit pendidikan keagamaan di luar sekolah formal yang memberikan pendidikan agama Islam dengan kurikulum Hadramaut.
- d. TPQ Plus Darul Faqih : Unit Pendidikan Darul Faqih yang menyelenggarakan pendidikan nonformal jenis keagamaan Islam yang bertujuan untuk memberikan pengajaran membaca Al-Qur'an.

5. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Darul Faqih

Tabel 1.3 Struktur Organisasi

Pengawas Yayasan	Prof. Dr. Yusuf Hanafi, M.Fil
Pembina Yayasan	Kh. Faris Khoirul Anam, Lc, M.HI
Ketua Yayasan	H. Muhammad Subhan, S.T
Pengasuh Pondok Pesantren	Kh. Faris Khoirul Anam, Lc, M.HI
Kepala Sekolah SMP	M. Alifudin Ikhsan, S.Pd
Kepala Sekolah MA	Fakhrur Rozi, M.Pd
Kepala Pondok Pesantren	Abi Lazkar Ma'rufi, S.Pd
Kepala Madrasah Diniyah	Iftahul Koirul Latif, S.Pd

B. Hasil Penelitian

Dari data yang diperoleh peneliti melalui beberapa Teknik seperti wawancara, observasi serta dokumentasi maka dapat dipaparkan dalam fokus penelitian mengenai Implementasi Analisis SWOT dalam membangun Brand Image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang meliputi implementasi analisis kekuatan dan kelemahan internal, implementasi analisis peluang dan ancaman, serta strategi yang dihasilkan dari analisis internal dan eksternal dalam membangun *brand image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang sebagai berikut:

1. Implementasi Analisis Kekuatan dan Kelemahan Internal Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

a. Implementasi Analisis Kekuatan Internal

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa pimpinan Pondok Pesantren dapat dinyatakan bahwa Pondok Pesantren Darul Faqih

memiliki sejumlah kekuatan internal yang signifikan. Salah satu kekuatan yang utama adalah kepemimpinan pengasuh yang karismatik, akademis, dan berjejaring luas. Pengasuh pondok KH. Faris Khoirul Anam, dikenal sebagai tokoh agama yang memiliki pengaruh luas, aktif dalam Aswaja Center, dan dekat dengan masyarakat. Citra kepemimpinan yang visioner ini diimplementasikan melalui penguatan relasi dengan lembaga eksternal, promosi berbasis media dakwah digital, serta keterlibatan aktif dalam dakwah masyarakat. Menurut ustadz Abi Lazkar selaku Kepala Pondok Pesantren, figur pengasuh yang kuat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon santri dan wali santri dalam memilih Pondok Pesantren Darul Faqih sebagai tempat menimba ilmu, beliau menyampaikan :

“Kekuatan kita itu ada pengasuh, pengasuh kita itu memang orangnya, kan ada kiai-kiai kitab yang kemana-mana Ada kiai-kiai yang mengaji saja, ada kiai-kiai yang wiridan saja. Kalau di sini itu kayaknya ya ngaji dan juga sekolah. beliau juga sudah menyelesaikan pendidikan S3. Dan beliau menjadi pengurus PWNU Jatim bidang aswaja. Jadi di sini anak-anak mereka ya harus ngaji, harus sekolah Itu yang membuat kemudian pengajarnya juga harus baik. Kualitasnya harus baik”.⁷⁷

Hal ini diperkuat dengan pendapat wali santri yang juga menjadi ketua paguyuban wali santri yakni Bapak Yuliono mengenai figur pengasuh yang humble dan populer :

“Nah Ustadz Faris ini, di samping pengasuh pondok. Beliau itu enak ngajarnya, terbuka, diterima di masyarakat, beliau keren. Apa saja bisa. Bisa kumpul dengan siapa saja, kumpul dengan orang nakal, orang lurus. Ini Ustadz Faris, hebat, merangkul semua kalangan masyarakat”.⁷⁸

Kehadiran pengasuh yang memiliki figur dengan kepemimpinan yang kharismatik berpengaruh besar terhadap berkembangnya suatu pondok pesantren, karena pengasuh akan menjadi panutan dan

⁷⁷ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar Ma'rufi (Kepala Pengurus Pondok) pada tanggal 18 Maret 2025

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Yuliono (Ketua Paguyuban wali santri) pada tanggal 21 Maret 2025

tuntunan bagi seluruh santri yang akan menjalani pendidikan di pondok pesantren.

Kekuatan selanjutnya yang dimiliki Pondok Pesantren Darul Faqih yakni dari tenaga pendidikannya. Sebagian besar guru formal memiliki latar belakang pendidikan S2, sedangkan tenaga pengajar non-formal atau Madin berasal dari pesantren ternama dan beberapa di antaranya merupakan alumni Timur Tengah. Sebagaimana dijelaskan oleh Ustadz Iftahul Khoirul Latif selaku kepala Madrasah Diniyah :

”Alhamdulillah, mayoritas pengajarnya lulusan Timur Tengah. Alumni Timur Tengah. Dan juga memiliki latar belakang pendidikan S2. Kekuatan kita itu memang ada di kualitas para pengajarnya”.⁷⁹

Keunggulan ini mendukung proses pembelajaran dengan pendekatan yang progresif dan berwawasan global, namun tetap berlandaskan nilai-nilai Aswaja. Keberadaan SDM yang menetap di pondok mempermudah koordinasi, pengambilan kebijakan, serta pelaksanaan program yang cepat dan efisien. Implementasi kekuatan ini dilakukan dengan pembagian tugas mengajar berdasarkan keahlian, melibatkan alumni sebagai pengajar, dan pembinaan rutin yang berkelanjutan.

Selain itu, Pondok Pesantren Darul faqih juga memiliki kurikulum pondok yang terpadu antara pendidikan formal dan non-formal yang menjadi ciri khas tersendiri. Menurut Ustadz Ahzamil Fauqi sebagai Waka Kurikulum Madin, sistem pembelajaran semi-formal yang mengadopsi model rapor, ujian tertulis, dan struktur penilaian menjadikan Madin tidak hanya berbasis kitab kuning tradisional, tetapi juga akuntabel secara akademis beliau menyampaikan :

“Metode pengajaran juga semi-formal menurutku. Soalnya dilihat dari kayak raportnya, itu hampir seperti raport normal. Tapi pelajarannya kalau umum, sekolah-sekolah, dengan Madin beda. Meskipun pembelajarannya kitab, tapi misalnya kalau ada ujian gitu, diujikan kayak formal. Kertas gitu. Terus ada penilaiannya tapi ada batasan-batasan seperti itu. Makanya

⁷⁹ Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madrasah Diniyah) pada tanggal 21 Maret 2025

dibilang semi-formal. Kalau mengenai ijazah, ijazah di Madin wustho mulai tahun kemarin. Ijazahnya sudah terdaftar dari Jawa Timur”.⁸⁰

Hal ini ditambahkan lagi oleh Ustadz Iftahul Khoirul latif selaku kepala Madin dengan program-program unggulan seperti *One Day Three Lines (ODTL)* untuk tahfidz harian serta *Lata Skut* sebagai pelatihan intensif bahasa Arab lisan dan persiapan studi timur tengah (PSTT) :

“Nah itu makanya mereka, mungkin ini yang beda ya dengan yang lain. Jadi mereka 6 tahun wajib hafalan 10 juz. Sehingga programnya, cara untuk bisa 10 juz itu namanya ODTL. ODTL itu One Day Three Lines, artinya satu hari tiga baris. Yang kalau kemudian diukur sampai 6 tahun, sampai 10 juz minimal. Nah mereka yang ingin lebih dari itu boleh. jadi takhossus Tahfid masuk ke program khusus. Dan disini mungkin mereka langsung dapat pelatihan persiapan studi Timur Tengah. Namanya itu life skill PSTT. Jadi mereka belajar disini untuk mempersiapkan. Sehingga saat test, mereka kemungkinannya untuk lulus sangat besar”.⁸¹

Kurikulum yang terpadu antara pondok dengan sekolah dan didukung dengan program unggulan yang positif dapat mendukung kesatuan dan keberhasilan tujuan pendidikan yang sudah direncanakan.

Kultur Disiplin dan Lingkungan Religius juga menjadi poin keunggulan bagi Pondok Pesantren Darul Faqih. Disiplin merupakan karakter penting yang dibentuk dalam keseharian santri. Jadwal santri dimulai sejak pukul 03.00 pagi hingga pukul 22.00 malam, dengan pembiasaan ibadah, ngaji, dan belajar secara terstruktur. Sesuai dengan pernyataan Ali Farhan santri kelas II Ulya (2 MA) :

”Semua santri wajib bangun jam 03:00 untuk sholat witr dan tahajjud, kemudian shalat subuh berjamaah. Ngajinya ada 5 sesi, sesi satu itu jam empat sampai jam lima yaitu ngaji Al-Qur'an. Kemudian sesi duanya bahasa Arab jam lima sampai jam enam. Sesi 3 sore hari setelah sholat ashar, sesi 4 setelah sholat

⁸⁰ Wawancara dengan Ustadz Ahzamil Fauqi (Waka Kurikulum Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

⁸¹ Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madrasah Diniyah) pada tanggal 21 Maret 2025

maghrib dan sesi 5 setelah sholat isya' dan jam 22.00 wajib tidur".⁸²

Dengan jadwal dan peraturan yang sudah ditetapkan, mendukung para santri agar mengisi kegiatan-kegiatan positif di Pondok sebagai pembentuk karakter disiplin menghargai waktu.

Pondok Pesantren menerapkan sistem keuangan digital (*e-money*) bagi mahasantri guna membatasi penggunaan uang tunai serta menghindari gaya hidup konsumtif. Dan jika santri melakukan pelanggaran sanksi yang diterapkan bersifat edukatif dan proporsional, seperti menulis Al-Qur'an bagi pelanggaran ringan, dan pemberlakuan skorsing bagi pelanggaran berat. Ali Farhan menjelaskan hal ini :

"Kita gak boleh megang uang cash, jadi disediakan kartu e-money kayak ATM gitu. Jadi tidak boleh bawa uang cash kalau punya, nanti buat beli rokok atau buat beli barang-barang terus, jika melanggar dikenakan sanksi seperti menulis do'a wirid, sholawat maulid dan ayat Al Qur'an. Untuk pelanggaran berat seperti interaksi dengan santri perempuan akan dipulangkan/skorsing 3 hari di rumah".⁸³

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki kekuatan internal yang signifikan dan strategis dalam membangun kualitas serta daya saingnya. Kekuatan utama terletak pada figur pengasuh yang karismatik, akademis, dan berjejaring luas, Secara keseluruhan, kekuatan internal Pondok Pesantren Darul Faqih terletak pada perpaduan antara kepemimpinan visioner, kualitas SDM, kurikulum unggulan, kedisiplinan santri, dan sistem yang modern namun tetap berakar pada nilai-nilai Islam Aswaja. Kekuatan-kekuatan ini membentuk pondasi yang kuat dalam pengembangan citra dan mutu pendidikan pondok pesantren ke depan.

b. Implementasi Analisis Kelemahan Internal

Pondok Pesantren Darul Faqih dalam pembelajarannya juga ditemukan beberapa kelemahan. Menurut Ustadz Ahzamil Fauqi salah satu kelemahan utama yang muncul adalah terlalu banyaknya kitab

⁸² Wawancara dengan Ali Farhan (santri kelas 2 Ulya / 11 MA) pada tanggal 18 Maret 2025

⁸³ Wawancara dengan Ali Farhan (santri kelas 2 Ulya / 11 MA) pada tanggal 18 Maret 2025

yang dikaji dalam waktu terbatas. Kondisi ini menyebabkan tidak semua kitab dapat diselesaikan (hatam) secara menyeluruh oleh santri. Hal ini terjadi karena kurikulum cenderung mencakup terlalu banyak bidang tanpa pemfokusan. Untuk mengatasinya, pondok mulai merancang sistem pemetaan materi dan seleksi kitab prioritas agar pembelajaran lebih mendalam dan terstruktur, beliau menjelaskan :

“Terlalu banyak kitab yang dikaji. Semua 3 tahun. Jadi nggak sampai hatam gitu. Kan sudah ada pembagiannya. Kayak misalnya kelas 1 dan kelas 2 itu. Memang pemfokusannya di bahasa Arab sama Qur'an. Jadi jam pelajarannya selama seminggu itu banyaknya di bahasa Arab sama Qur'an”.⁸⁴

Hal ini terjadi karena kurikulum cenderung mencakup terlalu banyak bidang tanpa pemfokusan. Untuk mengatasinya, pondok mulai merancang sistem pemetaan materi dan seleksi kitab prioritas agar pembelajaran lebih mendalam dan terstruktur.

Selain itu, Ustadz Abi Lazkar menambahkan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) menyebabkan satu orang memegang beberapa peran sekaligus, seperti menjadi pengajar, pembina kamar, dan pengurus. Hal ini menimbulkan beban kerja berlebih dan ketidakseimbangan fungsi, yang berdampak pada efektivitas pembinaan dan pengajaran. Sebagai upaya implementatif, pihak pondok mulai merekrut alumni untuk mengisi posisi strategis, serta memisahkan peran pembina dan pengajar agar tugas tidak tumpang tindih, beliau menjelaskan :

“Ada masalahnya. Pembina dan pengajar itu jadi satu. Pembina kamar ya juga ngajar di kelas, Masalahnya double job itu ya. Terus kemudian yang paling asli fungsi pembina dan fungsi pengajar beda sekali, jauh. Setidaknya pembina itu bisa jadi temannya anak-anak, bisa jadi tempat curhatnya anak-anak. Sedangkan pengajar, mereka harus lebih dihormati, harus membatasi hal-hal itu”.⁸⁵

Ustadz Abi Lazkar menambahkan lagi terkait kelemahan dibidang sarana prasarana fasilitas pondok seperti ruang tidur, kamar mandi, dan

⁸⁴ Wawancara dengan ustadz Ahzamil Fauqi (Waka Kurikulum Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

⁸⁵ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar (Kepala Pengurus Pondok) pada tanggal 18 Maret 2025

ruang belajar menjadi terbatas karena meningkatnya para santri yang masuk di Pondok :

“Untuk fasilitas kelasnya masih berkembang, Jadi kalau ditanya kelemahannya mana, ya kita kesulitan untuk fasilitas apalagi untuk gedung yang terpakai gak bisa berkembang, bisanya meningkat karena memang harga-harga tanahnya mahal, jadi bisanya memang meningkat, gak bisa berkembang jadi ya itu yang paling kelihatan di situ”.⁸⁶

Hal ini dapat mempengaruhi kenyamanan dan produktivitas santri dalam menjalani kegiatan harian. Pondok merespons kondisi ini dengan melakukan pengajuan bantuan sarana, perencanaan pembangunan bertahap, serta memanfaatkan ruang-ruang secara multifungsi.

Selanjutnya terkait sistem evaluasi pembelajaran menurut pendapat Ustadz Irsyad selaku pengajar dan Waka Kesiswaan bahwa sistem evaluasi pembelajaran yang belum terstruktur akan menjadi kelemahan yang berarti.

“Kendala lagi. Kita sulit memecah kelas. Sulit membagi kelas lagi. Sesuai kemampuan. Itu ya. Soalnya gini. Di bagian bahasa Arab dan Quran. Itu gak bisa digabung. Kelas 1 semuanya digabung. Gak bisa. Dia harus kelas. Sesuai kemampuan. Nah ini kita sering kecolongan disini. Sering kecolongan disini. Akhirnya setiap bulan harus ada evaluasi. Setiap bulan itu evaluasinya itu. Misal gurunya rekomendasi. Ini gak mampu anaknya di turunkan saja”.⁸⁷

Meskipun kurikulum Madin memiliki struktur semi-formal, sistem evaluasi pembelajaran belum sepenuhnya terukur secara akademik. Penekanan masih diberikan pada pengalaman belajar daripada capaian output yang konkret seperti jumlah hafalan atau penguasaan kitab tertentu. Sebagai solusi, pondok mulai menyusun format evaluasi berkala dan sistem penilaian berbasis rubrik untuk menyeimbangkan antara proses dan hasil.

Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki berbagai kekuatan, namun tetap terdapat beberapa kelemahan internal yang perlu diperhatikan untuk peningkatan mutu dan efektivitas pengelolaan pendidikan. Salah

⁸⁶ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar (Kepala Pengurus Pondok) pada tanggal 18 Maret 2025

⁸⁷ Wawancara dengan Ustadz Irsyad (Waka Kesiswaan Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

satu kelemahan utama adalah beban kurikulum yang terlalu padat, hal ini menunjukkan perlunya fokus dan prioritas dalam pemilihan materi ajar agar pembelajaran menjadi lebih efektif dan mendalam. Secara umum, kelemahan-kelemahan ini mencerminkan tantangan dalam pengelolaan sumber daya, infrastruktur, serta tata kelola akademik yang masih dalam proses penguatan. Namun, adanya langkah-langkah responsif dari pihak pondok menunjukkan adanya komitmen terhadap perbaikan dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan.

2. Implementasi Analisis Peluang dan Ancaman Eksternal Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

a. Implementasi Peluang Eksternal

Secara eksternal, pondok memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Dukungan masyarakat sekitar sangat tinggi, terutama karena kedekatan personal antara pengasuh dan warga. Kepercayaan ini menjadi modal sosial dalam membangun reputasi pondok. Pondok Pesantren Darul Faqih berdiri di tengah masyarakat yang religius dan mayoritas berafiliasi dengan paham Ahlussunnah wal Jama'ah (Aswaja), seperti yang diungkapkan Bapak Yuliono bahwa:

“Hampir semua masyarakat desa Pandanlandung ini menerima keberadaan pondok pesantren karna figur dari pengasuh yang sangat baik, ramah, humble dan mudah bergaul ke semua kalangan. Oleh karena itu Pondok Pesantren Darul faqih dijadikan rujukan mengenai masalah sosial keagamaan seperti perubahan hukum-hukum seharian ini, terutama masalah zakat fitrah. Ustaz Faris menulis buku perubahan masalah zakat untuk menerangkan masalah zakat fitrah, betul sekali itu perubahan masalah zakat”.⁸⁸

Hal ini menjadi modal sosial yang besar dalam membangun sinergi antara pesantren dan masyarakat. Pondok secara rutin melibatkan masyarakat sekitar dalam kegiatan keagamaan seperti pengajian umum, bakti sosial, dan keagamaan. Forum wali santri, seperti Paguyuban, dibentuk untuk menampung aspirasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pondok.pngntr

⁸⁸ Wawancara dengan Pak Yuliono (Ketua Paguyuban wali santri) pada tanggal 21 Maret 2025

Selain itu, tingginya minat wali santri terhadap pendidikan berlandaskan nilai Aswaja menjadi daya dorong positif. Di tengah perkembangan zaman, banyak orang tua yang menginginkan pendidikan agama yang moderat namun kuat secara akidah. Hal ini menjadi peluang besar bagi pesantren yang memiliki identitas Aswaja Progresif. Pondok memperkuat kurikulum ke-Aswaja-an melalui pelajaran akidah, fiqih, dan kajian kitab klasik. Program integratif seperti diskusi keislaman dan produk karya tulis keagamaan menjadi sarana penguatan nilai Aswaja di kalangan santri, sesuai dengan hasil wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar yang menyatakan ;

“Jadi kurikulum Aswaja Kader progresif karena memang beliau pengasuh ini kan juga pakar aswaja beliau juga menjabat di PWNU Wakil Ketua Aswaja Center Jawa Timur. Akhirnya Supaya beda dengan Pondok-pondok yang lain Darul Faqih ini dikenal sebagai Pesantren Kader Aswaja Progresif, nah itu yang kemudian Menjadi branding kami Dan juga kami menyusun kurikulum yang pas karena memang Aswaja ini juga dipelajari sama anak-anak mulai dari mereka masuk Pondok Kelas 1 Madin Atau 1 SMP Kelas 7 Sampai nanti mereka lulus Selama 6 tahun Aswaja full di sekolah ada pelajaran aswaja di Pondok Atau di Madin Itu juga ada ada ngaji aswaja Itu yang kami pakai untuk promosi-promosi”.⁸⁹

Beberapa santri dan alumni Pondok Pesantren Darul Faqih telah berhasil lolos seleksi untuk melanjutkan studi ke luar negeri, khususnya di Yaman. Ini menjadi peluang promosi dan penguatan citra pondok sebagai lembaga yang mencetak kader ulama. Pembentukan program *Persiapan Studi Timur Tengah* (PSTT) dengan pembinaan intensif bahasa Arab, penguasaan fikih, dan wawasan keislaman. Alumni yang sukses dikemas sebagai "Duta Pondok" dalam kegiatan promosi dan testimoni keberhasilan, dalam wawancara Ustadz Irsyad memberikan pernyataan bahwa :

“Masuk ke program khusus. Jadi mereka kemungkinan, potensinya kalau mereka bisa maksimal disitu, bisa sampai selesai. Dan disini mungkin mereka langsung dapat pelatihan persiapan studi Timur Tengah. Itu yang ingin melanjutkan.

⁸⁹ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar Ma'rufi (Kepala Pondok Pesantren) pada tanggal 18 Maret 2025

Karena banyak dari mereka-mereka terutama di lokasi Malang yang ingin ke Timur Tengah itu ke yaman terutama. Itu mereka pelatihannya disini. Nah makanya, karena pengasuhnya itu. Jadi pengasuhnya sekarang bisa memberikan pelatihan. Namanya itu *life skill* PSTT, persiapan studi Timur Tengah. Jadi sehingga mereka siap, mereka belajar disini untuk mempersiapkan. Sehingga saat test, mereka kemungkinannya lulus”.⁹⁰

Perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi pesantren untuk memperluas jangkauan dakwah dan promosi lembaga. Pondok mengelola akun media sosial seperti *Instagram, YouTube, WhatsApp*, dan *TikTok* untuk menampilkan kegiatan santri, ceramah pengasuh, dan informasi pendaftaran. *Live streaming* kajian selama bulan Ramadan serta video profil pondok menjadi strategi *digital branding* yang efektif, dari Ustadz Khoirul Latif menjelaskan :

“Terakhir, untuk strategi promosi branding di luar. Mungkin menggunakan media sosial. Disini medsos ada yang mengurus sendiri. Ada tim sendiri yang multimedia. Alhamdulillah setiap kegiatan apapun. Itu sering live di youtube. Terus juga ada video- video sinematik yang nanti di-upload di Instagram. Kemudian disebar di grup-grup wali santri. Kadang kan juga dipakai. Story, Whatsapp, Instagram. Ya strateginya disitu. Makanya akhirnya banyak juga yang saudaranya mondok disini. Artinya berarti kalau saudaranya mau ikut-ikutan mondok disini berarti kan ada kepuasan”⁹¹

Pondok juga aktif membangun kerja sama dengan berbagai lembaga mitra, seperti Yayasan Pendidikan Ilmu Al Qur’an, Assa’idiyah, dan Nurul Ulum. Kegiatan pelatihan bersama, pengiriman santri ke pelatihan eksternal, serta pemanfaatan jaringan untuk studi lanjut. Kolaborasi ini juga memperluas akses terhadap fasilitas pendidikan, penguatan SDM, dan peluang pengembangan kurikulum, ustadz Ahzamil Fauqi menerangkan :

“Kemudian kita integrasi dengan Pondok PIQ Singosari. Kita integrasi tenaga pendidik karena rata-rata gurunya dari PIQ Singosari. Guru Bahkan pengasuhnya alumni di PIQ Singosari. Kemudian integrasi sama dengan YPIQ (Yayasan Pendidikan Ilmu Al-Qur'an.) Dalam hal kurikulum. Kemudian

⁹⁰ Wawancara dengan Ustadz Irsyad (Waka Kesiswaan Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

⁹¹ Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madrasah Diniyah) pada tanggal 21 Maret 2025

apa namanya sistem. Sistem pembelajaran. Ibaratnya disana mau mungkin disana ada aswaja dan berpusatnya ke ustadz Fariz ini Jadi saling ngambil sistem gitu. Jadi PIQ ketika mau mendirikan contoh mendirikan apa namanya keuangan ingin memajukan keuangan di koperasi bahkan sekarang DafaMart”.⁹²

Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki peluang eksternal yang sangat kuat dalam pengembangan institusi. Dukungan masyarakat yang religius, ditambah kedekatan pengasuh dengan warga, menciptakan kepercayaan yang tinggi dan memperkuat reputasi pondok. Identitas sebagai pesantren Aswaja Progresif menjadi keunggulan kompetitif yang relevan dengan kebutuhan orang tua akan pendidikan agama yang moderat dan berlandaskan akidah kuat. Keseluruhan faktor ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal mendukung pertumbuhan pondok secara signifikan, dan telah direspon dengan strategi yang adaptif dan produktif.

b. Implementasi Ancaman Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadz Ahzamil Fauqi, ancaman eksternal yang dihadapi Pondok Pesantren, khususnya untuk lembaga pendidikan formal yang berada di bawah naungan pondok pesantren yakni regulasi dari Dinas Pendidikan terkait sarana prasarana sekolah seringkali tidak fleksibel, dan cenderung menetapkan standar yang seragam untuk semua lembaga, tanpa mempertimbangkan kekhasan lingkungan pesantren. Pondok Pesantren Darul Faqih mengelola sistem pendidikan secara terintegrasi antara jalur formal (seperti SMP/MA) dan jalur nonformal (madrasah diniyah dan program kepesantrenan). Salah satu permasalahan yang muncul adalah kewajiban penyediaan fasilitas belajar mengajar dan sanitasi sesuai standar pendidikan nasional (SNP) beliau menjelaskan:

“Pondok punya sekolah. Itu yang sampai sekarang masih jadi pertanyaan dan belum ada jawaban pasti. Nah harusnya. Susunannya juga kan pondok yang paling atas. Ternyata ini

⁹² Wawancara dengan Ustadz Ahzamil Fauqi (Waka Kurikulum) pada tanggal 20 Maret 2025

gak berjalan seperti itu. Kenapa? Maksudnya sekolah kan dituntut Dinas gak bisa nolak gitu. Pertentangan sampe pondok tabrakan. Akhirnya pondok ngalah. Bangun kelas-kelas ini ya untuk sekolah bukan untuk pondok. Kelas-kelas sekolah semuanya”.⁹³

Pondok melakukan penyesuaian administratif dan legalitas dengan tetap mempertahankan ciri khas pendidikan pesantren. Pihak pengelola membentuk tim penghubung (*liaison officer*) untuk menjembatani komunikasi antara sekolah formal dan Dinas terkait.

Kemudian ancaman Isu sosial seperti stigma negatif dari masyarakat terkait perilaku santri di lingkungan sekitar juga menjadi tantangan yang perlu dikelola dengan pendekatan komunikasi yang baik. Sebagian kecil warga sekitar sempat menyampaikan keluhan terkait keberadaan pondok, seperti masalah kebisingan, sampah, dan ketertiban umum dari Ustadz Irsyad menjelaskan :

“Kemudian ancaman dari warga juga ada. Karena ini namanya santri banyak ya. Kumpul bareng ramai kadang potensinya gitu. Ya mungkin gak suka. Karena mungkin terlalu ramai. Akhirnya mereka ini jam 10 sudah wajib tidur. Kemudian disini di rumah juga banyak nempel. Jadi ada barang-barang yang jatuh. Itu ancaman dari warga mungkin terkait sopan santun aja sih. Tapi kalau untuk karakter saya akui masih bagus. Tapi ya namanya manusia ya pasti suka. Ada yang gak suka. Yang gaksukanya itu mesti dari ya itu tadi kecolongan-kecolongan Dan yang gak suka itu pastinya backgroundnya bukan dari Pondok”.⁹⁴

Hal ini berpotensi menimbulkan kesan negatif terhadap citra pesantren. Pengurus pondok aktif menjalin komunikasi dengan warga melalui pertemuan informal dan musyawarah lingkungan. Santri diarahkan untuk menjaga adab di luar pondok dan turut serta dalam kegiatan sosial warga, seperti kerja bakti dan tahlilan kampung. Kegiatan publik pondok seperti milad, bakti sosial, dan pengajian umum turut melibatkan masyarakat sebagai bentuk pendekatan dan integrasi sosial.

⁹³ Wawancara dengan Ustadz Ahzamil Fauqi (Waka Kurikulum) pada tanggal 20 Maret 2025

⁹⁴ Wawancara dengan Ustadz Irsyad (Waka Kesiswaan Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

Selain itu, Ustadz Irsyad juga menambahkan keterbatasan pengawasan terhadap santri selama 24 jam menjadi potensi rawan yang perlu perhatian serius. Lingkungan pondok yang terbuka dan jumlah santri yang terus bertambah menyulitkan pengawasan penuh selama 24 jam., beliau menjelaskan :

“Dan juga yang terakhir. Mungkin pelanggaran-pelanggaran yang selumrahnya. Banyak pelanggaran dari santrinya itu tadi. Pasti yang pertama dicari masalahnya dulu. Dicari masalahnya dulu apa. Kemudian dari. Baru bisa ketemu solusi itu. Kalau dari solusi yang melanggar tadi. Ya kita memperkuat tim keamanan. Memperkuat tim keamanan ada namanya Mata. Mata itu Mahkamah tata tertib. Itu semacam MA gitu ya. Jadi mereka yang melanggar disidang disitu. Poin ditetapkan. Intinya konsekuensinya ditambah atau diperberatkan gitu. Sehingga mereka tidak berani untuk melanggar.”⁹⁵

Hal ini membuka potensi pelanggaran aturan, seperti penggunaan HP secara diam-diam atau bolos kegiatan. Sistem pembinaan kamar diperkuat dengan melibatkan santri senior sebagai koordinator. Diterapkan rotasi jadwal piket pembina dan patroli malam. Pembinaan kedisiplinan berbasis pendekatan edukatif diterapkan, seperti Mahkamah Tata Tertib (MATA) dan sanksi penulisan kitab.

Pondok Pesantren Darul Faqih menghadapi sejumlah ancaman eksternal yang perlu diantisipasi secara strategis. Secara keseluruhan, tantangan-tantangan eksternal ini memerlukan pengelolaan adaptif dan pendekatan kolaboratif agar tidak mengganggu stabilitas dan citra pondok.

3. Strategi yang dihasilkan dari Implementasi Analisis Internal dan Eksternal dalam Membangun *Brand Image* Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) merupakan metode strategis yang digunakan untuk merumuskan arah pengembangan lembaga secara komprehensif. Pondok Pesantren Darul

⁹⁵ Wawancara dengan Ustadz Irsyad (Waka Kesiswaan Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

Faqih telah menunjukkan implementasi nyata dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman).

Dari sisi kekuatan, Pondok memaksimalkan potensi yang dimiliki, terutama pada aspek kepemimpinan karismatik dari pengasuh yang memiliki reputasi luas di lingkungan Nahdlatul Ulama. Kepercayaan masyarakat dijadikan sebagai pondasi dalam membangun sinergi sosial dan memperkuat citra pesantren. Identitas Aswaja Progresif yang melekat pada pondok juga dimanfaatkan sebagai nilai jual utama, dengan penyusunan kurikulum keaswajaan secara sistematis sejak tingkat dasar hingga akhir masa pendidikan. Selain itu, keberhasilan alumni yang melanjutkan studi ke luar negeri, seperti ke Yaman, dimanfaatkan sebagai kekuatan promosi dalam menarik minat santri baru dan membentuk brand image sebagai pesantren pencetak kader ulama.⁹⁶

Dalam merespon kelemahan internal, pondok mulai membenahi aspek manajerial dan administratif, terutama dalam pengelolaan sekolah formal dan nonformal. Sistem dokumentasi dan komunikasi dengan instansi pemerintah diperbaiki melalui pembentukan tim penghubung (*liaison officer*). Untuk mengatasi keterbatasan sarana prasarana, pondok menjalin kerja sama dengan wali santri dan lembaga mitra guna menunjang pembangunan fasilitas yang dibutuhkan. Pengawasan internal juga diperkuat dengan sistem rotasi piket, pembinaan kedisiplinan melalui Mahkamah Tata Tertib (MATA), dan pelibatan santri senior sebagai pengurus kamar, sehingga kedisiplinan santri dapat dikontrol secara berjenjang.⁹⁷

Di sisi peluang eksternal, pondok secara cerdas memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan agama. Pondok mengelola berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan dakwah dan promosi lembaga. Strategi ini terbukti efektif, terutama saat bulan Ramadan

⁹⁶ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar (Kepala Pondok Pesantren) padatanggal 18 Maret 2025

⁹⁷ Wawancara dengan Ustadz Ahzamil Fauqi (Waka Kurikulum Madin)

dengan tayangan live kajian dan penyebaran konten sinematik pondok. Selain itu, program khusus seperti Persiapan Studi Timur Tengah (PSTT) menjadi daya tarik bagi santri yang bercita-cita melanjutkan pendidikan ke luar negeri. Dukungan masyarakat yang religius dan berafiliasi dengan paham Aswaja juga dimanfaatkan dengan memperkuat partisipasi publik dalam kegiatan pondok melalui pengajian, bakti sosial, serta forum wali santri.⁹⁸

Sementara itu, dalam menghadapi berbagai ancaman eksternal, Pondok Pesantren Darul Faqih mengambil langkah-langkah preventif dan solutif. Potensi konflik regulasi antara sistem pesantren dan aturan pendidikan formal ditanggulangi dengan menyesuaikan fasilitas sarana prasarana agar tidak bertentangan dengan sistem nasional. Pihak pengelola juga aktif menjalin komunikasi dengan Dinas Pendidikan agar tidak terjadi benturan dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan. Ancaman sosial, seperti keluhan warga sekitar terkait kebisingan atau perilaku santri, dijawab dengan pendekatan persuasif melalui musyawarah lingkungan dan kegiatan sosial bersama warga. Santri juga diarahkan untuk menjaga adab di luar pondok dan berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, seperti kerja bakti dan tahlilan. Potensi pelanggaran aturan internal akibat keterbatasan pengawasan pun diantisipasi dengan memperkuat sistem keamanan dan pemberian sanksi edukatif yang bertujuan membina, bukan menghukum.⁹⁹

Dari implementasi analisis internal dan eksternal strategi branding yang dipromosikan oleh pondok pesantren sebagai berikut:

Tabel 1.4 *brand image*

No	Nama	Keterangan
1.	Nama Pondok	Darul Faqih
2.	Tagline	Pesantren Kader Aswaja Progresif
3.	Warna	Hijau dan Putih
4.	Program	Tahfidz, intensif bahasa arab dan inggris,

⁹⁸ Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madin)

⁹⁹ Wawancara dengan Ustadz Irsyad (Waka Kesiswaan Madin) pada tanggal 20 Maret 2025

	unggulan	keterampilan <i>life skill</i>
5.	Media sosial	Instagram : darulfaqih.official Youtube : Santri Pandan Darul Faqih Malang Website : https://darulfaqih/visimisi.com
6.	Logo	

Pondok Pesantren Darul Faqih dalam membentuk brand image yang kuat, menerapkan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) sebagai dasar dalam strategi komunikasi dan pengembangan identitas pesantren sebagai berikut:

a. *Segmenting* (Segmentasi)

Pondok Darul Faqih menasar segmen keluarga Muslim menengah atas yang menginginkan pendidikan agama yang kuat namun tetap tidak meninggalkan aspek akademik. Segmentasi juga dilakukan berdasarkan minat orang tua terhadap pendidikan karakter, penguatan akidah yang berhaluan Aswaja dan keterampilan hidup. Pesantren ini menjawab kebutuhan masyarakat yang mencari lembaga dengan pendekatan religius yang modern, sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh Ustadz Iftahul Khoirul Latif bahwa :

“Branding Pondok terus berkembang. kita branding keluar itu ya kader aswaja progresif. Kita memperkuat aswaja. Itu menurut saya branding yang sangat luar biasa. Karena NU banyak terutama khususnya di Malang, Jawa Timur. Sehingga banyak sekali orang-orang tua disana yang ingin nyari pondok itu. Mana yang benar-benar NU beraliran aswaja gitu ya. Akhirnya kita hadir dengan branding itu. Sehingga mereka yakin mau mondok disini”.¹⁰⁰

Segmentasi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Darul Faqih menunjukkan arah strategi yang sangat fokus dan relevan dengan

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ustadz Abi Lazkar Ma’rufi (Kepala Pondok Pesantren) pada tanggal 18 Maret 2025

kebutuhan pasar pendidikan Islam saat ini. Pondok menasar segmen keluarga Muslim menengah atas yang menginginkan lembaga pendidikan yang mampu mengintegrasikan kekuatan spiritual (agama) dengan kompetensi akademik dan keterampilan hidup. Fokus segmentasi juga ditekankan pada kelompok orang tua yang memiliki orientasi keislaman Aswaja (Ahlussunnah wal Jama'ah), terutama yang secara kultural dekat dengan tradisi Nahdlatul Ulama. Hal ini memperkuat brand positioning pesantren sebagai pesantren NU berhaluan Aswaja progresif, menjawab keresahan masyarakat terhadap otentisitas pesantren NU di tengah banyaknya ragam lembaga pendidikan Islam.

Dengan demikian, segmentasi Pondok Pesantren Darul Faqih tidak hanya berdasarkan aspek demografis (tingkat sosial-ekonomi), tetapi juga secara psikografis (nilai, keyakinan, dan preferensi terhadap karakter pendidikan dan pemahaman keagamaan) menunjukkan bahwa segmentasi yang dilakukan Pondok Pesantren sangat tajam dan strategis, serta menjadi fondasi penting dalam membentuk citra merek yang kuat dan konsisten.

b. *Targeting* (Penetapan Sasaran)

Target utama Darul Faqih adalah orang tua atau wali santri yang memiliki orientasi pendidikan jangka panjang berbasis nilai Islam. *Targeting* dilakukan melalui berbagai saluran, antara lain media sosial (Instagram, Facebook, Youtube), brosur cetak, open house, serta pendekatan personal melalui jejaring masyarakat sekitar. Strategi *targeting* ini terbukti efektif karena berhasil meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahun. Hal tersebut dijelaskan oleh ustadz Iftahul Khoirul Latif yaitu :

“Strategi promosi branding di luar menggunakan media sosial. Ada tim sendiri yang multimedia. Alhamdulillah setiap kegiatan apapun itu sering di-live YouTube. Terus juga ada video-video sinematik yang nanti di-upload di Instagram. Kemudian disebar di grup-grup

wali santri. Kadang kan juga dipakai Story Whatsapp, Instagram. Ya disitu, strateginya disitu”¹⁰¹.

Strategi Pondok Pesantren Darul Faqih menunjukkan pendekatan yang terarah, konsisten, dan efektif dalam menjangkau calon wali santri yang sesuai dengan visi dan nilai lembaga. Sasaran utama adalah orang tua atau wali santri yang memiliki orientasi pendidikan jangka panjang berdasarkan nilai-nilai Islam, khususnya mereka yang mendambakan lembaga pendidikan berbasis pesantren, namun dengan sistem pengelolaan yang modern dan profesional.

Target ini dijangkau melalui kombinasi antara saluran digital dan pendekatan sosial tradisional. Saluran media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook dimanfaatkan untuk membentuk brand awareness dan memperkuat citra pondok sebagai lembaga yang adaptif terhadap zaman. Pemanfaatan video sinematik, live streaming kegiatan santri, dan konten visual edukatif menjadi bagian dari strategi komunikasi yang menarik bagi generasi milenial dan wali santri modern. Strategi ini dilakukan secara sadar dan terstruktur melalui tim multimedia internal, yang memperkuat fungsi promosi dan citra lembaga. Keberhasilan strategi penargetan tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah pendaftaran setiap tahun, yang menunjukkan adanya kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan kebutuhan pasar yang ditarget.

c. *Positioning* (Penentuan Posisi)

Pondok Pesantren Darul Faqih menempatkan diri sebagai pesantren khalafi-modern yang menggabungkan kekuatan tradisi Islam dan adaptasi modernitas. Positioning ini tercermin dari kurikulumnya yang integratif, metode pembelajaran berbasis teknologi, dan penguatan *life skill* seperti public speaking, kepemimpinan, dan manajemen diri. Identitas pesantren dibangun tidak hanya sebagai tempat menimba ilmu agama, tetapi juga sebagai tempat mencetak pemimpin masa depan. Dengan positioning tersebut, Darul Faqih

¹⁰¹ Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madrasah Diniyah) pada tanggal 21 Maret 2025

menegaskan diferensiasi dari pesantren lain yang tidak ekstrem konservatif, namun juga tidak sekedar modern. Inilah yang menjadikan *brand*-nya menonjol di tengah persaingan lembaga pendidikan Islam di Malang dan sekitarnya.

“Mungkin ini yang beda ya dengan pondok yang lain. yang membedakan dengan yang lain itu metodenya saja. Pada intinya sama yang dipelajari cuma metodenya saja. Kayak di sini ngaji kitabnya itu pakai bahasa Indonesia. Tidak pakai makna Jawa. Pakai bahasa Indonesia. Dan juga mereka 6 tahun wajib hafalan minimal 10 juz. Sehingga ada programnya untuk bisa 10 juz namanya ODTL One Day Three Lines yaitu program Tahfid satu hari tiga baris.”¹⁰²

Pondok Pesantren Darul Faqih secara strategis memosisikan diri sebagai pesantren khalafi-modern, yaitu pesantren yang dicabut kuat pada tradisi keilmuan Islam namun secara sadar beradaptasi dengan tuntutan zaman modern. Positioning ini menjadi nilai pembeda yang kuat dibandingkan pesantren lain di wilayah Malang dan sekitarnya, baik yang terlalu konservatif maupun yang terlalu formalistik. Diferensiasi tersebut disampaikan melalui pendekatan kurikulum integratif antara madrasah diniyah dan pendidikan formal, penggunaan bahasa Indonesia dalam pengajaran kita(mengganti metode makna Jawa yang umum di pesantren tradisional), serta penguatan keterampilan hidup santri seperti *public speaking*, kepemimpinan, manajemen diri, dan program hafalan Al-Qur'an sistematis seperti ODTL (*One Day Three Lines*).

Positioning ini juga menciptakan persepsi yang kuat di benak masyarakat bahwa Pondok Pesantren Darul Faqih bukan sekedar tempat menimba ilmu agama, tetapi merupakan lembaga yang mencetak kader ulama dan pemimpin masa depan, sesuai dengan visi besarnya. Dalam perspektif teori citra merek, hal ini memperkuat asosiasi merek pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya bersifat religius, tetapi juga progresif, terukur, dan relevan dengan perkembangan pendidikan abad ke-21.

¹⁰² Wawancara dengan Ustadz Iftahul Khoirul Latif (Kepala Madrasah Diniyah) pada tanggal 21 Maret 2025

C. Temuan Penelitian

1. Analisis internal Pondok Pesantren Darul Faqih

Kekuatan (Strengths)

- a. Figur pengasuh yang akademis, memiliki kepemimpinan karismatik, dan memiliki jaringan luas
- b. SDM berkualitas, guru formal mayoritas berpendidikan S-2, guru Madin banyak alumni Timur Tengah, tinggal di kompleks pondok sehingga koordinasi cepat
- c. Kurikulum terpadu (formal + Madin semi-formal) disertai program unggulan ODTL (One Day Three Lines), Lata Skut (latihan bahasa Arab lisan) dan PSTT (Persiapan Studi Timur Tengah)
- d. Budaya disiplin & lingkungan religius

Kelemahan (Weaknesses)

- a. Figur pengasuh KH. Faris Khoirul Anam yang karismatik, akademis, dan memiliki jaringan luas.
- b. *Double job* pengajar merangkap pembina kamar & pengurus Terlalu banyak kitab dikaji sehingga tidak selalu khatam; fokus materi belum tajam.
- c. Fasilitas (asrama, kamar mandi, ruang belajar) belum sebanding dengan pertumbuhan Santri.
- d. Sistem evaluasi & pemetaan kelas belum seragam; kesulitan mengelompokkan santri sesuai kemampuan.

2. Analisis eksternal Pondok Pesantren Darul Faqih

Peluang (Opportunities)

- a. Dukungan kuat masyarakat desa Pandanlandung; terbentuk paguyuban wali Santri.
- b. Tingginya minat pada pendidikan Aswaja moderat; alumni berhasil studi di Yaman menjadi promosi efektif.
- c. Pemanfaatan media digital (Instagram, YouTube, TikTok); tim multimedia rutin live-stream & konten sinematik.
- d. Kerja sama dengan lembaga mitra (YPIQ, Assa'idiyah, Nurul Ulum) untuk kurikulum, SDM & pelatihan.

Ancaman (Threats)

- a. Tuntutan regulasi & akreditasi dinas dapat berbenturan dengan kekhasan pesantren
- b. Keluhan sebagian warga terkait kebisingan dan sampah memunculkan stigma negatif
- c. Pengawasan santri 24 jam dengan potensi pelanggaran tata tertib (HP, bolos kegiatan) .

BAB V PEMBAHASAN

A. Implementasi Analisis Kekuatan dan Kelemahan Internal Pondok Pesantren Darul Faqih

Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan strategis yang menggabungkan empat elemen utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), sebagaimana dikemukakan oleh Robinson dan Pearce.¹⁰³ Unsur kekuatan dan kelemahan merupakan bagian dari faktor internal yang berasal dari dalam organisasi dan sangat menentukan kemampuan lembaga dalam merespons tantangan eksternal. Tujuan analisis SWOT adalah menggabungkan empat elemen secara tepat yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan strategi untuk menghadapi berbagai ancaman. Maksud dan tujuan program tersebut akan lebih berhasil dicapai dengan hasil yang terbaik jika teknik ini diterapkan secara efektif dengan mengintegrasikan keempat komponen tersebut.¹⁰⁴ Dalam konteks ini, Pondok Pesantren Darul Faqih telah mengimplementasikan analisis kekuatan dan kelemahan secara nyata dalam berbagai aspek kelembagaan.

Kekuatan internal Pondok Pesantren Darul Faqih tercermin dari beberapa aspek penting. Pertama, kepemimpinan pengasuh yang karismatik, akademis, dan berjejaring luas memberikan daya tarik tersendiri bagi calon santri dan wali santri. Figur KH. Faris Khoirul Anam sebagai pengasuh pondok menjadi simbol kredibilitas dan inspirasi, serta memperkuat posisi pesantren di tengah masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan teori SWOT menurut Freddy Rangkuti yaitu kekuatan merupakan sumber daya strategis yang dapat menjadi modal utama dalam membangun *brand image* suatu lembaga.¹⁰⁵ Dalam konteks ini, pesantren memiliki

¹⁰³ Pearce & Robinson (2008), *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi 10 (terjemahan), Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

¹⁰⁴ Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.

¹⁰⁵ Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.

potensi untuk mengembangkan citra sebagai lembaga yang adaptif dan modern, tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisi Islam.

Dari sisi kepemimpinan, teori kepemimpinan karismatik sangat relevan dalam menjelaskan peran pengasuh Pondok Pesantren Darul Faqih, KH. Faris Khoirul Anam, sebagai tokoh sentral yang mampu menggerakkan perubahan dan membentuk citra lembaga. Kepemimpinan karismatik menurut Max Weber merujuk pada kemampuan seorang pemimpin untuk mempengaruhi dan menginspirasi pengikutnya melalui kharisma pribadi, kepercayaan yang tinggi, dan kemampuan komunikasi yang kuat.¹⁰⁶ Pemimpin karismatik biasanya memiliki daya tarik yang luar biasa sehingga para pengikut secara sukarela menunjukkan komitmen dan loyalitas terhadap visi yang dibawanya.

Dalam konteks Pondok Pesantren Darul Faqih, KH. Faris tidak hanya memberikan arahan dan kebijakan, tetapi juga menjadi teladan yang dikagumi, dihormati, dan diikuti oleh santri, guru, maupun masyarakat sekitar. Sosok beliau dikenal luas sebagai kiai yang memiliki dasar keilmuan yang kuat, komunikatif, dan terbuka terhadap perkembangan zaman. Gaya kepemimpinannya yang fleksibel namun tegas, serta kemampuannya menyatukan nilai-nilai pesantren tradisional dengan pendekatan modern, menjadikan beliau sebagai sosok yang disegani dan menjadi simbol kredibilitas pesantren. Hal ini sesuai dengan konsep “*attribution theory*” dalam kepemimpinan karismatik yang menjelaskan bahwa pengikut menilai pemimpin berdasarkan persepsi terhadap keberhasilan, keaslian visi, dan kepribadian pemimpin tersebut.¹⁰⁷

Kekuatan karismatik pengasuh tercermin dalam beberapa dimensi utama kepemimpinan karismatik, antara lain:¹⁰⁸

1. Visi yang Menginspirasi

Pemimpin karismatik biasanya membawa visi besar yang jelas dan meyakinkan. Dalam hal ini, KH. Faris memproyeksikan visi besar

¹⁰⁶ Weber, Max. (1947). *Teori Organisasi Sosial dan Ekonomi* .

¹⁰⁷ Kartono, Kartini. (2003). *Pemimpin dan Kepemimpinan* . Jakarta: RajaGrafindo Persada

¹⁰⁸ Conger, JA, & Kanungo, RN (1987). *Menuju Teori Perilaku Kepemimpinan Kharismatik dalam Pengaturan Organisasi*

Darul Faqih sebagai lembaga pencetak kader ulama dan pemimpin Qurani yang mampu menjawab tantangan zaman, baik secara spiritual maupun intelektual.

2. Kepercayaan Diri Tinggi dan Komitmen Moral

Kepercayaan masyarakat terhadap pengasuh tidak hanya didasarkan pada latar belakang pendidikan, tetapi juga pada konsistensi moral dan integritasnya dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Kepercayaan ini memperkuat *citra perusahaan* pesantren sebagai lembaga yang terpercaya dan unggul secara spiritual.

3. Kemampuan Komunikasi yang Mempengaruhi

Salah satu ciri khas pemimpin karismatik adalah kemampuan menyampaikan ide dan nilai secara kuat dan menyentuh. KH. Fariz aktif dalam ceramah, diskusi publik, dan dakwah digital yang menjangkau masyarakat lebih luas, menjadikannya sebagai tokoh sentral yang mampu membawa pesantren semakin dikenal dan dihargai.

4. Identitas dan Loyalitas Pengikut

Santri, guru, dan masyarakat tidak hanya mengikuti perintah, tetapi juga secara sukarela menunjukkan kesetiaan karena merasa terinspirasi dan terhubung secara emosional dengan pengasuh. Hubungan ini membentuk budaya organisasi yang kuat, penuh respek, dan berdaya transformasi tinggi.

Kepemimpinan karismatik KH. Faris Khoirul Anam tidak hanya menjadi kekuatan strategi internal Pondok Pesantren Darul Faqih, tetapi juga menjadi landasan utama dalam pembentukan dan penguatan *brand image* lembaga. Karisma, visi, serta kemampuan komunikasi beliau telah menempatkan pondok sebagai lembaga pendidikan Islam yang tidak hanya fokus pada aspek akademik dan spiritual, tetapi juga pada pengembangan karakter, kepemimpinan, dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan yang relevan dengan era modern.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Kartono, Kartini. (2003). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Kekuatan lainnya adalah kualitas sumber daya manusia. Mayoritas pengajar formal berlatar belakang pendidikan S2, sedangkan tenaga pengajar nonformal berasal dari pesantren ternama dan bahkan ada yang alumni Timur Tengah. Kompetensi ini mendukung proses pembelajaran dengan pendekatan yang integratif, akademis, dan bercorak Aswaja progresif. Kurikulum terpadu yang memadukan pendidikan formal dan nonformal serta sistem semi-formal menjadikan Pondok Pesantren Darul Faqih memiliki karakteristik unik yang menjadi pembeda dari lembaga lain.

Dalam perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia, kualitas SDM yang unggul menjadi elemen kunci dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut teori Human Capital oleh Gary Becker, SDM yang berpendidikan tinggi merupakan bentuk investasi institusi dalam menciptakan nilai tambah melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas individu.¹¹⁰ Sementara itu, menurut Ulrich, pengembangan SDM tidak hanya sebatas peningkatan kompetensi, tetapi juga mencakup pembentukan peran strategis dalam membangun budaya organisasi, mengelola perubahan, dan mendorong keunggulan kinerja.¹¹¹ Pendapat ini diperkuat oleh Sedarmayanti, yang menyatakan bahwa pengelolaan SDM harus diarahkan pada pemberdayaan individu melalui peningkatan kapasitas personal, profesional, dan sosial agar dapat memberikan kontribusi optimal terhadap kinerja organisasi.¹¹² Selain itu, Hasibuan menekankan bahwa kualitas SDM ditentukan oleh pendidikan, pengalaman, pelatihan, dan motivasi kerja.¹¹³ Dengan demikian, keberadaan pengajar yang tidak hanya berpengalaman dan berpendidikan tinggi, tetapi juga memiliki pemahaman keislaman yang mendalam dan komitmen terhadap nilai-nilai pondok, menjadikan SDM Pondok

¹¹⁰ Becker, G.S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: The University of Chicago Press.

¹¹¹ Ulrich, D. (1997). *Human Resource Champions*. Boston: Harvard Business School Press.

¹¹² Sedarmayanti. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.

¹¹³ Hasibuan, Malayu S.P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Pesantren Darul Faqih sebagai kekuatan fundamental dalam mewujudkan visi dan misi pendidikan berkarakter dan berdaya saing.

Selain itu, program-program unggulan seperti *One Day Three Lines* (ODTL) dan *Lata Skut* merupakan bentuk inovasi kurikulum yang menegaskan karakter khas Pondok Pesantren Darul Faqih sebagai lembaga pendidikan Islam yang responsif terhadap tantangan zaman. ODTL adalah program pembelajaran tahfidz harian yang menargetkan hafalan minimal tiga baris Al-Qur'an per hari, yang jika diikuti secara konsisten selama enam tahun akan menghasilkan hafalan minimal 10 juz. Sementara itu, *Lata Skut* merupakan akronim dari *Latihan Intensif Bahasa Arab Lisan* yang dirancang untuk membentuk kemampuan komunikasi aktif dalam bahasa Arab secara retorik dan aplikatif. Kedua program ini tidak hanya memberikan nilai tambah secara akademik dan religius, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas lulusan pondok.

Implementasi program ini menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Darul Faqih tidak sekadar menjadi institusi konservatif yang fokus pada pendidikan tradisional, tetapi juga telah bertransformasi menjadi lembaga yang mampu mencetak kader ulama yang kompeten di tingkat nasional dan bahkan internasional. Hal ini sangat penting dalam konteks dunia pendidikan yang semakin kompetitif, di mana keunggulan program menjadi salah satu indikator utama dalam menarik minat masyarakat.

Dalam perspektif teori *Brand Image*, keunikan program seperti ODTL dan *Lata Skut* berperan penting dalam membentuk identitas merek (*brand identity*) dan asosiasi merek (*brand association*). Kotler dan Keller menyebut bahwa *brand identity* mencerminkan ciri khas suatu lembaga yang melekat dalam benak konsumen, seperti nama program, kualitas pengajar, serta diferensiasi sistem pembelajaran yang ditawarkan. Sementara itu, *brand association* merupakan persepsi atau gambaran yang muncul dalam pikiran masyarakat ketika mendengar nama suatu lembaga dalam hal ini, masyarakat akan mengasosiasikan Darul Faqih dengan

pesantren yang unggul dalam tahfidz dan bahasa Arab, serta berorientasi pada pengembangan global.¹¹⁴

Lebih lanjut, Tjiptono menjelaskan bahwa brand image yang kuat terbentuk melalui penciptaan keunggulan kompetitif yang konsisten dan berkelanjutan.¹¹⁵ Dalam konteks ini, ODTL dan Lata Skut menjadi strategi pembeda yang menguatkan citra Darul Faqih di antara banyak pesantren lain. Keberadaan program-program ini mempertegas positioning lembaga sebagai pesantren dengan misi mencetak ulama muda yang tidak hanya menguasai ilmu-ilmu keislaman, tetapi juga mampu bersaing secara global melalui penguasaan bahasa internasional dan pemahaman kitab kuning secara mendalam.

Tidak kalah penting, inovasi ini juga berkaitan dengan elemen *product image* dalam teori *brand image*. Menurut Shimp, *product image* mencakup persepsi terhadap kualitas, manfaat, dan keistimewaan suatu produk atau layanan.¹¹⁶ Dalam hal ini, program unggulan pondok menjadi “produk unggulan” yang memberikan manfaat konkret berupa peningkatan kompetensi santri dalam bidang hafalan Al-Qur’an dan bahasa Arab, sekaligus memperluas peluang mereka untuk melanjutkan studi ke luar negeri. Dengan demikian, keberadaan ODTL dan Lata Skut tidak hanya menambah nilai edukatif, tetapi juga memperkuat posisi strategis pondok di tengah kompetisi antar-lembaga pendidikan Islam modern.

Beberapa kelemahan internal juga ditemukan dalam penelitian ini. Salah satu yang paling menonjol adalah beban kerja ganda yang dialami oleh tenaga pendidik. Banyak guru di Pondok Pesantren Darul Faqih harus merangkap sebagai pengajar formal, pengajar nonformal (madin), sekaligus pembina kamar dan pengurus harian pondok. Kondisi ini menyebabkan ketidakseimbangan antara fungsi edukatif dan fungsi pengasuhan, yang pada akhirnya berdampak pada efektivitas pelaksanaan tugas masing-masing peran. Ketika satu individu harus menjalankan

¹¹⁴ Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

¹¹⁵ Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

¹¹⁶ Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

berbagai peran secara bersamaan tanpa dukungan struktur organisasi yang memadai, maka risiko *burnout*, stres kerja, dan penurunan performa menjadi sangat mungkin terjadi.¹¹⁷

Menurut Mangkunegara, beban kerja yang tidak seimbang merupakan salah satu penyebab utama turunnya produktivitas kerja pegawai. Dalam konteks lembaga pendidikan, hal ini tidak hanya berdampak pada kinerja individu, tetapi juga pada kualitas pembinaan dan pengajaran secara keseluruhan.¹¹⁸ Selain itu, ketidakseimbangan fungsi antara pengajar dan pembina dapat menimbulkan konflik peran (*role conflict*), yaitu kondisi ketika seseorang dihadapkan pada tuntutan peran yang berbeda dan saling bertentangan, yang pada akhirnya mempengaruhi stabilitas emosional dan kualitas interaksi dengan santri.

Selain permasalahan struktural SDM, kelemahan lain yang cukup signifikan adalah kurikulum yang terlalu padat, khususnya dalam hal pengkajian kitab kuning. Terlalu banyaknya kitab yang harus dikaji dalam waktu yang terbatas menyebabkan tidak semua materi terselesaikan atau dipahami secara mendalam oleh para santri. Hal ini tentu berdampak pada rendahnya penguasaan substansi materi dan lemahnya evaluasi terhadap capaian pembelajaran. Kurikulum yang kurang terstruktur dan belum dipetakan secara sistematis juga menyulitkan pengajar dalam menetapkan prioritas materi dan target pembelajaran.

Dalam perspektif manajemen kurikulum, kurikulum yang baik seharusnya mampu disusun secara realistis dan kontekstual, disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta didik serta sumber daya yang tersedia. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penyusunan kurikulum harus mempertimbangkan aspek relevansi, keterpaduan, dan keterjangkauan. Kurikulum yang terlalu ambisius namun tidak realistis justru akan menciptakan kesenjangan antara perencanaan dan pelaksanaan di lapangan.¹¹⁹ Oleh karena itu, diperlukan pemetaan ulang terhadap struktur

¹¹⁷ Hasibuan, Malayu S.P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

¹¹⁸ Mangkunegara, A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

¹¹⁹ Sukmadinata, Nana Syaodih. (2012). *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

kurikulum, seleksi terhadap kitab-kitab yang diprioritaskan, serta penyesuaian waktu pembelajaran agar santri dapat memahami materi secara utuh dan mendalam.

Kondisi ini juga menunjukkan pentingnya *curriculum management* sebagai bagian dari manajemen pendidikan pondok. Kurikulum bukan hanya sekadar daftar materi, tetapi juga mencerminkan arah, metode, dan filosofi pendidikan pesantren. Maka dari itu, revisi kurikulum yang bersifat selektif dan adaptif menjadi suatu keharusan untuk menjaga kualitas pendidikan dan memperkuat *brand image* pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya banyak dalam isi, tetapi juga matang dalam metode.

Fasilitas fisik yang belum memadai juga menjadi persoalan tersendiri, khususnya seiring dengan meningkatnya jumlah santri. Kamar, kamar mandi, dan ruang belajar yang terbatas berdampak pada kenyamanan dan produktivitas santri. Menurut Sondang P. Siagian, lingkungan fisik kerja yang tidak mendukung dapat menurunkan semangat, kenyamanan, dan efektivitas kerja seseorang.¹²⁰ Dalam konteks pesantren, kondisi ini tidak hanya memengaruhi staf pengajar, tetapi juga berdampak langsung terhadap semangat belajar para santri. Lingkungan belajar yang kondusif merupakan prasyarat utama dalam menunjang proses internalisasi ilmu, apalagi dalam sistem pendidikan pesantren yang mengharuskan santri untuk bermukim dan menjalani rutinitas padat selama 24 jam.

Selain persoalan infrastruktur, kelemahan lainnya adalah pada aspek evaluasi pembelajaran. Meskipun kurikulum Madin telah disusun secara semi-formal dan terstruktur, sistem evaluasi yang digunakan belum sepenuhnya terukur secara akademik dan objektif. Penilaian yang lebih banyak bersifat kualitatif dan berbasis pengamatan membuat pencapaian belajar sulit untuk diukur secara kuantitatif. Akibatnya, pengajar dan manajemen pondok kesulitan dalam melakukan pemetaan kemampuan santri secara tepat, serta dalam memberikan intervensi pendidikan yang sesuai kebutuhan individual santri.

¹²⁰ Siagian, Sondang P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Dalam teori manajemen pendidikan, evaluasi pembelajaran memegang peran penting sebagai alat kontrol terhadap efektivitas kurikulum dan proses pembelajaran. Menurut Zainal Arifin, evaluasi yang baik harus memiliki karakteristik valid, reliabel, dan objektif. Evaluasi juga harus mencakup aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik secara menyeluruh, agar hasilnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam perbaikan strategi pembelajaran.¹²¹ Tanpa sistem evaluasi yang terukur dan sistematis, institusi pendidikan akan kesulitan dalam mencapai tujuan pembelajaran secara optimal.

Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem penunjang proses pendidikan, baik dalam aspek fisik maupun akademik, harus menjadi perhatian prioritas dalam pengembangan pesantren. Fasilitas yang memadai dan sistem evaluasi yang objektif akan memberikan efek berantai terhadap peningkatan kualitas pembelajaran, kenyamanan tinggal, dan pada akhirnya memperkuat *brand image* pondok sebagai lembaga yang tidak hanya unggul dalam nilai, tetapi juga dalam tata kelola dan pelayanan pendidikan.

B. Implementasi Analisis Peluang dan Ancaman Eksternal Pondok Pesantren Darul Faqih

Faktor eksternal dalam analisis SWOT mencakup dua elemen utama, yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Peluang diartikan sebagai kondisi atau situasi positif dari luar organisasi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan lembaga secara optimal. Sebaliknya, ancaman adalah kondisi negatif dari lingkungan eksternal yang dapat menghambat atau bahkan merusak keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi apabila tidak dikelola dengan baik. Dalam konteks lembaga pendidikan seperti pesantren, pemahaman terhadap dinamika eksternal menjadi kunci penting untuk menyusun strategi adaptif dan progresif.

¹²¹ Arifin, Zainal. (2009). *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Peluang eksternal yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Darul Faqih sangat besar dan potensial untuk menunjang proses pengembangan lembaga. Salah satu peluang utama adalah kuatnya dukungan dari masyarakat sekitar, khususnya warga Desa Pandanlandung, yang telah menunjukkan penerimaan positif terhadap keberadaan pondok. Kedekatan personal antara pengasuh pondok, KH. Faris Khoirul Anam, dengan warga menciptakan hubungan sosial yang harmonis dan kultural yang mendalam. Hubungan ini tidak hanya menciptakan suasana yang kondusif bagi aktivitas pendidikan dan dakwah, tetapi juga menjadi fondasi kepercayaan publik yang kuat. Dukungan ini merupakan bentuk nyata dari modal sosial (*social capital*), yaitu jaringan relasi dan kepercayaan timbal balik antara lembaga dengan komunitas yang mengitarinya.

Menurut Coleman, modal sosial adalah aset penting yang dimiliki organisasi dalam membangun kepercayaan, kerja sama, dan solidaritas sosial yang dapat dimobilisasi untuk mencapai tujuan bersama.¹²² Dukungan warga yang secara kultural religius dan cenderung berpaham Ahlussunnah wal Jama'ah (Aswaja) memberikan legitimasi yang kuat terhadap eksistensi pondok sebagai lembaga Islam moderat. Hal ini menjadi nilai tambah strategis, mengingat di era kontemporer masyarakat semakin selektif dalam memilih lembaga pendidikan agama yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki orientasi keislaman yang toleran dan inklusif.

Dalam perspektif manajemen strategik pendidikan, dukungan masyarakat merupakan bagian dari lingkungan makro (makro environment) yang dapat menjadi faktor penguat atau penentu keberhasilan lembaga. Menurut Mulyasa, partisipasi masyarakat dalam pendidikan merupakan wujud dari *community-based education*, yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam pengelolaan lembaga pendidikan.¹²³ Bentuk dukungan tersebut bisa berupa

¹²² Coleman, James S. (1994). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

¹²³ Mulyasa, E. (2007). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

keterlibatan dalam pembangunan fisik, penyediaan sumber daya, ataupun partisipasi dalam kegiatan sosial dan keagamaan pondok.

Lebih lanjut, keberadaan masyarakat yang religius membuka peluang besar bagi pondok untuk mengembangkan program-program berbasis komunitas seperti pengajian umum, pelatihan dakwah, bakti sosial, dan kegiatan keislaman lainnya yang bersifat integratif antara pesantren dan masyarakat. Interaksi ini memperkuat citra positif pondok sebagai lembaga yang terbuka, ramah, dan relevan dengan kebutuhan sosial keagamaan masyarakat sekitar. Hal ini tentu berkontribusi pada penguatan *brand image* pesantren di mata publik, sebagaimana disebutkan oleh Kotler bahwa persepsi positif masyarakat terhadap sebuah lembaga sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung yang intens dan berkualitas antara lembaga tersebut dengan komunitasnya.¹²⁴

Selain itu, tingginya minat wali santri terhadap pendidikan berbasis Ahlussunnah wal Jama'ah (Aswaja) menunjukkan adanya keselarasan nilai, kepercayaan, dan penerimaan masyarakat terhadap visi dan sistem pendidikan yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Darul Faqih. Kecocokan nilai ini menjadi modal simbolik yang sangat berharga, terutama dalam membangun loyalitas publik terhadap pondok. Wali santri tidak hanya tertarik pada kualitas akademik, tetapi juga pada jaminan bahwa pendidikan anak-anak mereka akan berlandaskan pada pemahaman keislaman yang moderat, toleran, dan sejalan dengan tradisi ulama salaf. Hal ini memperkuat positioning pondok sebagai lembaga Islam yang kredibel dan relevan dengan tantangan zaman, sekaligus responsif terhadap kebutuhan spiritual masyarakat modern.

Menurut Tilaar, pendidikan yang sesuai dengan karakter budaya dan nilai lokal masyarakat akan memiliki daya terima dan efektivitas yang tinggi karena mampu menjawab kebutuhan kontekstual peserta didik dan orang tua mereka.¹²⁵ Pondok yang mampu menyesuaikan pendekatan pendidikannya dengan kerangka nilai yang dianut masyarakat akan lebih

¹²⁴ Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

¹²⁵ Tilaar, H.A.R. (2002). *Pendidikan, Kebudayaan dan Masyarakat Madani Indonesia*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

mudah membangun kepercayaan (*trust building*), yang pada akhirnya meningkatkan legitimasi sosial dan memperluas jangkauan pengaruhnya di tengah komunitas.

Di sisi lain, peluang eksternal yang tidak kalah penting adalah hadirnya teknologi digital, khususnya media sosial, yang telah dimanfaatkan secara strategis oleh Pondok Pesantren Darul Faqih untuk berbagai kepentingan, mulai dari promosi lembaga, publikasi kegiatan, hingga dakwah digital. Penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp membuka ruang komunikasi dua arah antara pondok dengan publik yang lebih luas. Melalui konten-konten edukatif dan inspiratif, pesantren tidak hanya memperkenalkan program-program unggulannya, tetapi juga membangun citra sebagai lembaga Islam yang modern, dinamis, dan adaptif terhadap kemajuan teknologi informasi.

Menurut teori pemasaran digital yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, media sosial merupakan bagian dari *integrated marketing communication*, yaitu strategi komunikasi yang menyatukan berbagai saluran untuk menyampaikan pesan yang konsisten kepada publik.¹²⁶ Keunggulan media sosial terletak pada kecepatannya dalam menyebarkan informasi, kemampuannya menjangkau audiens yang luas, serta interaktivitasnya yang memungkinkan pondok menjalin hubungan lebih dekat dan personal dengan calon santri, wali santri, dan masyarakat umum. Dengan strategi konten yang baik, media sosial dapat membentuk asosiasi merek yang kuat di benak masyarakat, yang selanjutnya membentuk citra lembaga (*brand image*) yang positif.

Pemanfaatan media digital ini juga memperkuat aspek *brand identity* dan *brand association* sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller. Citra pondok yang ditampilkan melalui media sosial tidak hanya berupa informasi formal, tetapi juga menonjolkan suasana pembelajaran, kehidupan santri, serta nilai-nilai keislaman yang menjadi ruh utama pesantren. Konten-konten seperti ceramah pengasuh, testimoni alumni, liputan kegiatan harian, hingga dokumentasi prestasi santri menjadi

¹²⁶ Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

representasi visual yang membentuk persepsi positif masyarakat secara berkelanjutan.

Lebih dari sekadar alat promosi, media sosial juga menjadi wahana dakwah kultural yang efektif di era digital. Ini memperluas makna keberadaan pesantren dari sekadar lembaga pendidikan konvensional menjadi pusat transformasi sosial-religius yang menjangkau masyarakat luas tanpa batas ruang dan waktu. Dengan demikian, sinergi antara kepercayaan publik terhadap nilai Aswaja dan penggunaan media sosial secara aktif menjadi peluang besar dalam memperkuat *brand image* Darul Faqih sebagai pesantren masa kini yang tetap berakar namun mampu beradaptasi.

Di samping peluang yang besar, Pondok Pesantren Darul Faqih juga menghadapi sejumlah ancaman eksternal yang jika tidak diantisipasi secara tepat dapat menghambat laju perkembangan lembaga. Salah satu ancaman utama yang muncul adalah berkaitan dengan regulasi pemerintah, khususnya dalam bidang pendidikan. Sistem pendidikan pesantren yang bercorak khas dan fleksibel sering kali tidak selaras dengan aturan formal yang ditetapkan oleh Dinas Pendidikan. Ketidaksinkronan ini terutama terlihat dalam aspek administratif dan birokratis, seperti pengakuan kurikulum, prosedur akreditasi, tata kelola kelembagaan, dan standar sarana prasarana yang ditetapkan secara seragam untuk semua lembaga pendidikan, tanpa mempertimbangkan kekhasan pesantren.

Ketidaksesuaian ini dapat memicu konflik administratif dan struktural, terutama ketika pondok juga mengelola lembaga formal seperti SMP atau MA yang berada dalam satu atap. Sering kali, posisi otoritas pengelolaan tidak berjalan harmonis, di mana pesantren sebagai lembaga induk merasa kehilangan kontrol terhadap unit formal akibat tekanan dari regulasi dinas. Situasi ini menjadi tantangan serius yang tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga dapat memengaruhi kredibilitas pesantren di mata wali santri maupun masyarakat umum, terutama jika tidak dikelola dengan diplomasi kelembagaan yang baik.

Menurut Mulyasa, perbedaan orientasi dan pendekatan antara lembaga pendidikan berbasis masyarakat (seperti pesantren) dengan sistem pendidikan nasional memang kerap memunculkan ketegangan.¹²⁷ Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan manajerial yang inklusif dan negosiatif agar kedua sistem dapat berjalan secara harmonis. Salah satu bentuk solusi yang mulai diterapkan oleh Pondok Pesantren Darul Faqih adalah membentuk peran khusus *liaison officer*, yakni individu atau tim penghubung yang bertugas menjembatani komunikasi antara pesantren dengan pihak Dinas Pendidikan. Peran ini sangat strategis karena mampu menyampaikan kepentingan pesantren secara representatif sekaligus memahami tuntutan dari pihak eksternal, sehingga tercipta titik temu yang menguntungkan kedua belah pihak.

Ancaman lainnya yang dihadapi oleh Pondok Pesantren Darul Faqih berasal dari isu-isu sosial yang berkembang di lingkungan sekitar pesantren. Meskipun secara umum masyarakat Desa Pandanlandung mendukung keberadaan pondok, sebagian kecil warga mengungkapkan keluhan terkait kebisingan, ketertiban lingkungan, dan perilaku sebagian santri. Keluhan ini biasanya muncul akibat aktivitas pondok yang berlangsung intensif hampir sepanjang hari, terutama saat malam hari atau dalam kegiatan masal seperti acara peringatan hari besar Islam (PHBI), kegiatan tahfidz intensif, dan kegiatan kebersamaan santri di lingkungan luar pondok. Suara keras, lalu lalang santri, serta padatnya interaksi sosial di lingkungan pemukiman kerap memicu gangguan bagi warga, khususnya yang tidak memiliki latar belakang atau hubungan langsung dengan pesantren.

Isu sosial tersebut harus segera ditangani agar tidak berkembang menjadi persepsi negatif dan bahkan stigma terhadap pondok, yang pada akhirnya akan merusak brand image lembaga di mata publik. Menurut Suyanto dan Asep Jihad, interaksi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat sekitar harus dibangun atas dasar komunikasi partisipatif dan

¹²⁷ Mulyasa, E. (2007). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Profesional*. Jakarta: Bumi Aksara.

transparansi sosial.¹²⁸ Artinya, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai pusat pendidikan internal, tetapi juga sebagai bagian dari sistem sosial masyarakat yang saling berinteraksi dan berdampak timbal balik.

Di samping itu, ancaman lain yang tak kalah penting adalah keterbatasan pengawasan internal, terutama karena jumlah santri yang terus meningkat tidak sebanding dengan jumlah pembina atau pengasuh kamar yang tersedia. Kondisi ini menimbulkan potensi pelanggaran tata tertib seperti penggunaan gadget secara sembunyi-sembunyi, bolos kegiatan, hingga tindakan indisipliner lainnya yang dapat mengganggu kultur pendidikan pesantren. Menurut Sondang P. Siagian, lemahnya pengawasan organisasi sering kali menyebabkan turunnya disiplin individu dan melemahnya sistem kontrol internal yang efektif.¹²⁹

Sebagai bentuk antisipasi, Pondok Pesantren Darul Faqih telah mengambil langkah-langkah solutif melalui penguatan sistem keamanan dan pembinaan, seperti membentuk unit khusus Mahkamah Tata Tertib (MATA) yang berfungsi sebagai lembaga internal untuk menegakkan aturan secara edukatif. MATA tidak hanya bersifat menghukum, tetapi juga mendidik santri agar memahami konsekuensi dari pelanggaran yang mereka lakukan.

Langkah tersebut sejalan dengan prinsip manajemen pesantren berbasis nilai, yang tidak hanya mengedepankan ketertiban secara struktural, tetapi juga berorientasi pada pembentukan karakter dan tanggung jawab moral. Seperti yang dikemukakan oleh Zamroni, pendidikan karakter dalam lingkungan pesantren harus dibangun melalui pendekatan pembiasaan, keteladanan, dan kontrol sosial berbasis nilai keislaman, bukan sekadar pendekatan represif.¹³⁰ Maka dari itu, penataan ulang struktur pengawasan, penambahan SDM pembina, dan edukasi tata tertib secara berkala menjadi keharusan dalam menjaga marwah lembaga dan menciptakan citra positif di tengah masyarakat.

¹²⁸ Suyanto & Asep Jihad. (2013). *Menata Ulang Pendidikan Nasional: Mewujudkan Pendidikan Berkualitas dan Berkeadilan*. Jakarta: Kencana.

¹²⁹ Siagian, Sondang P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

¹³⁰ Zamroni. (2002). *Pendidikan Demokrasi pada Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.

C. Strategi dari Implementasi Analisis Internal dan Eksternal dalam Membangun Brand Image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) merupakan metode strategis yang digunakan untuk merumuskan arah pengembangan lembaga secara komprehensif. Pondok Pesantren Darul Faqih telah menunjukkan implementasi nyata dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman). Berdasarkan hal tersebut, strategi pembangunan brand image pondok dapat disusun dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT IFAS dan EFAS yakni sebagai berikut:

1. IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Untuk menjelaskan komponen dan perhitungan dari IFAS dan EFAS, rincian tabel sebagai berikut:

Tabel 1.5 Komponen IFAS dan EFAS

Komponen	Penjelasan
Faktor Strategis	Daftar kekuatan/kelemahan (IFAS) atau peluang/ancaman (EFAS)
Bobot	Nilai pentingnya faktor tersebut bagi organisasi (jumlah total = 1,00)
Rating	Tingkat respons organisasi terhadap faktor tersebut (skala 1–4)
Skor Tertimbang	Hasil perkalian antara bobot dan rating (Bobot × Rating)
Skala Penilaian Rating untuk IFAS	4 (sangat baik dalam memanfaatkan kekuatan / sangat buruk dalam mengatasi kelemahan) 3 (baik / cukup buruk) 2 (cukup baik / kurang buruk) 1 (tidak mampu memanfaatkan kekuatan / tidak mampu mengatasi kelemahan)
Skala Penilaian Rating untuk EFAS	4 (sangat responsif terhadap peluang / sangat mampu mengatasi ancaman) 3 (cukup responsif / mampu) 2 (kurang responsif/kurang mampu) 1 (tidak responsif / tidak mampu)
Rumus Perhitungan Skor Tertimbang	Nilai Bobot x Nilai Rating
Rumus Jumlah Skor IFAS/EFAS	Jumlah keseluruhan dari skor tertimbang

Tabel perhitungan dari hasil analisis IFAS sebagai berikut:

Tabel 1.6 IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Indikator	Rating	Indikator	Skor Tertimbang
1.	Kepemimpinan pengasuh karismatik & berjejaring luas	0,15	Pengaruh langsung pada citra masyarakat	4	Sangat baik, berdampak signifikan	0,60
2.	Kualitas SDM pengajar tinggi (lulusan S2, Timur Tengah)	0,15	Kompetensi inti dalam pembelajaran	4	Sangat baik, mendukung kualitas pendidikan	0,60
3.	Program unggulan ODTL, PSTT, Lata Skut	0,10	Program diferensiasi & daya tarik	3	Cukup baik, membentuk ciri pondok	0,30
4.	Kurikulum terpadu semi-formal (madin + formal)	0,10	Integrasi ilmu agama dan ilmu umum	3	Cukup baik, memperkuat positioning	0,30
5.	Disiplin santri yang tinggi dan terstruktur	0,05	Pembentukan karakter santri	3	Cukup baik, mendukung kepribadian merek	0,15
6.	Beban kerja ganda tenaga pengajar	0,15	Efektivitas manajemen SDM	2	Kurang baik, mengurangi konsentrasi kerja	0,30
7.	Terlalu banyak kitab dalam kurikulum	0,10	Kesesuaian materi dengan waktu belajar	2	Kurang baik, pembelajaran kurang fokus	0,20
8.	Keterbatasan fasilitas fisik	0,10	Kenyamanan dan daya tampung santri	2	Kurang baik, potensi ketidaknyamanan belajar	0,20
9.	Evaluasi akademik belum optimal	0,10	Ukuran efektivitas pembelajaran	2	Kurang baik, penilaian belum terstandar	0,20
Total Bobot:		1,00				
Total Skor IFAS						2,85

2. EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Tabel perhitungan dari hasil analisis IFAS berdasarkan penelitian di lapangan sebagai berikut:

Tabel 1.7 EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Indikator	Rating	Indikator	Skor Tertimbang
1.	Dukungan masyarakat sekitar (komunitas Aswaja)	0,20	Legitimasi & partisipasi masyarakat	4	Sangat responsif, dukungan langsung	0,80
2.	Minat tinggi pendidikan berbasis Aswaja	0,15	Potensi pasar dan kepercayaan masyarakat	4	Sangat responsif, calon Santri bertambah	0,60
3.	Perkembangan teknologi digital (media sosial)	0,15	Saluran promosi dan komunikasi	3	Cukup responsif, sosmed & web	0,45
4.	Potensi alumni studi ke Timur Tengah	0,10	Bukti kualitas & daya tarik lembaga	3	Cukup responsive, sebagai kekuatan branding	0,30
5.	Regulasi pemerintah yang ketat terhadap sekolah formal	0,20	Potensi konflik	2	Kurang responsif, kendala administrasi dan sarpras	0,40
6.	Stigma negatif sebagian kecil masyarakat	0,10	Potensi hambatan citra masyarakat	2	Kurang responsif, perlu pendekatan sosial	0,20
7.	Keterbatasan pengawasan santri	0,10	Risiko pelanggaran kedisiplinan	2	Kurang responsif, sistem keamanan belum maksimal	0,20
Total Bobot:		1,00				
Total Skor EFAS						2,95

3. Analisis Kuadran SWOT

Analisis Kuadran SWOT adalah teknik pemetaan strategi yang digunakan untuk menentukan posisi strategis suatu organisasi berdasarkan dua faktor utama. Faktor Internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dinilai melalui IFAS. Sedangkan Faktor Eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) dinilai melalui EFAS. Dari kombinasi kedua faktor tersebut, akan diperoleh empat posisi kuadran strategi, yang menggambarkan kondisi organisasi dan arah strategi yang sebaiknya diambil.¹³¹ Tabel penjelasan kuadran SWOT sesuai dengan Skor IFAS dan EFAS sebagai berikut:

Tabel 1. 8 Kuadran SWOT

Kuadran	Skor IFAS	Skor EFAS	Posisi Strategis	Strategi yang Disarankan
I	$\geq 2,5$	$\geq 2,5$	Kuat & Peluang	Agresif (Growth Strategy)
II	$\geq 2,5$	$< 2,5$	Kuat & Ancaman	Diversifikasi / Stabilitas
III	$< 2,5$	$\geq 2,5$	Lemah & Peluang	Turnaround (Perbaikan Internal)
IV	$< 2,5$	$< 2,5$	Lemah & Ancaman	Defensif (Survival Strategy)

Dari hasil perhitungan IFAS dan EFAS yang disesuaikan dengan Kuadran SWOT diperoleh nilai **Skor IFAS = 2,85 (Posisi internal kekuatan)** dan **Skor EFAS = 2,95 (Posisi eksternal peluang)**. Maka, Pondok Pesantren Darul Faqih berada pada Kuadran I (Strategi SO), yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mengejar peluang. Selanjutnya dijelaskan menggunakan Matriks SWOT sebagai berikut:

¹³¹ Freddy Rangkuti, (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta

Tabel 1.9 Matriks SWOT

	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Strategi SO: Branding figur pengasuh dan alumni sukses, promosi program unggulan, optimalisasi media sosial <i>digital content</i> , dan kemitraan strategis eksternal	Strategi ST: Menonjolkan ciri khas kurikulum Aswaja progresif, pendekatan sosial ke warga untuk netralisir stigma.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Strategi WO: Meningkatkan rekrutmen alumni untuk SDM, program wakaf fasilitas, optimalisasi pembelajaran daring.	Strategi WT: Perbaiki sistem pengawasan santri, pembangunan fasilitas prioritas, pelatihan pembina secara profesional.

beberapa penjelasan dari kombinasi strategi tersebut sebagai berikut:

- a. Strategi SO (*Strength–Opportunity*): Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (Kekuatan seperti SDM berkualitas, program unggulan, kurikulum terpadu, tingginya minat masyarakat, dukungan wali santri dan potensi alumni ke Timur Tengah). Strategi seperti memperkuat branding sebagai Pesantren Aswaja Progresif melalui narasi alumni yang sukses studi ke luar negeri dan karya santri. Menjadikan program seperti PSTT, ODTL, dan Lata Skut sebagai ikon unggulan untuk menarik minat calon santri. Meningkatkan keaktifan media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) sebagai sarana edukasi dan promosi berbasis prestasi santri.
- b. Strategi WO (*Weakness–Opportunity*): Meminimalkan Kelemahan dengan Memanfaatkan Peluang (Kelemahan SDM dan fasilitas, peluang dukungan masyarakat dan teknologi digital). Strategi seperti melibatkan alumni dan wali santri dalam penguatan SDM dan pembangunan fasilitas melalui program wakaf dan pengabdian.

Memanfaatkan media digital untuk pelatihan daring bagi guru dan promosi mandiri tanpa biaya tinggi. Menyusun program pembangunan sarana bertahap berbasis prioritas dan transparansi publik untuk menumbuhkan kepercayaan.

- c. Strategi ST (*Strength–Threat*): Menggunakan Kekuatan untuk Menghadapi Ancaman (Kurikulum khas dan kepemimpinan visioner, ancaman regulasi, stigma warga, dan persaingan pondok lain) Strategi seperti Menjadikan keunggulan kurikulum terpadu sebagai pembeda dari lembaga lain. Aktif melakukan pendekatan warga sekitar melalui kegiatan sosial, kolaboratif, dan partisipatif. Membuat konten narasi inspiratif tentang kehidupan pondok yang disiplin dan berkualitas sebagai penangkal stigma negatif.
- d. Strategi WT (*Weakness–Threat*): Mengurangi Kelemahan dan Menghindari Ancaman (Kelemahan dalam evaluasi dan fasilitas, potensi pelanggaran santri dan pengawasan terbatas). Strategi seperti Menyusun struktur pengawasan kamar yang melibatkan santri senior dan pembina kamar secara lebih profesional. Meningkatkan efektivitas Mahkamah Tata Tertib (MATA) sebagai sistem kontrol perilaku dengan pendekatan edukatif. Memprioritaskan fasilitas dasar (kamar, air bersih, sanitasi) dalam pembangunan agar santri merasa nyaman dan terjaga.

Secara keseluruhan, strategi-strategi tersebut menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Darul Faqih tidak hanya mampu mengenali kekuatan dan kelemahannya, tetapi juga mampu mengelola peluang dan ancaman secara sinergis untuk membangun *brand image* yang kuat dan positif.

Brand image menurut Kotler dan Keller, merupakan persepsi dan asosiasi yang dimiliki masyarakat terhadap suatu merek yang dibentuk melalui pengalaman, komunikasi, serta interaksi langsung maupun tidak

langsung.¹³² Dalam konteks lembaga pendidikan seperti Pondok Pesantren Darul Faqih, *brand image* mencerminkan persepsi masyarakat terhadap mutu pendidikan, nilai keislaman, kredibilitas pengelolaan, hingga kualitas lulusannya.

Pondok pesantren sebagai lembaga *tafaqquh fiddin* juga memiliki karakteristik khusus dalam membentuk citra institusional. Pesantren memiliki komponen khas seperti kiai, santri, kitab kuning, masjid, dan pondok yang menjadi elemen pembentuk persepsi masyarakat. Oleh karena itu, *brand image* pesantren bukan hanya dibangun melalui promosi, tetapi melalui keteladanan nilai, kesinambungan tradisi, dan kebermanfaatannya sosialnya.

Pondok Pesantren Darul Faqih dalam membangun citra yang kuat, telah merepresentasikan tiga dimensi utama brand image sebagaimana dijelaskan dalam teori Kotler dan Keller:

1. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Pondok Pesantren Darul Faqih menunjukkan citra lembaga yang profesional, religius, dan terpercaya. Hal ini tercermin dari pengelolaan manajemen pendidikan yang terintegrasi antara kurikulum pesantren dan kurikulum nasional, sistem pengawasan yang ketat, serta budaya kedisiplinan yang ditanamkan kepada santri. Reputasi ini diperkuat dengan dukungan dari kiai dan tenaga pendidik yang tidak hanya memiliki kapasitas keilmuan, tetapi juga keteladanan moral. *Corporate image* Darul Faqih juga terbangun melalui kegiatan sosial seperti pengajian umum, partisipasi dakwah masyarakat, dan kontribusi dalam pembinaan generasi muda Islam. Konsistensi dalam menjalankan fungsi pendidikan, dakwah, dan sosial menjadikan pesantren memiliki citra lembaga Islam yang progresif

2. Citra Pemakai (*User Image*)

Santri Darul Faqih dikenal sebagai pribadi yang santun, religius, cerdas, dan mandiri. Pandangan ini tidak hanya dibentuk melalui

¹³² Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

penampilan fisik dan kebiasaan ibadah mereka, tetapi juga dari cara mereka berinteraksi di lingkungan masyarakat. Santri Darul Faqih banyak terlibat dalam kegiatan sosial. Citra pemakai ini memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap pesantren sebagai tempat pembentukan karakter unggul.

3. Citra Produk (Product Image)

Produk utama pesantren adalah santri merupakan produk utama yang mencerminkan nilai, kualitas, dan hasil dari sistem pendidikan pesantren tersebut. Citra produk terbentuk dari bagaimana santri tampil, bersikap, berinteraksi, serta menunjukkan kompetensinya di tengah masyarakat. Santri Darul Faqih dikenal sebagai pribadi yang memiliki akhlak terpuji, pemahaman agama yang mendalam, dan keterampilan akademik yang seimbang. Mereka mampu membaca kitab kuning, menghafal Al-Qur'an, serta memiliki kemampuan komunikasi dan kepemimpinan yang terus diasah melalui berbagai kegiatan pesantren.

Program-program unggulan seperti tahfidzul Qur'an, pengembangan bahasa Arab dan Inggris, kajian kitab klasik, pelatihan dakwah, dan kegiatan sosial memberikan kontribusi besar dalam membentuk kualitas santri yang tidak hanya unggul dalam aspek spiritual, tetapi juga mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Penampilan santri yang rapi, perilaku yang sopan, dan partisipasi mereka dalam kegiatan sosial keagamaan seperti pengajian, menjadi imam salat, dan ceramah ke masyarakat, menciptakan persepsi positif di mata publik. Hal ini memperkuat citra bahwa Pondok Pesantren Darul Faqih bukan sekadar tempat belajar, tetapi juga tempat pembinaan karakter dan pembentukan kader dakwah masa depan.

Pondok Pesantren Darul Faqih dalam membentuk brand image yang kuat, menerapkan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) sebagai dasar dalam strategi komunikasi dan pengembangan identitas pesantren sebagai berikut:¹³³

¹³³ Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks

1. *Segmenting* (Segmentasi)

Pondok Darul Faqih menysasar segmen keluarga Muslim menengah atas yang menginginkan pendidikan agama yang kuat namun tetap tidak meninggalkan aspek akademik. Segmentasi juga dilakukan berdasarkan minat orang tua terhadap pendidikan karakter, penguatan akidah, dan keterampilan hidup. Pesantren ini menjawab kebutuhan masyarakat yang mencari lembaga dengan pendekatan religius yang modern.

2. *Targeting* (Penetapan Sasaran)

Target utama Darul Faqih adalah orang tua atau wali santri yang memiliki orientasi pendidikan jangka panjang berbasis nilai Islam. Targeting dilakukan melalui berbagai saluran, antara lain media sosial (Instagram, Facebook, Youtube), brosur cetak, open house, serta pendekatan personal melalui jejaring masyarakat sekitar. Strategi targeting ini terbukti efektif karena berhasil meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahun.

3. *Positioning* (Penentuan Posisi)

Pondok Pesantren Darul Faqih menempatkan diri sebagai pesantren khalafi-modern yang menggabungkan kekuatan tradisi Islam dan adaptasi modernitas. Positioning ini tercermin dari kurikulumnya yang integratif, metode pembelajaran berbasis teknologi, dan penguatan life skill seperti public speaking, kepemimpinan, dan manajemen diri. Identitas pesantren dibangun tidak hanya sebagai tempat menimba ilmu agama, tetapi juga sebagai tempat mencetak pemimpin masa depan. Dengan positioning tersebut, Darul Faqih menegaskan diferensiasi dari pesantren lain yang tidak ekstrem konservatif, namun juga tidak sekadar modern. Inilah yang menjadikan *brand*-nya menonjol di tengah persaingan lembaga pendidikan Islam di Malang dan sekitarnya.

Implementasi analisis SWOT secara menyeluruh telah memberikan arah strategis yang jelas bagi Pondok Pesantren Darul Faqih dalam

memperkuat citra lembaga, meningkatkan kualitas layanan, serta mewujudkan visi sebagai pesantren unggulan pencetak kader pemimpin berkarakter Islami Qurani yang berkualifikasi, percaya diri, dan rendah hati.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai implementasi analisis SWOT dalam membangun brand image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Implementasi analisis kekuatan dan kelemahan internal Pondok Pesantren Darul Faqih menunjukkan bahwa lembaga ini memiliki kekuatan signifikan, seperti figur pngasuh yang akademis dan memiliki kepemimpinan yang karismatik, kualitas sumber daya manusia yang tinggi, kurikulum terpadu, serta program-program unggulan seperti PSTT (persiapan studi timur tengah) dan ODTL (*one day three lines*). Kelemahan yang dihadapi antara lain beban kerja ganda tenaga pengajar, keterbatasan fasilitas fisik, serta sistem evaluasi dan efisiensi waktu pembelajaran yang belum maksimal.
2. Pondok Pesantren Darul Faqih dalam menghadapi faktor eksternal mampu memanfaatkan peluang berupa dukungan masyarakat dan wali santri, minat tinggi terhadap pendidikan berbasis Aswaja, serta perkembangan teknologi digital. Pesantren juga menghadapi beberapa ancaman seperti potensi konflik regulasi pemerintah, stigma sosial dari sebagian warga terkait pengawasan terhadap santri.
3. Strategi yang dihasilkan dari implementasi analisis internal dan eksternal berdasarkan analisis IFAS dan EFAS menunjukkan Pondok Pesantren Darul Faqih berada pada Kuadran I (Strategi SO) dengan skor IFAS 2,85 dan EFAS 2,95. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren berada dalam posisi strategis yang kuat secara internal dan memiliki peluang besar secara eksternal. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi agresif *Strengths Opportunities (SO)*, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang eksternal. Strategi yang dihasilkan dalam membangun

brand image melalui pendekatan STP meliputi Segmentasi dilakukan dengan menyoasar keluarga Muslim berlandasan Aswaja yang menginginkan pendidikan agama dan umum yang seimbang. *Targeting* diarahkan pada wali santri yang peduli terhadap pembinaan karakter dan nilai keislaman. Kemudian *positioning* pesantren ditekankan sebagai lembaga Islam modern yang tetap menjaga nilai-nilai tradisional. Dalam pelaksanaan strateginya juga memaksimalkan kekuatan branding figur pengasuh dan memaksimalkan peluang dengan promosi program unggulan melalui media sosial. Strategi-strategi tersebut dilakukan untuk memperkuat citra pesantren sebagai lembaga Islam moderat, progresif, dan adaptif terhadap tantangan zaman.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pondok Pesantren Darul Faqih Malang:
 - a. Disarankan untuk terus meningkatkan sistem manajemen internal, khususnya dalam hal pembagian tugas antara pengajar dan pembina agar tidak terjadi beban kerja ganda.
 - b. Perlu dilakukan pemetaan ulang dan seleksi kitab ajar secara prioritas agar proses pembelajaran lebih fokus dan mendalam.
 - c. Pembangunan fasilitas dasar seperti asrama, kamar mandi, dan ruang belajar perlu menjadi prioritas dalam perencanaan jangka menengah dan panjang.
 - d. Penguatan sistem evaluasi akademik melalui rubrik penilaian dan evaluasi bulanan perlu dilanjutkan agar capaian santri dapat terukur secara obyektif.
2. Bagi masyarakat dan wali santri:
 - a. Diharapkan terus memberikan dukungan terhadap pengembangan pesantren, baik dalam bentuk partisipasi program wakaf, pengabdian, maupun promosi positif melalui jejaring sosial masing-masing.

- b. Menjadi mitra strategis dalam menjaga komunikasi antara pondok dan masyarakat agar tercipta sinergi yang harmonis dan saling menguatkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya:
- a. Diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan yang mengkaji dampak implementasi strategi SWOT terhadap capaian akademik dan kepribadian santri.
 - b. Penelitian serupa juga dapat diperluas pada konteks pesantren lain untuk mendapatkan gambaran komparatif yang lebih luas.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan manajemen strategis di lingkungan pondok pesantren serta menjadi referensi bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam membangun brand image yang kuat dan bernilai.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto dan Himawan Wijarnako, 2004. *Power Branding*, Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta, hlm. 6
- Adi Fadli, 2012. Pesantren: Sejarah dan Perkembangannya, El-Hakim: jurnal Pendidikan dan Kajian keislaman, Vol V, No 1, h 32
- A Pearce, John II dan Richard B. Robinson Jr. 2007. *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi 10 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Arifin, Zainal. (2009). *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arifin, Zainal. 2020. “Pengembangan Pondok Pesantren Berbasis Teknologi”. Yogyakarta: Deepublish.
- Becker, G.S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Coleman, James S. (1994). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Dalhari, 2016. Pola dan Keragaman Pendidikan Islam (Kajian tentang Pesantren dan Ruang Lingkupnya), Al-Ibtida’, Vol 04, No.2, h13-14
- Departemen Agama RI 2011, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)
- Dhofier, Zamakhsyari. Tradisi Pesantren, Studi tentang Pandangan Hidup. Kyai. Jakarta : LP3ES, 1994
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, ANDI, Yogyakarta, 2013, hlm. 327
- Fajar Nur Aini, 2018. Teknik Analisis SWOT, h 87
- Fandy Tjiptono, Brand Management & Strategy, ANDI, Yogyakarta, 2005, hl. 19.
- Freddy Rangkuti, (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Edisi 15 PT. Gramedia. Pustaka Utama Jakarta.
- Freddy Rangkuti, 2013. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,), hal. 19

- Gürel, E., & Tat, M. (2017). *SWOT analysis: a theoretical review*. Journal of International Social Research, 10(51).
- Halid Hanafi, 2018. Ilmu pendidikan islam, (yogyakarta:publisher,) h.395
- Handoko, T. Hani. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardani, Helmina Andriani, dkk 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group,), hlm. 116-117
- Hardani, Nur Hikmatul Aulia dkk, 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (CV. Pustaka Ilmu: Yogyakarta,), hlm. 64
- Hasanah, D. U., Alfi, A., & Mujahid, I. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta, 8(2), 72-81.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Husna Nashihin, 2017. Pendidikan karakter berbasis budaya pesantren, (semarang:formaci) h.38
- Iis Mei Susilawati. 2017. Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi *Branding* Pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde, Ciputat” Jurnal Tarbawi vol 3 hal 111-128
- Imam Gunawan, 2014. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, (Jakarta: Bumi Aksara), hlm. 219
- Isamuddin, Isamuddin, 2021. "Implementasi analisis swot pada manajemen strategik dalam perencanaan peningkatan mutu pendidikan di madrasah tsanawiyah nurul islam muara bungo." Jurnal,
- Kompri (2020), "Manajemen dan kepemimpinan pondok pesantren" Jakarta: Prenada media grup 49-50.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks
- Lexy J. Meleong, 2013. Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Rosdakarya, Edisi Revisi,), hlm. 4

- Manfred Ziemek, *Pesantren Dalam Perubahan Sosial*, (Jakarta: P3M, 1986), 98
- Mangkunegara, A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 2014. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia,), hlm. 17
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications
- Mulyasa, E. (2007). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngalifatul, Hikmah. 2022. *Analisis Swot Pondok Pesantren Roudlotussholihin Purwosari Lampung Tengah*. Skripsi.
- Nurul Setyoningrum, dkk., Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap, *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 2013, hlm. 4
- Priyanto, A. (2020). Pendidikan Islam dalam era revolusi industri 4.0. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 80–89.
<https://doi.org/10.18860/jpai.v6i2.9072>
- Purwo Budiutomo, 2017. Serba-Serbi Analisis SWOT, Artikel februari
- Qoidatus Syariah 2024. “Pembentukan *Brand Image* Pondok Pesantren Salafiyah Nurul Huda Simbang Kulon Di Era Modern ” Skripsi.
- Sedarmayanti. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siagian, Sondang P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta,) hlm. 224
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 60

- Suharsimi Arikonto, 2016 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta,), hlm. 26
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2012). *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumadi Suryabrata, 1987. *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali,), hlm. 94
- Sundaniawati Safitri, 2022 “Analisis SWOT Pondok Pesantren Al Qur’an Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0” *Jurnal*.
- Susetyarsi, *Membangun Brand Image Produk Melalui Promosi Event Sponsorship Dan Publisitas*, *Jurnal STIE Semarang* Vol. 4 No. 1, Edisi february 2012, hlm. 3
- Suyanto & Asep Jihad. (2013). *Menata Ulang Pendidikan Nasional: Mewujudkan Pendidikan Berkualitas dan Berkeadilan*. Jakarta: Kencana.
- Tilaar, H.A.R. (2002). *Pendidikan, Kebudayaan dan Masyarakat Madani Indonesia*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulrich, D. (1997). *Human Resource Champions*. Boston: Harvard Business School Press..
- Ummah Karimah 2023 “Pondok Pesantren dan Tantangan menyiapkan Santri Tangguh di Era Society. *Alfikri Jurnal Suian Penelitian Pendidikan Islam* Vol 6 No 1
- Web lembaga <https://pondok.darulfaqih.com/> diakses pada tanggal 5 oktober 2024
- Veithzal Rivai. (2003). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zainal Arifin, 2012 “Perkembangan Pesantren di Indonesia”, *Journal Pendidikan Agama Islam* Vol. IX, No. 1, hal 45
- Zamroni. (2002). *Pendidikan Demokrasi pada Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.

LAMPIRAN

1. Surat Izin Pra Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
 JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
[http:// fitk.uin-malang.ac.id](http://fitk.uin-malang.ac.id). email : fitk@uin_malang.ac.id

Nomor : 802/Un.03.1/TL.00.1/02/2025 27 Februari 2025
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Hal : Izin Survey

Kepada

Yth. Pengasuh Pondok Pesantren Darul Faqih
 di
 Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan proposal Skripsi pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Muhammad Nur Singo Karyo
 NIM : 210106110029
 Tahun Akademik : Genap - 2024/2025
 Judul Proposal : **Implementasi Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Membangun Brand Image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang**

Diberi izin untuk melakukan survey/studi pendahuluan di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik

 Dr. Muhammad Walid, MA
 NIP. 19730823 200003 1 002

Tembusan :

1. Ketua Program Studi MPI
2. Arsip

2. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
 JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
[http:// fitk.uin-malang.ac.id](http://fitk.uin-malang.ac.id), email : fitk@uin_malang.ac.id

Nomor : 1047/Un.03.1/TL.00.1/03/2025 19 Maret 2025
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Penelitian**

Kepada

Yth. Kepala Pondok Pesantren Darul Faqih Malang
 di
 Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Muhammad Nur Singo Karyo
 NIM : 210106110029
 Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
 Semester - Tahun Akademik : Genap - 2024/2025
 Judul Skripsi : **Implementasi Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Membangun Brand Image Pondok Pesantren Darul Faqih Malang**
 Lama Penelitian : **Maret 2025** sampai dengan **Mei 2025** (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik di sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dohan,
 Wakil Dekan Bidang Akadademik

 Muhammad Walid, MA
 19730823 200003 1 002

Tembusan :

1. Yth. Ketua Program Studi MPI
2. Arsip

Dokumenasi Penelitian



Foto Pondok Pesantren Darul Faqih
Malang



Wawancara dengan Ustadz Khoirul
selaku Kepala MADIN



Wawancara dengan Ustadz Zami
selaku Waka Kurikulum MADIN



Wawancara dengan Ustadz Abi Ma'rufi selaku Ketua Pondok Pesantren



Wawancara dengan Ustadz Irsyad selaku Waka Kesiswaan MADIN



Wawancara dengan Santri Putra



Wawancara dengan Santri Putra



Logo Branding Pondok Pesantren Darul Faqih

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Riwayat Hidup Pribadi**

Nama	: Muhammad Nur Singo Karyo
Tempat, Tanggal, Lahir	: Gresik, 03 September 2003
Agama	: Islam
Alamat	: Desa Tanggulrejo RT 01 RW 01. Manyar
Nomor Hp	: 082237544759
E-Mail	: singorio123@gmail.com
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Status	: Mahasiswa
Pendidikan Formal	: MI Roudhotut Tholibin MTs Assa'idiyah MA assa'idiyah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang