

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P PADA PONDOK  
PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh

**MOH. WILDAN MAFAKHIR**

210501110118

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P PADA PONDOK  
PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh

**MOH. WILDAN MAFAKHIR**

210501110118

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P  
PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA  
GADING MALANG**

### **SKRIPSI**

Oleh

**Moh. Wildan Mafakhir**

NIM : 210501110118

Telah Disetujui Pada Tanggal 9 Juni 2025

**Dosen Pembimbing,**



**Dr. Lailatul Farida, M.AB**

**NIP. 19791010201802012192**

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL  
SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P  
PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING  
MALANG**

Oleh  
**MOH. WILDAN MAFAKHIR**  
NIM : 210501110118

Telah diseminarkan Pada 11 April 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda  
Tangan

1 Penguji I

**Kartika Anggraeni Sudiono Putri, M.M**

NIP. 199205202019032027



2 Penguji II

**Amelindha Vania, M.M**

NIP. 199106172019032019



3 Penguji III

**Dr. Lailatul Farida, M.AB**

NIP. 19791010201802012192



Disahkan Oleh:  
Ketua Program Studi,



**Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

## LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P  
PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING  
MALANG

### SKRIPSI

Oleh

**MOH. WILDAN MAFAKHIR**

NIM : 210501110118

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada 24 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda  
Tangan

1 Ketua Penguji

**Kartika Anggraeni Sudiono Putri, M.M**

NIP. 199205202019032027



2 Anggota Penguji

**Ayub Wijayati Sapta Pradana, M.Si**

NIP. 198609082019032008



3 Sekretaris Penguji

**Dr. Lailatul Farida, M.AB**

NIP. 19791010201802012192



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

# LEMBAR PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Wildan Mafakhir  
NIM : 210501110118  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**IMPEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING MALANG** adalah hasil karya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada kata "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 Juli 2025



Moh. Wildan Mafakhir  
NIM : 210501110118

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Yang Mahakuasa dan Mahapengasih. Berkat rahmat dan keagungan-Nya, saya telah mendapatkan nikmat yang tiada tara dengan terselesaikannya skripsi ini pada waktu terbaik menurut ketetapan-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang syafaatnya selalu kita nantikan di akhirat kelak.

Karya yang menjadi saksi perjuangan ku selama ini, ku persembahkan untuk:

Orang-orang yang tersayang yakni orang tua, keluarga besar, dan teman-teman seperjuangan yang selalu menemani saya, membantu saya, dan memberikan saya dukungan tiada henti demi meraih kesuksesan yang saya impikan. Kedua kalinya ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya karena kalian sudah selalu ada untuk memberikan rasa kasih sayang, dan rasa cinta dengan hangat, serta ungkapan doa yang tak pernah henti dan selalu meyakinkan diri ini sendiri ketika mulai goyah dan rapuh. Semoga semua dukungan dari orang-orang tercinta saya, dapat menjadi sebab datangnya kebaikan, dan keberkahan kepada mereka dari-Nya.

Tak lupa pula kepada pahlawan tanpa tanda jasa yang selalu ikhlas dan tak kenal lelah membimbing dan mendidik saya yaitu seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajar saya, khususnya Ibu Dr. Lailatul Farida, M.AB yang selalu teliti dan selalu sabar dalam membimbing saya pada tiap langkah proses skripsi.

## HALAMAN MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi.” (QS. Al Qashas Ayat 77)

يقول: مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَبْتَغِي فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الْعُلَمَاءَ لَيَسْتَعْفِرُونَ لَهُ مِنْ فِي السَّمَوَاتِ وَمَنْ فِي الْأَرْضِ حَتَّى الْجِيتَانِ فِي الْمَاءِ، وَفَضَّلَ الْعَالِمَ عَلَى الْعَابِدِ كَفَضَّلَ الْقَمَرَ عَلَى سَائِرِ الْكَوَاكِبِ، وَإِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ وَإِنَّ الْأَنْبِيَاءَ لَمْ يُورَثُوا دِينَارًا وَلَا دِرْهَمًا وَإِنَّمَا وَرَثُوا الْعِلْمَ، فَمَنْ أَخَذَهُ أَخَذَ بِحِطِّ وَافِرٍ. رواه أبو داود والترمذي

Dari Abu Dardak radhiyallahu anhu ia berkata, saya mendengar Rasulullah SAW bersabda: "Barang siapa menempuh jalan untuk menimba ilmu, niscaya Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Dan sesungguhnya malaikat akan meletakkan sayapnya untuk penuntut ilmu karena rela dengan apa yang ia lakukan. Sesungguhnya orang alim akan dimintakan ampun oleh penduduk langit dan bumi, bahkan oleh ikan di lautan." (HR. Abu Daud dan Tirmidzi)

تَعَلَّمَ فَإِنَّ الْعِلْمَ زِينٌ لِأَهْلِهِ ﴿٦٠﴾ وَفَضْلٌ وَعِنْوَانٌ لِكُلِّ الْمَحَامِدِ

“Mengajilah, karena ilmu adalah akan menjadi hiasan bagi pemiliknya, dan keutamaan baginya serta tanda setiap hal yang terpuji” (Nadzom Kitab Alala)

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ

“Barangsiapa yang menginginkan kebahagiaan dunia maka raihlah dengan ilmu, barangsiapa yang menginginkan kebahagiaan akhirat, maka raihlah dengan ilmu, barangsiapa yang menginginkan kebahagiaan keduanya, maka raihlah dengan ilmu”.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis. Dengan penuh rasa syukur penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Pondok Pesantren Miftahul Huda Gading Malang” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Syarif Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini tidak sedikit kesulitan hambatan yang penulis alami, namun berkat do’a, bantuan, motivasi, dorongan serta bimbingan yang diberikan kepada penulis akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta’ala, karena telah memberikan peneliti kekuatan dan kemudahan sehingga skripsi yang memuat keilmuwan ini dapat dituntaskan.
2. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Muhammad Sulhan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Dr. Lailatul Farida, M.AB selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk mentransfer ilmu kepada peneliti dengan penuh kesabaran dan ketelitian, sehingga skripsi yang menjadi saksi perjuangan ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staff civitas academic Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

7. Kedua orang tuaku yang tercinta, Bapak Wahyudi dan Ibu Titin Sufairok Agustina yang tak kenal rasa lelah untuk selalu mendoakan, mendukung, dan menyemangati setiap proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kenikmatan iman dan kenikmatan kesehatan kepada kami sekeluarga.
8. Kepada Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Huda yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian. Kemudian kepada Kepala Pondok, Pengurus, Ustadz, dan Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dan memberikan data dalam proses penelitian ini.
9. Sahabat-sahabatku, teman-temanku, dan seluruh rekan-rekan seperjuanganku yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang masih setia memberikan doa dan semangat kepada peneliti di semester tua ini.

Dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Malang, 12 Juli 2025  
Peneliti

Moh. Wildan Mafakhir

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Konteks Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Secara Teoritis .....	9
1.4.2 Secara Praktis .....	9
1.5 Batasan Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teori .....	16
2.2.1 Strategi .....	16
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	18
2.2.3 Pondok Pesantren .....	34
2.3 Kerangka Berfikir .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	39
3.2 Lokasi Penelitian .....	39
3.3 Data dan Jenis Data .....	40
3.3.1 Data Primer .....	40
3.3.2 Data Sekunder .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4.1 Teknik Observasi .....	41
3.4.2 Teknik Wawancara .....	42
3.4.3 Teknik Dokumentasi .....	45
3.5 Analisis Data .....	46
3.6 Pemeriksaan Keabsahan Data .....	47
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	49
4.1.1 Sejarah Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	49
4.1.2 Profil Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	50
4.1.3 Tenaga Pendidik Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	51
4.1.4 Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	52
4.1.5 Ekstrakurikuler Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	53
4.1.5 Fasilitas Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	54
4.2 Pemaparan Temuan Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Data Produk di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	55
4.2.2 Data Harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	55
4.2.3 Data Tempat di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	57
4.2.4 Data Promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	60
4.2.5 Data SDM di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	61
4.2.6 Data Bukti Fisik di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	63
4.2.7 Data Proses di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	64
4.3 Triangulasi Data .....	65
4.4 Pembahasan .....	71

4.4.1 Strategi Produk di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	71
4.4.2 Strategi Harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	76
4.4.3 Strategi Tempat di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	77
4.4.4 Strategi Promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	80
4.4.5 Strategi SDM di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	83
4.4.6 Strategi Bukti Fisik di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	85
4.4.7 Strategi Proses di Pondok Pesantren Miftahul Huda .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piagam Pesantren .....	5
Gambar 1.2 Data Pesantren .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	34
Gambar 4.1 Foto Masyayikh PP Miftahul Huda .....	45
Gambar 4.2 Tes Pengajar PP Miftahul Huda .....	47
Gambar 4.3 Orientasi Santri Baru PP Miftahul Huda .....	48
Gambar 4.4 Pembacaan Sholawat Nabi .....	49
Gambar 4.5 Fasilitas PP Miftahul Huda .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Data Observasi .....	37
Tabel 3.2 Data Wawancara .....	38
Tabel 3.3 Data Dokumentasi .....	41
Tabel 4.1 Data Tenaga Pendidik PP Miftahul Huda .....	47
Tabel 4.2 Data Santri PP Miftahul Huda .....	48
Tabel 4.3 Triangulasi Sumber .....	61
Tabel 4.4 Triangulasi Teknik .....	64
Tabel 4.5 Daftar Mata Pelajaran Madrasah Diniyyah .....	70
Tabel 4.6 Biaya Pendidikan PP Miftahul Huda .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Nama-Nama Pondok Pesantren di Kota Malang.....	92
Lampiran 2. Dokumentasi Observasi.....	93
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	95
Lampiran 4. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	108

## ABSTRAK

Mafakhir, Wildan Moh. 2025, Skripsi. Judul: “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Pondok Pesantren Miftahul Huda Gading Malang”

Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, M.AB

Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, Pondok Pesantren

---

---

Bauran pemasaran dalam bidang pendidikan perlu dilakukan sebagai bentuk akuntabilitas untuk memberikan informasi terkait keadaan lembaga kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap implementasi strategi bauran pemasaran (7P) produk, harga, tempat, promosi, SDM, bukti fisik, dan proses yang dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lokasi pondok pesantren, wawancara mendalam dengan kepala pondok, pengurus pondok, ustadz, dan santri, serta bukti dokumentasi. Data sekunder diperoleh peneliti dengan memanfaatkan berbagai sumber daring, baik buku, artikel, maupun situs web. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Pondok Pesantren Miftahul Huda telah menerapkan bauran pemasaran dalam bidang pendidikan yang cukup baik, beberapa program dan pelayanan yang ditawarkan dapat menarik selera dan minat masyarakat, biaya yang dikenakan masih sangat terjangkau jika dibandingkan dengan pondok pesantren pada umumnya, berada di tempat yang strategis untuk melakukan aktivitas pendidikan, kegiatan promosi yang dilakukan melalui para santri, alumni, media cetak dan media sosial, Pondok Pesantren Miftahul Huda mengadakan pelatihan bagi guru dan proses pembelajaran sudah cukup baik dengan memadukan aspek ilmu pengetahuan dan ilmu agama, fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan sudah cukup lengkap. Namun dalam aspek promosi belum ada sumber daya manusia yang ahli dalam mengelola dan menjalankan media komunikasi pemasaran dalam mempromosikan lembaga. Pondok Pesantren Miftahul Huda sebaiknya memiliki sumber daya manusia yang secara khusus mengendalikan kegiatan pemasaran untuk mengelola bauran pemasaran secara lebih optimal.

## ABSTRACT

Mafakhir, Wildan Moh. 2025, Thesis. Title: "Implementation of the 7P Marketing Mix Strategy at Miftahul Huda Islamic Boarding School, Gading Malang"

Advisor : Dr. Lailatul Farida, M.AB

Keywords : Strategy, Marketing Mix, Islamic Boarding School

---

---

*The marketing mix in the field of education needs to be carried out as a form of accountability to provide information regarding the institution's condition to the community. This research aims to uncover the implementation of the marketing mix strategy (7P) which includes product, price, place, promotion, human resources, physical evidence, and process carried out by the Miftahul Huda Islamic boarding school. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Primary data was obtained through direct observation at the pesantren location, in-depth interviews with the head of the pesantren, administrators, teachers, and students, as well as documentary evidence. Secondary data was obtained by the researcher by utilizing various online sources, including books, articles, and websites. The data analysis technique used involved data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*The research results indicate that overall, the Miftahul Huda Islamic Boarding School has implemented a good marketing mix in the field of education. Several programs and services offered can attract the interest and taste of the community, and the fees charged are still very affordable compared to other Islamic boarding schools. It is located in a strategic place for educational activities, with promotional activities carried out through students, alumni, print media, and social media. The Miftahul Huda Islamic Boarding School conducts training for teachers, and the learning process is quite good by integrating aspects of knowledge and religious studies. The facilities and infrastructure provided are sufficiently complete. However, in terms of promotion, there are no human resources skilled in managing and executing marketing communication media to promote the institution. Miftahul Huda Islamic Boarding School should have human resources specifically in charge of marketing activities to manage the marketing mix more optimally.*

## ملخص

مفاخر، ويلدان محمد. 2025، رسالة. العنوان "تنفيذ استراتيجية مزيج التسويق في مركز الميفتاح الحدي في "غادينغ مالانغ"

مشرف : الدكتورة لايلاتول فريده، ماجستير في الآداب  
كلمة مفتاحية : استراتيجية، مزيج التسويق، مدرسة تعليمية

يجب تنفيذ مزيج التسويق في مجال التعليم كنوع من المساءلة لتوفير المعلومات المتعلقة بحالة المؤسسة للجمهور . تهدف هذه الدراسة إلى كشف النقاب عن تنفيذ استراتيجية مزيج التسويق للمنتج والسعر والمكان والترويج والموارد البشرية والأدلة المادية والعمليات التي تنفذها مؤسسة ميفتاحول هودا التعليمية .تستخدم هذه الدراسة نهجًا وصفيًا نوعيًا مع أسلوب دراسة الحالة. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال الملاحظة المباشرة في موقع دار التعليم، ومقابلات عميقة مع مدير الدار، ومشرفي الدار، والمدرسين، والطلاب، بالإضافة إلى الوثائق الداعمة. أما البيانات الثانوية فقد حصل عليها الباحث من خلال الاستفادة من مصادر متعددة عبر الإنترنت، بما في ذلك الكتب، والمقالات، والمواقع الإلكترونية. والتقنية المستخدمة في تحليل البيانات هي تقليل البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

أظهرت نتائج البحث أن إجمالاً قد طبقت مدرسة ميفتاحول قد التعليم بشكل جيد، وبعض البرامج والخدمات المقدمة يمكن أن تجذب اهتمام المجتمع، والتكاليف المفروضة لا تزال معقولة جدًا مقارنة بالمدارس التقليدية، وتقع في مكان استراتيجي للقيام بالنشاطات التعليمية، وتتم أنشطة الترويج من خلال الطلاب والخريجين ووسائل الإعلام المطبوعة ووسائل التواصل الاجتماعي، وتنظم مدرسة ميفتاحول قد تدريبًا للمعلمين وعملية التعلم جيدة جدًا بتكامل عناصر المعرفة والعلم الديني، والمرافق والمعدات المقدمة كاملة إلى حد ما. ومع ذلك، في جانب الترويج لم يتوفر بعد موارد بشرية متخصصة في إدارة وتشغيل وسائل الاتصال التسويقية للترويج للمنظمة. ينبغي على مؤسسة (بونديك بيسانترى ميفتاحول هودا (أن تمتلك موارد بشرية تختص في التحكم في أنشطة التسويق لإدارة مزيج التسويق بشكل أكثر فعالية.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Konteks Penelitian**

Teknologi modern dan arus informasi yang bebas merupakan dua ciri era globalisasi modern. Akibatnya, terdapat banyak persaingan di sektor pendidikan, dan pesantren sering tertinggal karena berusaha mengejar ketertinggalan. Lulusan pesantren secara tidak adil distereotipkan sebagai orang yang kurang kompeten dibandingkan dengan rekan-rekan mereka yang lebih kontemporer. Pesantren yang menjalankan ajaran Islam menghadapi kenyataan yang menantang: mereka harus visioner dan idealis tentang pendidikan, tetapi mereka juga harus berhati-hati karena perubahan menjadi semakin tidak dapat diprediksi. Karena meningkatnya profil mereka sebagai lembaga pendidikan berbasis masyarakat, pesantren harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman. Pesantren perlu merencanakan kampanye pemasaran mereka jika ingin sukses dalam jangka panjang.

Menurut Hamdi *et al.* (2021), pesantren telah membuktikan nilainya tidak hanya selama perjuangan kemerdekaan tetapi juga di masa sekarang, ketika negara telah mencapai kemerdekaannya. Tidak hanya untuk mencari ilmu, tetapi juga sebagai media untuk melakukan perbuatan baik. Dayat *et al.* (2019) menegaskan bahwa siswa memiliki peluang terbaik untuk mengembangkan pengetahuan praktis dan teoritis mereka di pesantren. Mereka mengajarkan anak-anak untuk menjadi tangguh dalam menghadapi kesulitan dan untuk mendasarkan diri pada iman mereka. Jika sekolah ingin mencapai tujuan pendaftaran jangka panjang mereka, mereka harus menerapkan strategi pemasaran terpadu. Wijaya (2018) berpendapat bahwa sekolah harus mempromosikan diri mereka sendiri untuk menarik calon siswa. Untuk memulai, sangat penting bagi lembaga nirlaba pendidikan untuk meyakinkan masyarakat (termasuk orang tua, siswa, dan lainnya) bahwa mereka masih beroperasi. Kedua, sangat penting untuk meyakinkan orang-orang bahwa layanan pendidikan

sangat penting untuk kebutuhan komunitas mereka. Terakhir, sangat penting untuk mengiklankan berbagai bentuk pendidikan untuk membuat semua orang di masyarakat menyadarinya. Keempat, agar orang-orang di daerah tersebut dan calon donatur tidak mengabaikan keberadaan lembaga pendidikan. Pemasaran untuk sekolah harus bertujuan lebih dari sekadar mendatangkan siswa baru itu juga harus melayani kebaikan masyarakat yang lebih besar. Banyak sekolah yang bergabung menjadi sekolah yang lebih besar karena tingginya angka putus sekolah dan persaingan yang tidak dapat dihindari dalam industri pendidikan. Madrasah adalah sebutan untuk tempat ibadah khusus ini. Memiliki keahlian pemasaran sangat penting bagi madrasah untuk mempertahankan bisnisnya. Terlepas dari kualitas madrasah, jika tidak dipasarkan dengan baik, madrasah hanya akan menarik sejumlah kecil siswa dan tetap tidak dikenal di masyarakat.

Kustian *et al.* (2018) menyatakan bahwa tujuan mendasar dari setiap organisasi, baik sekolah maupun perusahaan, adalah untuk meningkatkan jumlah konsumen dan jumlah barang yang dijual melalui pemasaran. Oleh karena itu, agar tetap pada jalur yang benar, meningkatkan kualitas, dan menarik jumlah siswa yang diinginkan, sekolah harus menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Semakin banyak jumlah pelamar yang memenuhi syarat yang diterima oleh suatu lembaga, semakin baik reputasinya.

Dari perspektif pemasaran, pesantren memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang keinginan dan persyaratan klien mereka ketika mereka dengan cermat memperhatikan detail layanan mereka. Di sinilah alat pemasaran seperti analisis posisi pasar, identifikasi target pasar, diferensiasi, dan segmentasi pasar berguna. Setelah itu, perusahaan akan menilai layanan dengan mengacu pada bauran pemasaran. Berdasarkan penelitian Kotler dan Armstrong, 7P pemasaran layanan dimanfaatkan oleh pesantren (2019). Produk mengacu pada layanan itu sendiri, harga mengacu pada bagaimana layanan tersebut terstruktur, lokasi mengacu pada tempat layanan tersebut disediakan, dan promosi mengacu pada bagaimana layanan tersebut diiklankan. Dengan menggabungkan ketiga

pemasaran layanan, kita mendapatkan yang berikut: orang (SDM): pengetahuan, keterampilan, dan kepribadian individu yang menyediakan layanan pendidikan bukti fisik (infrastruktur dan sumber daya) dan proses (bagaimana sumber daya tersebut diatur dan dikelola).

Senada dengan yang disampaikan Rachmawati *et al.* (2018), bauran pemasaran merupakan salah satu taktik yang dapat membantu penjualan produk dan membuat konsumen senang. Jadi, unsur-unsur bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dianggap mampu membuat konsumen senang, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian produknya. Keberhasilan dan perluasan usaha yang dibangun bergantung pada tingkat kepuasan konsumen, yang pada gilirannya akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Muhaimin *et al.* (2019) mengatakan bahwa Menciptakan kesan positif terhadap lembaga pendidikan dan menarik banyak calon siswa merupakan dua tujuan utama pemasaran di lembaga pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu memikat masyarakat dan membentuk persepsinya. Agar dapat menampung banyaknya minat siswa di lembaga pendidikan tersebut, maka penting untuk menanamkan nilai amanah kepada setiap konsumen.

Menurut Irfan dan Muslimin *et al.* (2018), pesantren merupakan tempat pendidikan agama yang mengikuti ajaran agama Islam dan dikepalai oleh seorang kyai, yang mungkin memiliki sifat-sifat yang berbeda tergantung pada pesantrennya. Sejak lama, masyarakat telah mengakui dan mendukung keberadaan pesantren, yang memiliki sistem asrama atau tempat tinggal tetap di dalam pesantren. Para santri menerima pendidikan agama melalui sistem belajar atau madrasah, yang sepenuhnya tunduk pada otoritas seorang atau lebih kiai kharismatik yang memiliki otonomi dalam segala hal. Sebelum Indonesia merdeka, pesantren berperan penting dalam mendidik masyarakat lokal dan asing. Kampanye pemasaran yang dikelola dengan baik sangat penting bagi

pertumbuhan dan keberhasilan pesantren, baik dari segi jumlah pesantren maupun kualitasnya.

Pesantren menjadi topik pembicaraan yang terus-menerus di lingkungan sekitar. Pesantren harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mengikuti perkembangan zaman modern dan memperkenalkan produk-produk baru kepada konsumen. Partisipasi dalam inisiatif pemasaran dapat membantu pesantren menonjol dari persaingan. Konsumen dapat mempelajari lebih lanjut tentang produk layanan pendidikan yang mereka inginkan melalui kegiatan pemasaran seperti promosi. Pesantren telah menjadi pilar kekuatan bagi masyarakat muslim dalam berbagai hal, termasuk pendidikan agama (*Tafaqquh Fiddien*), penyebaran pemahaman Islam di kalangan umat Islam, dan promosi moralitas, etika, serta penguasaan sains dan teknologi.

**Gambar 1.1**  
**Piagam Pesantren**



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2024)

Nama aslinya adalah Pesantren Gading Malang, dan didirikan pada tahun 1768 oleh KH. Hasan Munadi. Lokasi pesantren di kecamatan Gading Kasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang, menjadi alasan mengapa nama Gading menjadi

populer. Masyarakat lebih mengenal nama belakangnya, yang berarti pesantren Gading.

Perubahan nama Pesantren Gading menjadi Pesantren Miftahul Huda terjadi di bawah kepemimpinan KH. Moh. Yahya. Di bawah kepemimpinannya, pesantren tidak lagi menjadi hambatan bagi pendidikan formal para santri. Beberapa pesantren telah mengambil kebijakan dengan tujuan utama membekali santrinya dengan pendidikan yang menyeluruh yang mencakup mata pelajaran agama dan sekuler. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa para santrinya memiliki karakter moral yang kuat dan penghargaan terhadap Tuhan dalam segala hal, serta membekali mereka untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi modern. Keputusan kebijakannya selama periode PPHM ketiga justru mempercepat pertumbuhan pesantren.

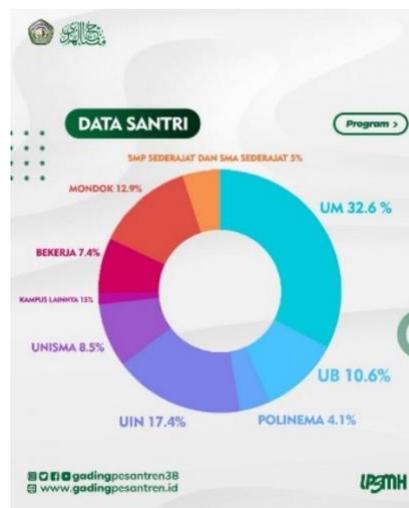
Dalam menjalankan proses pendidikannya, Pondok Pesantren Gading Malang tentunya memiliki visi, misi, dan tujuan. Visi Pondok Pesantren Gading Malang adalah menjadi lembaga yang menumbuhkan jiwa taqwa. Pembentukan pribadi yang bermoral dan berakhlak mulia menjadi tujuan utama pondok pesantren ini dalam mewujudkan visinya. Terwujudnya kader-kader keagamaan dan bangsa yang mampu menjadi *uswatun hasanah* di tengah masyarakat merupakan tujuan utama. Dengan demikian, para santri harus memiliki budi pekerti yang baik, bertanggung jawab, berilmu (*lisanul maqol*) dan berbudi pekerti luhur (*lisanul hal*). Dengan metode ini, Pondok Pesantren Gading Malang berupaya untuk melahirkan pribadi-pribadi yang memiliki banyak ilmu, mampu mengamalkannya dalam kehidupan nyata, dan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Kurikulum Pondok Pesantren Gading dibina oleh Madrasah Diniyah Salafiyah Matholiul Huda (MMH). *Ula* merupakan jenjang terendah dalam sistem kelas MMH, *Wustho* merupakan jenjang menengah, dan *Ulya* merupakan jenjang tertinggi. Malam setelah Isya, dari pukul 19.30 hingga 21.00 WIB, merupakan waktu berlangsungnya kegiatan belajar mengajar di

Madrasah Diniyah Salafiyah Matholiul Huda. Bangunan diniyah berlantai tiga tersebut menjadi tempat berlangsungnya kegiatan pendidikan.

Sebutan "Kota Pendidikan" berlaku untuk Malang. Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Universitas Islam Malang (UNISMA), Universitas Negeri Malang (UM), dan masih banyak lagi memiliki kampus di kota ini. Sebagian dari mahasiswa kampus tersebut pasti berminat untuk bermukim di asrama sebagai sarana untuk melanjutkan pendidikan. Di pesantren, seperti Pesantren Miftahul Huda, calon mahasiswa sering kali mengambil mata kuliah umum (di kelas) dan agama (di bangku perkuliahan) secara bersamaan.

Banyak orang yang tertarik dengan ide menggabungkan pendidikan agama dan akademik. Baik doktrin agama maupun prinsip moral dan etika yang berlaku secara universal membentuk landasan pendidikan pesantren. Mereka akan dipersiapkan dengan baik untuk dunia sosial dan profesional dengan pendidikan ini, yang memberikan keseimbangan antara agama dan sains.

**Gambar 1.2**  
**Data Pesantren**



Sumber : Instagram Pondok Pesantren (2024)

Lingkungan di pesantren sering kali mendukung proses belajar mahasiswa. Terdapat pembimbing spiritual dan teman-teman yang memiliki visi sama, yang membantu dalam menghadapi berbagai kesulitan, baik akademis maupun pribadi. Dalam suasana yang saling mendukung ini, mahasiswa dapat tumbuh dan berkembang, baik dalam ilmu pengetahuan maupun dalam sikap sosial mereka. Di samping itu, mondok juga memberi kesempatan untuk mengembangkan karakter dan *soft skills*. Interaksi dengan berbagai individu dari latar belakang yang berbeda serta keterlibatan dalam kegiatan sosial dan keagamaan, membuat mahasiswa lebih toleran dan empatik. Keterampilan ini sangat berharga, terutama saat memasuki dunia kerja yang kompetitif.

Merujuk pada hasil wawancara bersama Bapak Nukman selaku pengurus pondok menyatakan bahwa "*Mahasiswa yang mondok sering kali terlibat dalam program pengajaran agama atau kegiatan pengabdian. Nah melalui pengalaman ini, mereka tidak hanya memperkuat pemahaman tentang ilmu agama, tetapi mereka juga merasakan langsung dampak positif dari kontribusi mereka kepada masyarakat*" (wwcr: 18/04/2025). Maka dari itu, kehidupan di pesantren dapat memberikan peluang untuk memperluas jaringan sosial. Pertemuan dengan berbagai orang dari berbagai daerah dan latar belakang memperkaya pengalaman dan membuka pintu bagi kesempatan baru di masa depan. Jaringan ini bisa sangat membantu dalam mencari pekerjaan atau membangun usaha setelah lulus.

Febri yang merupakan salah satu santri di pondok pesantren mengungkapkan bahwa "*Mondok sambil kuliah dapat mendukung kesehatan mental dan spiritual. Kegiatan ibadah dan pengajian di pesantren menjadi sumber ketenangan dan kekuatan, membantu mahasiswa mengatasi stres yang sering muncul akibat tuntutan akademis. Inilah yang menciptakan keseimbangan antara kehidupan akademis dan keagamaan*" (wwcr: 20/04/2025). Meskipun memiliki banyak keuntungan, mondok sambil kuliah juga menghadapi stigma dari sebagian orang. Beberapa orang menganggap bahwa mahasiswa yang

mondok tidak dapat fokus pada kuliah. Namun, dengan manajemen waktu yang baik dan komitmen yang kuat, banyak mahasiswa yang berhasil menunjukkan bahwa mereka dapat pengalaman kedua bidang, membuktikan bahwa pendidikan agama dan akademis tidak saling bertentangan.

Pada akhirnya, mondok sambil kuliah adalah pilihan yang menantang tetapi sangat berharga. Kombinasi pendidikan agama dan akademis mempersiapkan mahasiswa untuk masa depan yang cemerlang, sekaligus membentuk mereka menjadi pribadi yang lebih baik. Dalam dunia yang terus berubah, sinergi antara ilmu agama dan ilmu pengetahuan sangat diperlukan untuk menciptakan generasi yang cerdas dan berakhlak mulia.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan strategi pendekatan produk di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
2. Bagaimana penerapan strategi pendekatan harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
3. Bagaimana penerapan strategi pendekatan tempat di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
4. Bagaimana penerapan strategi pendekatan promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
5. Bagaimana penerapan strategi pendekatan SDM di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
6. Bagaimana penerapan strategi pendekatan bukti fisik di Pondok Pesantren Miftahul Huda?
7. Bagaimana penerapan strategi pendekatan proses di Pondok Pesantren Miftahul Huda?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan produk di Pondok Pesantren Miftahul Huda
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda
3. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan tempat di Pondok Pesantren Miftahul Huda
4. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda
5. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan SDM di Pondok Pesantren Miftahul Huda
6. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan bukti fisik di Pondok Pesantren Miftahul Huda
7. Untuk mengetahui penerapan strategi pendekatan proses di Pondok Pesantren Miftahul Huda

### **7.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Secara Teoritis**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari di perguruan tinggi dan untuk memperluas pemahaman kita tentang lembaga pendidikan, khususnya pesantren, melalui pemeriksaan bauran pemasaran layanan yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga ini.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pondok Pesantren

Pesantren dapat memperoleh manfaat dari data ini karena memungkinkan mereka untuk lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka dan memfokuskan upaya pemasaran mereka untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi Penulis

Ini dapat membantu penulis memanfaatkan pendidikan perguruan tinggi dengan memperluas pemahaman tentang pemasaran dan manajemen layanan pendidikan.

### **7.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini hanya mengkaji strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Pesantren Miftahul Huda selama dua bulan di sektor pendidikan. Strategi-strategi ini meliputi 7P: *Product, Place, Price, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Kepala pondok, pengurus pondok, ustadz, dan santri menjadi informan dalam penelitian ini sebagai sumber data primer.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai sarana referensi dan pembanding penelitiannya, peneliti menyertakan sejumlah penelitian terdahulu yang membahas tentang bauran pemasaran dalam penelitiannya.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Siliragung Banyuwangi  Nur Khafidz Nizam Fahmi, Alim Mujahidin (2022)	Mengetahui: Perencanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak. Penerapan pelaksanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak. Pengendalian manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak.	PP Darussalam Puncak melakukan pelaksanaan pemasaran Pendidikan juga telah sesuai dengan teori Bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Bukhori Alma yaitu dalam konsep pemasaran menggunakan tujuh komponen yaitu: produk, harga, tempat, promosi, sumberdaya manusia, bukti fisik dan proses. Sehingga minat masyarakat semakin meningkat setiap tahunnya.
2	Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta  Dian Uswatun Hasanah, Ahmad Alfi, Imam Mujahid (2021)	Mengetahui dan menjelaskan implementasi strategi pemasaran di lembaga pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta	Terdapat strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta, yakni pengelolaan promosi lembaga, perencanaan pemasaran, pengorganisasian pemasaran, pembentukan struktur organisasi pemasaran, keterlibatan kiai dan pimpinan dalam pengendalian pemasaran, adanya perbedaan dalam pencapaian target

			pengelolaan pemasaran.
3	<p>Implementasi Pemasaran Digital di Pondok Pesantren Al-Multazam dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik</p> <p>Ade Zezen Mohamad Zaenal Muttaqien, Ahmad Ripa (2021)</p>	Menjelaskan manajemen marketing di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam dan menganalisa implementasi digital marketing pada layanan jasa pendidikan di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam.	Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam juga telah menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) sebagaimana teori dari Kotler dan Cox produk berupa Quality Assurance yang didukung dengan kurikulum IQRA, harga mengerucut kepada tipe Skim Pricing, tempat belum marketable karena kebijakan pemilihan tempat didominasi atas dasar analisis kondisi social masyarakat, dan aktifitas promosi dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan cara online dan offline.
4	<p>Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin</p> <p>Lili Apriani, Minna El Widdah, Muslih (2023)</p>	Mengetahui strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin dalam meningkatkan citra.	Secara keseluruhan Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin telah menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan yang cukup baik dalam meningkatkan citra. Dengan memberikan tawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan lokasi pondok pesantren yang strategis untuk melakukan aktivitas pendidikan dan melakukan promosi melalui wali murid, media cetak, media sosial dan output.
5	<p>Manajemen Pemasaran Pondok Pesantren</p> <p>Muhammad Zaini El Wahyu (2023)</p>	Mendeskripsikan latar alaminya, perencanaan pemasaran jasa pesantren, pengorganisasian pemasaran jasa pesantren, pelaksanaan pemasaran jasa pesantren, pengawasan pemasaran jasa pesantren, strategi bauran pemasaran pesantren, dan hasil pemasaran jasa di Pondok Pesantren	Manajemen Pemasaran Jasa di Pondok Pesantren Nuruzzaman Kota Bandung ditinjau dari segi pemasaran merupakan lembaga pendidikan yang dominan menggunakan pemasaran tidak langsung (indirect marketing), yaitu melalui website, facebook, dan aplikasi lainnya. Perencanaan pemasaran pendidikan

		Nuruzzaman Kota Bandung.	dilakukan setiap menjelang penerimaan santri baru meliputi perumusan visi misi lembaga, segmentasi dan penempatan pasar, penempatan posisi produk, dan penentuan harga pemasaran pendidikan.
6	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Annaqosabandy Kec.Hulu Sihapas Kab.Padanglawas Utara  Nursaimah Harahap (2022)	Meningkatkan jumlah siswa di pondok pesantren syekh ahmaddaud Annaqosabandy	Strategi pemasaran yang dilakukan adalah memilih target pasar yang efektif sehingga tujuan dapat dicapai sesuai yang diinginkan.
7	Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Sekolah Menengah Pertama Islam  Akhwan Mashudi, Bahtiar, Nurul Yakin (2022)	Memaparkan mengenai penerapan dari strategi bauran pemasaran dalam upaya menarik minat peserta didik baru di SMPI Al Mujahidin Tempos.	Produk yang ditawarkan adalah sekolah berbasis kebiasaan islami masyarakat antara lain Tahfizul Qur'an, Tahlilan, Pembacaan Barzanji dan, Pelestarian Lingkungan. Biaya masuk sekolah gratis bahkan diberikan pakaian seragam sekolah. Kegiatan utama promosi melalui pengajian-pengajian yang dilakukan oleh pimpinan pondok pesantren, kepala sekolah dan guru, dan penyebaran brosur melalui media sosial serta spanduk pengumuman di sekolah. Pengembangan sarana prasarana pendukung pembelajaran yang memadai. Sedangkan proses pembelajaran dilakukan dengan Kurikulum 13 berbasis budaya islami masyarakat.
8	Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Yayasan Pondok Pesantren Hudatul Falah  Melvin Zakri, Destian	Memiliki dampak luas serta kuat terhadap strategi pemasaran. Mempermudah para pengguna jasa menemukan pilihan lembaga terbaik masyarakat. Karena	Product (produk), Yayasan Pondok Pesantren Hudatul Falah menawarkan produk jasa yang membentuk generasi khairul ummah berkonsep pendidikan Islam

	Andhani, Purwanti (2023)	strategi pemasaran pendidikan berfokus pada upaya pemenuhan keinginan dan harapan masyarakat. Sehingga, peningkatan produk berupa jasa layanan pendidikan perlu dikembangkan mengingat banyaknya persaingan dengan lembaga lembaga pendidikan lainnya.	terpadu. Price (harga/pembiayaan) ditentukan oleh pihak khusus dengan kenaikan yang terjadi secara stabil. Place (tempat/lokasi), tersedia akses yang mudah meskipun secara visibilitas tidak dapat dilihat dari tepi jalan, tetapi berdasarkan lalu lintas keamanan tetap terjaga. Promotion (promosi), dilakukan dengan cara yang kompleks. People (orang/sumber daya manusia), telah didukung dengan tenaga pendidik dan kependidikan yang berkualitas. Physical evidence (fasilitas/sarana fisik), sarana prasarana tersedia dengan lengkap. Process (proses), mencakup seluruh aktivitas kerja, prosedur, mekanisme, seperti tahap persiapan penerimaan peserta didik baru hingga tes seleksi yang harus dilalui oleh peserta didik baru.
9	Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren  Nur Wahid Sugiyanto, Sedya Santosa (2021)	Mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan di MA Al-Ma'had An-Nur, serta mengetahui faktor pendukung, penghambat serta solusi yang ditawarkan peneliti yang berkaitan dengan terselenggaranya pemasaran jasa pendidikan di MA Al-Ma'had An-Nur.	Faktor penghambat, sistem sekolah yang terintegrasi antara kurikulum sekolah dan pesantren belum berjalan secara total, disebabkan standar penerimaan peserta didik baru terlalu tinggi. Solusi yang ditawarkan peneliti adanya kelas pra MA yang diperuntukan bagi peserta didik yang lulus seleksi, namun tidak atau kurang masuk kualifikasi standar penerimaan peserta didik baru.
10	Pengembangan Manajemen Pemasaran Jasa Di Pondok	Mengetahui konsep, strategi dan proses pelaksanaan jasa	ada kesamaan dalam pengelolaan jasa pemasaran

	Pesantren Ade Sopiali, Heru Utomo (2020)	pemasaran di Pesantren Modern Assalam dan Pesantren Al-Mukmin di Sukoharjo.	di kedua pesantren modern melalui tahapan manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Perencanaan jasa pemasaran pesantren dimulai dengan penetapan tujuan, kebijakan sebagai strategi jasa pemasaran. dan prosedur. Pengorganisasian Madrasah dan Pesantren berupa kepanitiaan. Pelaksanaan dilakukan dengan pembagian kerja panitia. Pengendalian/ pengawasan pemasaran dilaksanakan oleh bagian humas pesantren dengan pengawasan awal, pengawasan “concurrent”, dan pengawasan refleksi.
--	--	--	--

Sumber : Data diolah Peneliti (2025)

Dibandingkan dengan penelitian yang berfokus pada strategi bauran pemasaran digital untuk menarik minat calon santri, seperti Muttaqien *et al.* (2021), Mashudi *et al.* (2022), dan Harapan *et al.* (2022), penelitian ini terutama menganalisis strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda. Selain itu, penelitian ini berbeda dengan karya-karya sebelumnya yang berfokus pada penggunaan taktik bauran pemasaran untuk meningkatkan reputasi pondok pesantren, seperti Apriani *et al.* (2023) dan Zakri *et al.* (2023).

Selain itu, penelitian ini berbeda dengan penelitian Sopiali *et al.* (2020), yang terutama mengkaji manajemen layanan pemasaran di pondok pesantren kontemporer melalui empat fase manajemen: perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian.

Mengenai fokus penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data, juga terdapat sejumlah kesamaan antara penelitian-penelitian sebelumnya. Baik penelitian ini maupun penelitian

sebelumnya memiliki kesamaan minat dalam taktik bauran pemasaran yang digunakan oleh pesantren dalam rangka membentuk lembaga mereka agar memenuhi tuntutan demografi yang dituju.

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Strategi**

#### **a. Pengertian Strategi**

Strategi bauran pemasaran berperan sebagai penentu arah setelah usaha barang maupun jasa menentukan strategi kompetitifnya. Menurut Kotler & Armstrong (2001) bauran pemasaran adalah kumpulan beberapa variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyesuaikan bisnis atau usaha sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar sasarannya. Strategi bauran pemasaran dapat membuat barang maupun jasa agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasarannya dengan beberapa elemen (4P) agar pasar sasarannya memiliki minat terhadap barang maupun jasa yang ditawarkan. Sehingga menurut Andriani *et al.* (2022) variabel-variabel bauran pemasaran dapat digunakan oleh pemasar untuk mencapai tujuan. Maka dari itu, apabila para pelaku bisnis ingin memasuki pasar yang diinginkan maka dapat menggunakan strategi bauran pemasaran.

#### **b. Fungsi Strategi**

Sofian (2013) menyatakan bahwa fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat di implementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.

- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membangkitkan sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.

Menurut Irianto (2010) dalam menjalankan strategi pemasaran pendidikan, ada dua konsep strategi yang dapat dipertimbangkan yakni *Distinctive competence* yang merupakan suatu tindakan yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada apa yang dilakukan oleh pesaing. Dan *Competitive advantage* yakni suatu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh penyedia jasa agar dapat mengungguli para pesaingnya melalui strategi Diferensiasi. Strategi Diferensiasi sendiri merupakan salah satu bagian dari tiga komponen utama dalam strategi bersaing yakni:

- 1) Diferensiasi

Strategi Diferensiasi ini adalah suatu penawaran yang diberikan oleh penyedia layanan jasa yang berbeda dengan penawaran yang diberikan oleh para pesaingnya. Strategi diferensiasi ini mengisyaratkan bahwa penyedia layanan jasa memiliki suatu produk atau layanan jasa yang kualitas atau fungsinya berbeda dengan apa yang dimiliki oleh para pesaingnya. Hal ini dilakukan agar dapat memunculkan suatu persepsi tertentu pada konsumen terhadap layanan jasa miliknya. Seperti *brand image* yang lebih unggul, kualitas dan pelayanan yang lebih baik, inovasi produk dll.

- 2) Keunggulan Biaya

Strategi ini dilakukan dengan mengefisiensikan seluruh biaya yang diperlukan untuk menjalankan layanan jasa, sehingga dapat menghasilkan jasa yang lebih dijangkau oleh masyarakat luas. Strategi ini memang berfokus pada harga, sehingga penyedia layanan jasa tidak terlalu memperhatikan pada faktor faktor lain, yang terpenting adalah bagaimana ia bisa menyediakan layanan jasa yang murah dan dapat dijangkau oleh pasar yang lebih luas,

### 3) Fokus

Fokus merupakan strategi yang digunakan pada produk atau layana jasa yang memiliki suatu karakteristik khusus sehingga hanya ditujukan pada suatu target tertentu. Contohnya saja pada suatu layanan jasa yang ditargetkan untuk anak-anak sehingga setiap layanan jasa yang diberikan hanya difokuskan dan disesuaikan untuk anak-anak saja.

## 2.2.2 Bauran Pemasaran

### a. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan elemen yang saling terkait, sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001), yang memungkinkan bisnis untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan target audiensnya. Menurut Afidatun *et al.* (2015), bauran pemasaran untuk pendidikan sangat membutuhkan pemasaran pendidikan. Dalam mengembangkan program pemasaran internal, bauran pemasaran merupakan komponen yang krusial, terutama dalam lingkungan pendidikan. Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan, perlu diperhatikan berbagai komponen yang membentuk bauran pemasaran.

Tjiptono (2019) menyatakan bahwa pemasar dapat membentuk kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan dengan menggunakan

bauran pemasaran. Artinya, semua elemen bauran pemasaran digunakan secara bersamaan dengan kegiatan pemasaran. Karena semuanya saling bergantung, tidak ada satu komponen pun yang dapat berfungsi dengan baik tanpa komponen lainnya.

#### b. Elemen Bauran Pemasaran

Beberapa komponen membentuk bauran pemasaran, yang merupakan kumpulan alat pemasaran sebagaimana disebutkan sebelumnya. Produk, penempatan, promosi, dan tempat merupakan empat pilar yang menopang bauran pemasaran, menurut Manajemen Pemasaran Kotler dan Keller. 4P pemasaran produk, tempat, promosi, dan lokasi konsisten dengan ini, menurut Zeithaml dan Bitner (2018). Semua faktor ini harus dipertimbangkan dengan saksama saat mengembangkan rencana pemasaran.

Perlu ada modifikasi pada bauran pemasaran untuk menyelaraskannya dengan pemasaran jasa karena 4P, yang juga dikenal sebagai bauran pemasaran tradisional, tidak optimal saat diterapkan pada pemasaran jasa. Dalam bauran pemasaran 7P mereka, Kotler dan Armstrong menambahkan "produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses" ke 4P asli. Menurut Zeithaml dan Bitner (2018), bauran pemasaran meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process*

##### 1) *Product*

Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa apa pun yang ditawarkan kepada publik untuk dibeli, baik itu barang atau jasa, dianggap sebagai produk. Produk adalah titik awal bauran pemasaran, yang bertujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Islam mengamanatkan, dalam Qur'an Surah Al-Maidah ayat 88, bahwa umat beriman harus mematuhi praktik mengonsumsi hanya produk halal dan berlabel yang benar:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah swt kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah swt yang kamu beriman kepada-Nya”.

Menurut Kotler dan Fox (1995) Produk pemasaran pendidikan memiliki tiga tingkatan yakni:

a) *Core Offer*

*Core offer* atau penawaran inti merupakan program yang diperuntukkan untuk menjawab pertanyaan sebenarnya yang dicari oleh pelanggan jasa pendidikan

b) *Tangible offer*

*Tangible offer* merupakan penawaran yang sifatnya nyata. Penawaran ini bisa dirasakan secara langsung oleh pelanggan

c) *Augmented Offer*

*Augmented offer* merupakan penawaran tambahan yang diberikan kepada pelanggan selain dari kedua penawaran di atas.

Sebagaimana dijelaskan Fita *et al.* (2022) dalam ayat di atas, umat Islam diperintahkan oleh Allah SWT untuk menaati-Nya dengan hanya mengonsumsi makanan dan produk halal dan baik. Kehalalan merupakan komponen penting, menurut hukum Islam. Orang perlu mengonsumsi makanan halal dan sehat. Segala hal mulai dari kebersihan, pengadaan, pemasakan, hingga waktu penyajian menjadi pertimbangan di sini. Yang tidak boleh diabaikan adalah aturan tentang cara makan dan menangani sisa makanan. Selain itu, makanan halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan fisik.

Menurut Irianto (2014), ada lima tingkatan produk pendidikan:

- a) *Core Benefit*, yaitu manfaat inti karena menyediakan layanan yang diperlukan dan dikonsumsi oleh konsumen.
- b) *Basic Product* atau atau penawaran tingkat pemula dalam konteks ini bisa berupa, misalnya, seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang mudah diidentifikasi.
- c) *Expected Product* yaitu yang mencakup garis besar mata kuliah, anggota fakultas, dan fitur tambahan lainnya.
- d) *Augmented Product* merupakan adalah produk tambahan dengan tujuan menonjol dari persaingan misalnya, keluaran lembaga dapat berbicara dan menulis dalam bahasa Inggris, dapat menggunakan komputer, dapat memahami bahasa Arab, dan sebagainya.
- e) *Potensial Product* yaitu yang mencakup pengakuan terhadap alumni lembaga di dunia bisnis serta peningkatan atau modifikasi produk di masa mendatang.

Oleh karena itu, lokasi fisik sekolah, materi pengajaran, dan bukti keberhasilan penyelesaian program merupakan produk yang dimaksud dalam penelitian ini. Jika aspek-aspek ini secara konsisten ditegakkan dan ditingkatkan, masyarakat secara alami akan memilih sekolah karena memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

## 2) *Price*

Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa istilah "harga" mengacu pada jumlah uang yang harus dibayarkan pembeli saat membeli barang dan jasa. Pelaku bisnis harus memikirkan hal-hal yang memengaruhinya secara langsung dan tidak langsung saat menetapkan harga. Harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan variabel lainnya memiliki dampak langsung. Aspek yang saling terkait erat tetapi tidak langsung.

Alma (2018) mengatakan bahwa aspek harga pada bauran pemasaran ini biasanya sejajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Apabila kualitas produk baik, maka konsumen juga tidak segan jika harus membayar lebih tinggi, begitupun sebaliknya. Hal tersebut selaras dengan pendapat Faizin (2017) bahwasannya pada umumnya bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah cenderung lebih memilih sekolah yang memiliki harga yang lebih murah, kecuali jika mendapatkan beasiswa di sekolah yang memiliki harga tinggi. Begitupun sebaliknya, masyarakat dengan tingkat penghasilan tinggi cenderung memilih sekolah dengan kualitas mutu terbaik meskipun harus membayar harga yang cukup tinggi pula. Namun apabila ada sekolah yang memiliki kualitas baik dengan harga yang relatif murah tentunya akan menjadi suatu pertimbangan tersendiri bagi masyarakat.

Kunci keberhasilan atau kegagalan perusahaan adalah strategi penetapan harganya. Bagaimana strategi pemasaran disesuaikan dipengaruhi oleh harga. Elastisitas harga suatu produk merupakan faktor lain yang memengaruhi penjualan dan permintaan.

Untuk mencegah riba, ketentuan Islam untuk menetapkan harga harus mempertimbangkan keseimbangan manfaat. Dalam ayat 275 Surat Al-Baqarah, Allah (SWT) berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ  
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
 سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kesurupan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya,

lalu dia berhenti, maka apa yang telah di perolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Ayat Al-Qur'an sebelumnya menjelaskan bahwa Allah SWT telah mengesahkan perdagangan, dan dilarang mengambil tambahan yang berlebihan atau riba dalam transaksi penjualan.

Harga merupakan salah satu alat bauran pemasaran yang paling penting dan banyak ilmuwan berpendapat bahwa harga sebagai salah satu *variable* yang terpenting dalam pasar, yang bukan hanya meningkatkan keuntungan tetapi juga bagian pasar. Kotler dan Fox (1995) menyatakan bahwa biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan jasa pendidikan terdiri dari biaya apartemen (asrama) , biaya pendidikan (SPP), biaya perobatan, dan bahkan biaya transportasi. Namun harga merupakan bauran pemasaran yang fleksibel yang akan selalu beradaptasi dengan keadaan yang ada, harga menjadi salah satu faktor utama dalam situasi dalam dunia persaingan yang kompetitif, yang secara langsung dapat mempengaruhi penjualan. Oleh karena itu Kotler (2005) menganggap bahwa harga menjadi satu-satunya unsur bauran pemasaran, menghasilkan pendapatan faktor kepuasan dan loyalitas pelanggan yang paling penting. Terdapat beberapa strategi penyesuaian harga diantaranya:

- a) Penetapan harga geografis (*geographical pricing*)
- b) Diskon dan potongan harga (*price discount and allowances*)
- c) Penetapan harga promosi (*promotional pricing*)
- d) Penetapan harga diskriminatif (*discriminatory pricing*)
- e) Penetapan harga bauran produk (*product-mix pricing*), yang meliputi penetapan harga untuk lini produk (*product-line*), ciri pilihan (*optional-feature*), produk pelengkap (*captive-product*), barang dua

bagian (*two-part*), produk sampingan (*by-product*) dan penggabungan produk (*product-bundling*).

Setiap aktivitas bauran pemasaran yang baik akan mempertimbangkan harga. Biaya kuliah, biaya buku modul, biaya praktik, dan biaya lainnya merupakan faktor yang menentukan harga akhir pendidikan. Dalam dunia pendidikan, kualitas produk adalah raja dalam hal penetapan harga. Calon konsumen pendidikan bersedia membayar lebih untuk produk berkualitas tinggi, asalkan harganya tetap terjangkau.

### 3) *Place*

Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa agar barang dan jasa dapat diakses dengan mudah oleh konsumen, suatu tempat harus didirikan untuk tujuan perdagangan.

Bisnis perlu mempertimbangkan lokasi saat membuat keputusan karena mereka tidak dibebaskan dari tanggung jawab lingkungan kecuali mereka memastikan bahwa operasi mereka tidak akan berdampak negatif pada area tersebut. Salah satu cara umat Islam memastikan bahwa manusia tidak melakukan kerusakan terhadap planet ini adalah dengan mengatur perilaku manusia terhadap pelestarian dan perbaikan lingkungan. Ini adalah salah satu ajaran Islam, larangan merusak lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam ayat 56 Surat Al-A'raf Allah berfirman:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan

penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”.

Nilai jual utama layanan pendidikan seharusnya adalah lokasinya. Tempat yang dipilih haruslah nyaman dan mudah dijangkau. Ketika kita berbicara tentang lokasi yang mudah dijangkau, kita mengacu pada seberapa mudahnya bagi pelanggan untuk mencapainya.

Beberapa pertimbangan harus dipertimbangkan dengan cermat ketika memutuskan lokasi, sebagaimana dinyatakan oleh Tjiptono (2019):

- a) Kenyamanan, dalam arti bahwa suatu tempat dapat dikunjungi atau dicapai dengan cepat oleh transportasi umum.
- b) Keterlihatan, atau kemampuan untuk melihat suatu objek atau area dengan jelas dari jarak standar.
- c) Kemacetan dan volume lalu lintas yang tinggi, yang dapat menjadi masalah.
- d) Tempat parkir yang besar, menyenangkan, dan aman yang cocok untuk mobil, truk, dan SUV.
- e) Pertumbuhan, atau lokasi yang cukup memungkinkan perusahaan untuk tumbuh di masa mendatang.
- f) Kondisi alam, khususnya wilayah yang menyediakan infrastruktur untuk layanan yang diberikan.
- g) Lokasi pesaing, khususnya.
- h) Undang-undang yang ditetapkan oleh negara, termasuk yang melarang atau mengizinkan kegiatan tertentu.

Kemudian Kotler dan Fox (1995) menambahkan keterangan bahwa lokasi lembaga harus dekat dengan layanan-layanan yang digunakan oleh pelajar seperti restoran, tempat belanja dan lainnya.

Nilai jual utama layanan pendidikan adalah lokasinya. Tempat yang dipilih harus mudah dijangkau dan nyaman. Aksesibilitas lokasi merupakan faktor kunci dalam menarik pelanggan, yang ingin berkunjung.

#### 4) *Promotion*

Tujuan promosi produk, sebagaimana didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2001), adalah untuk meningkatkan permintaan terhadap suatu produk dengan menarik perhatian pada fitur dan manfaatnya dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian. Efektivitas suatu kampanye pemasaran bergantung, sebagian, pada kualitas promosinya. Konsumen tidak akan membeli suatu produk dengan kualitas yang sangat baik jika mereka tidak mengetahui dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan bermanfaat bagi mereka.

Promosi, menurut Roni dan Endang el . (2021), merupakan salah satu jenis komunikasi promosi. Komunikasi pemasaran mengacu pada penyebaran informasi, pengaruh, dan pengingat tentang suatu perusahaan dan produknya kepada pasar sasaran dengan harapan mereka akan menerima, membeli, dan tetap setia pada produk tersebut.

Tujuan dari setiap kampanye pemasaran yang baik seharusnya bukan hanya untuk memperkenalkan suatu produk kepada audiens sasaran melainkan untuk membangkitkan respons emosional dari audiens sasaran yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Jadi, pemasaran adalah tentang membuat orang mengetahui produk yang ditawarkan suatu bisnis, yang pada gilirannya membuat mereka senang, dan akhirnya mengarah pada pembelian.

Berdasarkan ajaran Islam, seseorang harus selalu mengatakan kebenaran saat memberi tahu orang lain tentang apa pun. Hal ini membantu orang merasa lebih baik tentang diri mereka sendiri dan keadaan mereka, yang pada gilirannya membuat mereka lebih mungkin

membeli produk perusahaan. Jika proses pembuatannya akurat dan berkualitas tinggi, produk yang dijual akan memiliki tujuan. Sesuai dengan petunjuk yang terkandung dalam Al-Qur'an, khususnya dalam ayat 143 surah Al-An'am, ada cara untuk memastikan bahwa proses pembuatannya adil dan akurat :

تَبَيَّنُونِي بِعِلْمٍ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ۝

Artinya: “Terangkanlah kepadaku berdasarkan pengetahuan jika kamu orang yang benar”.

Menurut ayat Al-Qur'an yang disebutkan sebelumnya, jika ingin meyakinkan seseorang tentang sesuatu yang baik, perlu mendukung klaim dengan bukti. Ini berarti bahwa ketika mencoba menjual produk kepada seseorang, perlu memastikan bahwa fakta dan angka yang digunakan relevan dengan kondisi produk tersebut. Mempromosikan barang dengan cara melebih-lebihkan untuk menjatuhkan pesaing tidak diajarkan dalam Islam karena tidak sehat dan dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Meskipun semua bentuk promosi memiliki bentuk yang sama,

Tjiptono (2015) berpendapat bahwa promosi dapat dibedakan berdasarkan tugas yang dilakukan. Biasanya, hal-hal berikut merupakan bagian dari deskripsi pekerjaan, yang disebut bauran promosi:

a) Penjualan Personal (*Personal selling*)

Dalam penjualan personal, penjual dan calon pembeli melakukan percakapan empat mata tentang produk dalam upaya untuk menarik minat pembeli dan mendorong pembelian.

b) Periklanan (*Advertising*)

Pemasaran mencakup periklanan, yang meningkatkan kesadaran akan suatu produk atau layanan di kalangan konsumen namun, iklan tidaklah murah.

c) *Publisitas*

Citra publik suatu produk dibentuk melalui publisitas, yang memanfaatkan nilai berita produk tersebut.

d) *Promosi Penjualan (Sales Promotion)*

Mengorganisasikan dan melaksanakan kegiatan khusus yang dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk atau layanan adalah inti dari promosi penjualan. Hal ini membantu penjualan tumbuh dan berkembang.

e) *Direct marketing*

Dalam direct marketing sistem pemasaran interaktif digunakan untuk menghasilkan respons dan/atau transaksi yang terukur di lokasi mana pun melalui penggunaan satu atau lebih media iklan.

Kotler dan Fox (1995) mengungkapkan kebanyakan institusi pendidikan menggunakan tiga hal dalam promosi yakni public relation, marketing publication, dan advertising.

1) *Public relation*

*Public relation* atau hubungan masyarakat terdiri dari upaya untuk mendapatkan minat yang baik pada lembaga dan/atau programnya, biasanya melalui penanaman berita penting tentang mereka dalam publikasi; melalui mendapatkan presentasi menguntungkan yang tidak dibayar di radio, televisi, atau di media lain; atau melalui kegiatan dan acara lembaga itu sendiri.

2) *Marketing Publication*

*Marketing publication* atau publikasi pemasaran terdiri dari materi terbitan lembaga yang dikontrol oleh sekolah baik konten

maupun konteks pesan, dan yang dirancang untuk menyampaikan pesan terpenting lembaga kepada khalayak terpentingnya. Dari perspektif ini, hampir setiap publikasi kelembagaan adalah publikasi pemasaran, dan penggunaan publikasi pemasaran yang paling jelas adalah dalam penerimaan, pengembangan / penggalangan dana, dan hubungan masyarakat.

### 3) *Advertising*

*Advertising* atau iklan terdiri dari presentasi berbayar dan promosi ide, produk, program, atau layanan yang biasanya melalui media massa termasuk majalah atau surat kabar, di televisi, radio, papan reklame, atau kartu bus.

Efektivitas suatu kampanye pemasaran bergantung, sebagian, pada kualitas promosinya. Konsumen tidak akan pernah membeli suatu produk betapa pun bagusya produk itu jika mereka tidak mengetahuinya dan tidak yakin produk itu akan memenuhi kebutuhan mereka. Promosi sekolah yang umum dilakukan meliputi pengiriman undangan ke acara akhir tahun dan pengumpulan rapor, memasang spanduk, mengikuti dan memenangkan semua kontes, mempromosikan sekolah dari mulut ke mulut, dan meminta bantuan panutan yang positif.

### 5) *People*

Istilah "people" didefinisikan oleh Nadia (2021). Menurut Kuswendi Ramadhan, setiap orang atau entitas yang terlibat dalam penyediaan layanan memiliki kekuatan untuk membentuk cara pelanggan memandang layanan tersebut. Randhy berpendapat bahwa orang adalah hal yang membuat bisnis menjadi unik dan mampu memuaskan pelanggan. Hal tersebut senada dengan pendapat Kotler dan Keller (2011) bahwa Keunikan ini dapat dicapai melalui perekrutan,

pelatihan, dan motivasi karyawan. Karyawan sangat penting bagi keberhasilan setiap kampanye pemasaran, dan orang merupakan aspek integral dari pemasaran. Setiap orang memiliki peran dalam menyediakan layanan, dan peran tersebut dapat membentuk cara pelanggan memandang layanan tersebut. Karyawan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan layanan membentuk elemen manusia.

Semua yang dilakukan karyawan, mulai dari perilaku hingga pilihan pakaian, memengaruhi kesan pelanggan terhadap bisnis dan kualitas layanan yang mereka terima. Kemampuan karyawan dipertaruhkan dalam hal memberikan kesan positif kepada pelanggan melalui produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Setiap pekerja yang pekerjaannya berinteraksi dengan pelanggan dapat dianggap sebagai tenaga penjualan. Pada dasarnya, setiap orang yang bekerja di sebuah organisasi jasa terlibat dalam pemasaran. Karyawan di industri jasa harus selalu bertindak dengan cara yang berpusat pada pelanggan. Untuk membina hubungan antara SDM dan perusahaan, organisasi jasa harus terlibat dalam perekrutan dan kontrak kerja. Agar sumber daya manusia tetap setia pada nilai-nilai perusahaan, bisnis jasa harus mempertahankan pekerja yang dapat terhubung dengan pelanggan secara personal.

Menurut hukum Islam, individu atau bisnis dapat mempekerjakan orang sesuai kebutuhan melalui kontrak. Dalam ayat 32 Surat Az-Zukhruf, Allah SWT menyatakan:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya : “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan

dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.

*People* yang menyediakan layanan ini sangat penting bagi keberhasilan bisnis apa pun karena merekalah yang benar-benar melakukan pekerjaan perusahaan. Baik dalam bidang produksi dan operasi maupun dalam bidang kontak langsung dengan pelanggan, elemen manusia ini sangat penting bagi penyedia layanan. Citra perusahaan dan kualitas layanan yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh tindakan individu yang terlibat langsung.

Menurut Wijaya (2016), untuk meningkatkan manajemen SDM, organisasi jasa harus mendefinisikan dengan jelas fungsi SDM. Berikut ini adalah beberapa kategori umum yang mencakup sumber daya manusia di bidang pendidikan:

- a) Penghubung (*contractor*), di sini berarti personel layanan pendidikan yang secara rutin berinteraksi langsung dengan pengguna layanan dan memilih bentuk yang lebih tradisional untuk mengiklankan keterampilan dan keahlian mereka.
- b) Pemodifikasi (*modifier*), di sini berarti sumber daya manusia layanan pendidikan yang secara aktif terlibat dalam pemasaran layanan pendidikan.
- c) Pemberi pengaruh (*influencer*), di sini berarti profesional SDM layanan pendidikan yang tugasnya adalah menjalankan rencana pemasaran untuk layanan pendidikan.
- d) Pemisah (*isolated*), yang berarti bahwa para pemimpin sekolah harus memberikan dukungan yang cukup, khususnya dukungan motivasi, kepada sumber daya manusia yang bekerja di layanan pendidikan sehingga mereka dapat berhasil.

6) *Physical evidence*

Zeithaml dan Binter (2018) menyatakan bahwa bukti nyata adalah infrastruktur dan sarana yang memfasilitasi penyampaian layanan pendidikan untuk memenuhi janji yang dibuat kepada pelanggan oleh lembaga.

Menurut Kotler (2011) bukti fisik merupakan Lingkungan fisik dan sarana penyampaian layanan, termasuk interaksi antara produsen dan konsumen, serta komponen lain yang membantu layanan muncul.

Meskipun penting untuk memprioritaskan fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman, pandangan Islam adalah bahwa penampilan fisik tidak boleh menjadi pajangan kekayaan. Sebaliknya, layanan Islam harus bertujuan untuk memberikan rasa aman, nyaman, dan mudah dalam berbelanja. Ayat 1-5 dari Surah At-Takaatsur dalam Al-Qur'an mendukung klaim ini :

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ ۱ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۲ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۳ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۴ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۵

Artinya : “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu (1). Sampai kamu masuk ke dalam kubur (2). Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) (3). Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (4). Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin (5)”.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat At-Takaatsur, bersikap sombong dilarang dalam Islam. Misalnya, bangunan tidak boleh melebihi porsinya, artinya tidak boleh berlebihan kecuali benar-benar diperlukan. Begitu pula, ketika memperoleh atau membangun sarana dan prasarana, tidak boleh melanggar hukum Islam.

Alma (2009) menyatakan dalam bukunya tentang pemasaran layanan pendidikan bahwa dua jenis desain yang berbeda harus diperhitungkan:

- a) Rencana untuk bagian luar sekolah, termasuk hal-hal seperti tempat parkir dan taman
- b) Rencana untuk bagian dalam sekolah, termasuk hal-hal seperti penataan ruang kelas, perabotan, lorong, dan pintu.

#### 7) *Process*

Ara dan Imam (2012) menyatakan bahwa proses adalah serangkaian kegiatan yang saling berhubungan yang memfasilitasi transfer layanan dari penyedia ke pengguna akhir. Ketika membahas layanan pendidikan, istilah "proses" mengacu pada keseluruhan rangkaian tindakan yang diambil untuk memfasilitasi aktualisasi hasil pembelajaran yang diharapkan, baik itu produk akhir atau sekelompok lulusan. Prioritas kualitas layanan dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen layanan pendidikan sangat penting ketika menawarkan layanan tersebut. Pada dasarnya, sekolah harus memastikan bahwa berbagai upaya mereka sejalan dengan visi dan misi yang ditetapkan.

Salah satu komponen terpenting dari bauran pemasaran layanan adalah proses, itulah sebabnya konsumen layanan sering menganggap metode penyampaian sebagai bagian integral dari layanan. Selain itu, pemasaran layanan sangat bergantung pada keputusan manajemen operasi.

Menurut firman Allah dalam Surah An-Nahl ayat 125, pengembangan dan pembinaan SDM dan staf harus dilakukan dengan bijaksana:

أَدْخِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.

Meningkatnya harapan masyarakat terhadap kualitas lembaga pendidikan menjadikan pendidikan saat ini memiliki nilai jual yang harus diperhitungkan. Strategi pemasaran jasa 7P dinilai lebih relevan dalam konteks pendidikan, karena berbagai lembaga pendidikan mulai menerapkan konsep ini untuk menarik minat masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan serta meningkatkan mutu layanan mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bauran pemasaran dan penerapannya pada masalah peningkatan standar pendidikan.

### 2.2.3 Pondok Pesantren

#### a. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren didefinisikan oleh Hasbulloh (2001) sebagai tempat belajar di mana kyai (guru) mengajar dan membimbing siswa. Untuk mengoordinasikan acara, masjid dimanfaatkan. Selain itu, ada pondok tempat siswa dapat tinggal. Dengan demikian, pondok memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Kyai, Santri, Masjid, dan Pondok itu sendiri.

Pesantren didefinisikan oleh Muhammad dan Habibah (1995) sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pendidikan agama Islam kepada para santrinya. Pondok pesantren merupakan bentuk pendidikan yang sudah ada sejak lama di Indonesia. Para ulama sepakat bahwa sekolah ini sudah ada sebelum datangnya Islam di Indonesia. Sebagai sebuah istilah,

"pondok pesantren" berasal dari dua bahasa yang berbeda. Pondok berasal dari kata bahasa Arab *fudug* yang berarti tempat tinggal atau asrama. Sedangkan pesantren berasal dari kata bahasa *tamil* berarti para penuntut, atau diartikan juga mengaji.

#### b. Tujuan dan Fungsi Pondok Pesantren

Menurut Yasmadi (2022), Kyai Ali Ma'shum berpendapat bahwa pesantren harus bertujuan untuk mencetak ulama. Mengembangkan kapasitas santri untuk mandiri merupakan tujuan utama pesantren. Di sisi lain, Manfred Ziemek mengklaim bahwa ia ingin melihat tujuan intelektual dan perilaku pesantren yakni, pengembangan karakter, penguatan prinsip-prinsip moral, dan perolehan pengetahuan terintegrasi.

Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa pesantren bertujuan untuk membentuk karakter moral siswanya dengan menanamkan kebijaksanaan intelektual dan spiritual, dengan tujuan akhir untuk menghasilkan ulama dengan kepribadian yang matang dan menyeluruh. Sebelum membahas secara spesifik tentang pesantren, penting untuk memahami konteks historisnya dan cara-cara yang telah dilakukannya sebagai pergeseran budaya menuju cara hidup yang lebih religius.

Uraian berikut memperjelas bahwa pesantren memiliki banyak tujuan, termasuk tujuan sebagai lembaga sosial dan keagamaan di samping tujuan pendidikan. menurut Mujammil (2005) berikut ini adalah peran yang dimainkan oleh pesantren:

##### 1) Lembaga Dakwah

Karena perannya sebagai pusat dakwah, pesantren memiliki tanggung jawab ganda: mendidik pemuda dan orang dewasa bangsa. Pada saat yang sama, memelihara tradisi keagamaan dalam masyarakat merupakan tanggung jawab khusus pesantren. Terkait dengan kedua aspek ini, pesantren memilih model yang mereka yakini mewujudkan

hakikat pendidikan manusia: pembentukan umat beriman yang taat dan berakhlak mulia.

Berdasarkan premis ini, pesantren memilih model yang mereka yakini paling menggambarkan tujuan pendidikan: pembentukan umat beriman yang berintegritas intelektual dan bermoral.

## 2) Lembaga Sosial

Pesantren adalah lembaga sosial yang menerima anak-anak dari semua lapisan masyarakat dalam masyarakat Muslim, tanpa memandang status sosial ekonomi orang tua mereka. Karena para siswa sering berbagi makanan dan pengeluaran rumah tangga lainnya atau bahkan bekerja secara cuma-cuma (terutama untuk anak-anak kurang mampu atau yatim piatu), pesantren sering kali memiliki biaya sekolah yang lebih rendah daripada pesantren yang berlokasi di luar masyarakat.

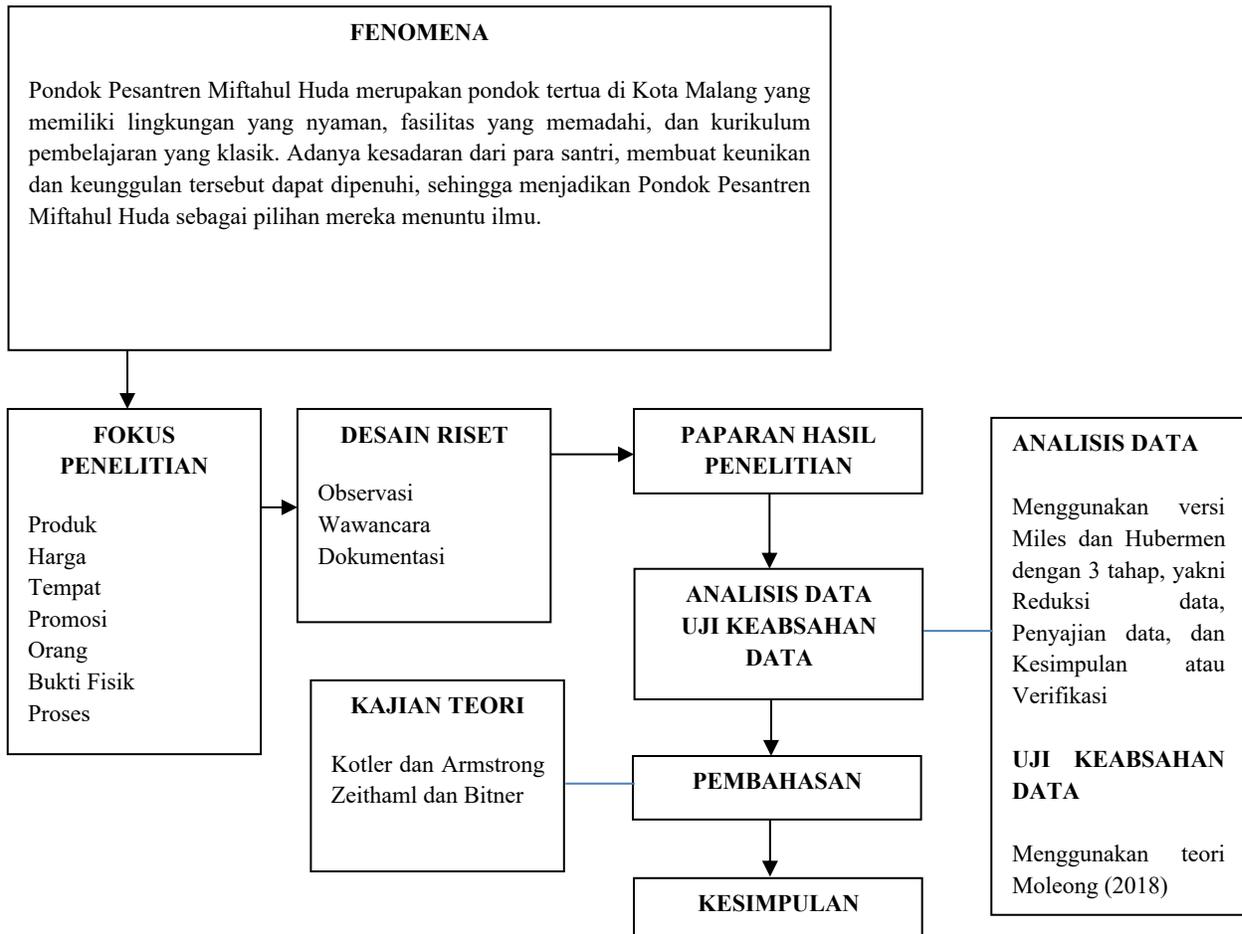
Sebagai lembaga sosial dan keagamaan, pesantren memiliki ciri khas berupa kehadiran warga masyarakat yang datang untuk bersosialisasi, berkonsultasi, meminta nasihat, beribadah, dan berobat praktik yang membantu menangkal gangguan. Masalah seperti penjadwalan anak, kelahiran, sekolah, pencarian kerja, tata graha, kematian, warisan, karier, jabatan, atau masalah pembangunan masyarakat dan pelayanan publik hanyalah beberapa dari sekian banyak masalah kehidupan yang mereka bawa. Berdasarkan peran sosialnya, pesantren berfungsi sebagai tempat inspirasi bagi pembangunan masyarakat, sumber solusi, dan rujukan hidup bagi warga setempat.

Terbukti bahwa keberadaan pesantren berdampak positif bagi masyarakat melalui berbagai kegiatan yang berlangsung di sana, seperti salat berjamaah, kajian agama, dan lain sebagainya. Hal ini karena mayoritas masyarakat juga membentuk jamaah untuk belajar agama melalui acara-acara tersebut. Masyarakat kemudian dapat memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam, yang kemudian dapat mereka pegang teguh dan praktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

## 2.3 Kerangka Berfikir

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber : Data diolah Peneliti (2025)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Mengingat bahwa penelitian dimulai dengan gejala yang diamati, metodologi yang digunakan adalah kualitatif. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk meningkatkan pemahaman dan informasi manusia melalui proses penemuan.

Creswell (2013) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai studi yang mengamati dan menganalisis data yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk menarik kesimpulan tentang pengalaman manusia dalam lingkungan sosialnya. Hasil studi ini kemudian didokumentasikan dalam laporan tertulis. Menurut Siti Nurhasanah (2022), penelitian kualitatif terutama mengumpulkan data kualitatif dan bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menuntut pemahaman mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang dimaksud. Penelitian ini dilakukan secara alami dan organik sesuai dengan kondisi lapangan yang objektif, bebas dari manipulasi. Bagian dari metodologi penelitian melibatkan pengamatan dan keterlibatan dengan orang-orang setiap hari dalam upaya untuk menguraikan bahasa dan pandangan dunia mereka.

Peneliti adalah instrumen sekaligus subjek penelitian ini, yang menggunakan metodologi studi kasus dengan demikian, ia bertanggung jawab atas pengumpulan dan analisis data. Menurut Creswell (2013) Penelitian yang meneliti banyak fenomena, peristiwa, kegiatan, atau program yang saling terkait selama jangka waktu tertentu dikenal sebagai penelitian studi kasus. Oleh karena itu, kampanye pemasaran yang dijalankan Pondok Pesantren Miftahul Huda akan menjadi fokus penelitian ini

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Beralamat di Jl. Gading Pesantren No. 38, Kelurahan Gading Kasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Pondok Pesantren Miftahul Huda menjadi lokasi penelitian bauran pemasaran 7P yang diterapkan di pondok pesantren.

### **3.3 Data dan Jenis Data**

#### **3.3.1 Data Primer**

Bungin (2017) menyatakan bahwa peneliti sebaiknya hanya menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber asli tanpa melibatkan pihak ketiga. Sumber data utama penelitian ini adalah wawancara dengan pihak pesantren yang berwenang, sedangkan data pelengkap berasal dari hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan di Pondok Pesantren Miftahul Huda.

#### **3.3.2 Data Sekunder**

Menurut Bungin (2017) untuk melengkapi dan melengkapi data primer, maka dilakukan pengumpulan data sekunder dari sumber-sumber selain sumber utama penelitian. Di sini, peneliti memanfaatkan berbagai sumber daring, baik buku, artikel, maupun situs web, untuk menyusun data sekunder.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiono (2016) Dalam konteks alamiah, data kualitatif dikumpulkan melalui observasi, wawancara, atau studi dokumentasi (atau gabungan dari ketiganya, yang dikenal dengan triangulasi). Peneliti menggunakan pengumpulan data untuk mempermudah dan membuat proses menjadi lebih sistematis dengan cara mengumpulkan informasi. Untuk meningkatkan jumlah pendaftar di Pondok Pesantren Miftahul Huda, diperlukan pengumpulan data yang akurat tentang bauran pemasaran. Berdasarkan hal tersebut, berikut ini adalah uraian tentang metode triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini:

### 3.4.1 Teknik Observasi

Moleong (2017) menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat langsung objek penelitian di lapangan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Metode ini digunakan peneliti untuk mengamati secara langsung keadaan di Pondok Pesantren Miftahul Huda, kemudian menyusun data yang benar-benar menggambarkan keadaan sebenarnya dengan cara mengamati lingkungan sekitar secara cermat.

**Tabel 3.1**  
**Data Observasi**

No	Fokus Penelitian	Data yang Diperoleh
1	Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Core benefit</li> <li>2. Basic product</li> <li>3. Expected product</li> <li>4. Augmented product</li> <li>5. Potensial product</li> </ol>
2	Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber dana pendidikan</li> <li>2. Besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk proses pendidikan</li> <li>3. Mendapat harga yang sebanding dengan kualitas</li> </ol>
3	Tempat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi strategis</li> <li>2. Lingkungan yang baik</li> </ol>
4	Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjualan personal</li> <li>2. Periklanan</li> <li>3. Publisitas</li> </ol>
5	Orang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemodelifikasi</li> <li>2. Rekrutmen</li> <li>3. Pelatihan</li> <li>4. Pemberiaan penghargaan</li> <li>5. Pelayanan pendidikan</li> </ol>
6	Bukti Fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas pondok pesantren</li> <li>2. Barang-barang fisik</li> </ol>

7	Proses	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas proses pembelajaran</li> <li>2. Visi misi pesantren</li> </ol>
---	--------	--

### 3.4.2 Teknik Wawancara

Moleong (2017) Peneliti dan informan penelitian melakukan tanya jawab secara langsung dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi bagi keperluan penelitian. Dalam kasus di mana diperlukan informasi yang lebih rinci tentang partisipan untuk menginterpretasikan peristiwa dan situasi daripada yang dapat diperoleh dari observasi, maka dilakukan wawancara. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih informan.

Menurut Sugiyono, metode pemilihan sampel data dari berbagai sumber dengan tetap memperhatikan faktor-faktor tertentu dikenal sebagai purposive sampling. Peneliti telah memilih beberapa informan untuk diwawancarai setelah mempertimbangkan kebutuhan data yang diperlukan. Berikut adalah informan yang dipilih melalui purposive sampling:

a. Kepala Pondok Pesantren Miftahul Huda

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai Ustadz Abu Hanifah sebagai kepala pondok. Kepala pondok merupakan pihak pengelola utama yang memiliki peran strategis dalam merumuskan dan menerapkan strategi pemasaran pesantren. Kepala pondok biasanya memiliki wawasan mendalam tentang bagaimana pesantren mempromosikan diri, merekrut santri, dan mengelola berbagai aspek pemasaran seperti produk pendidikan, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (7P) yang merupakan elemen bauran pemasaran.

b. Pengurus Pondok Pesantren Miftahul Huda

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai Ustadz Rizky Veri sebagai pengurus pondok. Pengurus pondok memiliki peran

penting dalam mengelola dan melaksanakan strategi pemasaran pesantren secara operasional. Pengurus bertanggung jawab dalam proses manajemen pemasaran yang produktif untuk menjaga eksistensi pesantren dan merespons perubahan zaman serta kebutuhan pasar, seperti orang tua calon santri yang menjadi konsumen utama jasa pendidikan pesantren.

c. Tenaga Pendidik (*Ustadz*) Pondok Pesantren Miftahul Huda

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai Ustadz Imam Zainudin sebagai Tenaga Pendidik di Madrasah Diniyyah. Ustadz sering terlibat dalam kegiatan pemasaran gerilya, yaitu dengan terjun langsung memperkenalkan keunggulan pondok kepada masyarakat, alumni, dan santri, sehingga mereka menjadi ujung tombak dalam menyampaikan nilai-nilai dan keunggulan pesantren secara personal. Selain itu, ustadz juga berperan dalam membentuk karakter dan religiusitas santri, yang merupakan nilai jual penting dalam pemasaran pesantren. Peran ini membuat ustadz menjadi sumber informasi yang kredibel dan efektif dalam membangun citra positif pesantren di mata masyarakat dan calon santri.

d. Peserta Didik (Santri) Pondok Pesantren Miftahul Huda

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai Febri sebagai salah satu santri di Pondok Pesantren Miftahul Huda. Santri merupakan representasi langsung dari kualitas pendidikan dan nilai-nilai pesantren yang dipasarkan, sehingga wawancara dengan mereka penting untuk memahami bagaimana mereka merasakan dan menyampaikan keunggulan pesantren kepada calon santri dan masyarakat. Dengan demikian, wawancara dengan santri memberikan perspektif langsung mengenai pelaksanaan bauran pemasaran pesantren dari sisi pelaksana di lapangan, kontribusi

mereka dalam promosi, serta peran mereka dalam membangun citra dan daya tarik pesantren di masyarakat.

**Tabel 3.2**  
**Data Wawancara**

No	Fokus Penelitian	Informan	Data yang Diperoleh
1	Produk	Kepala Pondok Pengurus Pengajar	1. Core benefit 2. Basic product 3. Expected product 4. Augmented product 5. Potensial product
2	Harga	Kepala Pondok Pengurus Santri	1. Sumber dana pendidikan 2. Besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk proses pendidikan 3. Mendapat harga yang sebanding dengan kualitas
3	Tempat	Kepala Pondok Pengurus Santri	1. Lokasi strategis 2. Lingkungan yang baik
4	Promosi	Kepala Pondok Pengurus	1. Penjualan personal 2. Periklanan 3. Publisitas
5	Orang	Kepala Pondok Pengajar Pengurus	1. Pemodifikasi 2. Rekrutmen 3. Pelatihan 4. Pemberiaan penghargaan 5. Pelayanan pendidikan
6	Bukti Fisik	Kepala Pondok Pengurus Santri	1. Fasilitas pondok pesantren 2. Barang-barang fisik
7	Proses	Kepala Pondok Pengajar	1. Aktivitas proses pembelajaran 2. Visi misi pesantren

		Santri	
--	--	--------	--

### 2.4.3 Teknik Dokumentasi

Moleong (2017) berpendapat bahwa Kebutuhan penelitian dapat dipenuhi melalui dokumentasi, yang didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dari berbagai sumber berupa buku, catatan, transkrip, terbitan berkala, dan surat kabar. Dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai sarana dan prasarana pondok pesantren, serta informasi tentang siswa, informasi tentang prestasi masa lalu dan masa kini, informasi tentang kegiatan mendatang, serta profil, identitas, visi, dan misi sekolah. Untuk menampilkan gambaran tentang objek penelitian, dokumen-dokumen tersebut digunakan untuk melengkapi data penelitian.

**Tabel 3.3**  
**Data Dokumentasi**

No	Fokus Penelitian	Data yang Diperoleh
1	Produk	1. Profil Pondok Pesantren 2. Visi Misi Pondok Pesantren
2	Harga	1. Daftar Pembiayaan
3	Tempat	1. Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren
4	Promosi	1. Website 2. Kalender 3. Sosial Media
5	Orang	1. Data Pendidik Pondok Pesantren 2. Data Tenaga Kependidikan Pondok Pesantren 3. Data Peserta Didik Pondok Pesantren 4. Struktur Organisasi Pondok Pesantren
6	Bukti Fisik	1. Foto-foto Kegiatan
7	Proses	1. Data Program Kegiatan Pondok Pesantren 2. Piagam Penghargaan

### 3.5 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011), analisis data kualitatif digunakan ketika bukti empiris yang dikumpulkan ditulis dalam bentuk narasi daripada urutan numerik dan menentang kategorisasi. Setelah data diolah, biasanya data tersebut disiapkan untuk digunakan dengan cara merekam, mengetik, mengedit, atau menerjemahkan. Data dapat dikumpulkan dengan berbagai cara, termasuk observasi, wawancara, ringkasan dokumen, dan rekaman pita.

Peneliti menggunakan model Milles dan Huberman, yang menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif bersifat interaktif dan berlangsung terus menerus hingga selesai, untuk memastikan bahwa data tersebut jenuh, selama tahap analisis di lapangan. Reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi adalah aktivitas yang digunakan peneliti dalam analisis data

#### 1. Pengumpulan Data

Peneliti membuat catatan lapangan sebagai respons terhadap pertanyaan dan/atau tujuan penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen.

#### 2. Reduksi Data

Proses yang terlibat dalam memilih data, menyempurnakan data, meringkas data, mengabstraksikan data, dan mengubah data mentah yang diperoleh dari temuan penelitian. Untuk menarik minat mahasiswa dalam berpartisipasi dalam penelitian, peneliti perlu memiliki gagasan yang jelas tentang informasi apa yang diperlukan terkait bauran pemasaran

#### 3. Penyajian Data

Menyediakan informasi dalam deskripsi yang ringkas dan melengkapi deskripsi tersebut dengan alat bantu visual seperti bagan dan tabel membantu pembaca penelitian ini memahami data dan informasi dengan lebih mudah.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Untuk memastikan validitas penelitian, kesimpulan ini ditarik dalam upaya mencari kebenaran dan kesepakatan. Penarikan simpulan memungkinkan penulis memperoleh informasi segar dalam bentuk teks naratif atau gambar mengenai objek yang sebelumnya dianggap tidak jelas atau bahkan menjadi lebih jelas setelah dipelajari sesuai dengan teori atau hipotesis yang diajukan.

#### **4.6 Pemeriksaan Keabsahan Data**

Menurut Moleong (2018) Teknik kredibilitas dan transferabilitas dapat mengungkapkan sejauh mana temuan penelitian dapat dipercaya dalam kaitannya dengan kenyataan saat memeriksa atau memverifikasi data penelitian. Ada tiga metode yang digunakan peneliti untuk memastikan bahwa data yang mereka kumpulkan dapat diandalkan:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menentukan apakah data yang mereka kumpulkan tidak akurat dan, jika demikian, apakah bauran pemasaran yang mereka gunakan untuk menarik minat siswa untuk berpartisipasi efektif. Keyakinan peserta terhadap peneliti dan rasa kompetensi mereka sendiri keduanya didukung oleh metode ini.

2. Ketekunan Pengamatan

Dengan menggunakan metode ini, akademisi dapat menjelaskan bauran pemasaran yang digunakan oleh sekolah untuk menarik minat siswa dalam memecahkan masalah yang kompleks dengan memaparkan mereka pada skenario dunia nyata. Peristiwa yang terjadi di pesantren dapat dipelajari lebih menyeluruh dan dengan lebih hati-hati oleh peneliti.

3. Trianggulasi

Tujuan dari teknik triangulasi, sebagaimana dijelaskan oleh Moleong (2018), adalah untuk memverifikasi keandalan data dengan menggabungkannya dengan informasi dari berbagai sumber. Data penelitian yang dikumpulkan diperiksa ulang menggunakan data ini atau sumber lain. Trianggulasi sumber

adalah metode penelitian yang paling umum digunakan. Selain itu, triangulasi sumber adalah metode untuk membandingkan dan mengonfirmasi keandalan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber dan pada waktu yang berbeda. Sementara itu, triangulasi teknis adalah proses memverifikasi validitas data dengan membandingkan dan mengontraskan data yang diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan data, termasuk dokumentasi, wawancara, dan observasi. Dengan mempertimbangkan hal itu, penelitian ini menilai keandalan datanya menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi teknis.

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Objek Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Pondok Pesantren Miftahul Huda

Gambar 4.1

Foto Masyayikh PP Miftahul Huda



Sumber : Website PP Miftahul Huda (2021)

Generasi keempat pengasuh, yaitu putra-putri KH. Muhammad Yahya, saat ini mengasuh Pondok Pesantren Miftahul Huda (PPMH) Malang yang juga dikenal dengan nama Pondok Pesantren Gading Malang. Pada tahun 1768, KH. Hasan Munadi mendirikan Pondok Pesantren Gading. Selanjutnya pada tahun 1858, KH. Ismail mendirikan Pondok Pesantren Gading. Generasi ketiga, KH. Muhammad Yahya, mengambil alih Pondok Pesantren Gading pada tahun 1971. Di Indonesia, Pondok Pesantren Gading menempati urutan ketiga pondok pesantren menurut silsilah keluarga pendirinya. Program ilmu hisab di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah mendunia. Untuk menentukan hari raya Idul Fitri dan Idul Adha, masyarakat mengacu pada hasil hisab Pondok Pesantren Gading. Pondok Pesantren Gading merupakan pondok pesantren *thoriqoh*, khususnya *thoriqoh qadiriyyah dan*

*naqsabandiyah*, sehingga pondok pesantren ini juga dikenal sebagai pondok pesantren *tasawuf*. Bahan bacaan masyayikhnya sangat dekat dengan ilmu *tasawuf*.

Penghormatan terhadap KH. Muhammad Yahya sebagai seorang wali juga membuat Pondok Gading semakin terkenal. Peziarah dari berbagai penjuru dunia rutin mendatangi Pondok Gading untuk berziarah ke makam KH. Muhammad Yahya. Sunan Gunung Jati dari Cirebon merupakan salah satu Wali Songo yang masih berkerabat dengan KH. Muhammad Yahya.

#### **4.1.2 Profil, Visi, Misi, dan Tujuan Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Nama	: Pondok Pesantren Miftahul Huda
Alamat	: Jl. Gading Pesantren No 38, Kelurahan Gading Kasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang
Visi	: Sebagai lembaga pembina jiwa taqwallah
Misi	: Membentuk insan-insan yang bertaqwa dan berakhlak mulia
Tujuan	: Mencetak kader-kader agama dan bangsa sebagai uswatun hasanah di masyarakat yang memiliki kedisiplinan tinggi, bertanggungjawab dan berkepribadian luhur dengan bekal ilmu ( <i>Lisanut maqol</i> ) dan amal ( <i>Lisanul hal</i> )
Sistem Pendidikan	: Pendidikan yang diselenggarakan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda (PPMH) berada dibawah kepengurusan Madrasah Diniyah Salafiyah Matholiul Huda (MMH). Sistem kelas pada MMH terdiri atas tiga tingkatan, yakni tingkat <i>Ula</i> (dasar), <i>Wustho</i> (menengah) dan <i>Ulya</i> (Atas)

### 4.1.3 Tenaga Pendidik Pondok Pesantren Miftahul Huda

**Gambar 4.2**

**Tes Pengajar PP Miftahul Huda**



Sumber : Website PP Miftahul Huda

Untuk membentuk dan mendidik santri menjadi pribadi yang berakhlak mulia, tenaga kependidikan dan pengurus pondok memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan kegiatan belajar mengajar. Agar suatu pesantren dapat mencapai tujuannya, dapat memberikan pelayanan yang baik kepada santri, dan dapat menyenangkan hati para pelanggannya, yaitu masyarakat yang berperan sebagai orang tua santri, maka diperlukan tenaga kependidikan dan tenaga kependidikan yang ahli di bidangnya.

Analisis dokumen tersebut mengungkap bahwa terdapat total 119 orang yang bekerja di Pondok Pesantren Miftahul Huda sebagai guru dan pengurus. Tabel berikut memberikan informasi lebih lanjut:

**Tabel 4.1**

**Data Tenaga Pendidik PP Miftahul Huda**

Tenaga Pendidik	Jumlah
Dewan Pengasuh	9 Orang
Pengajar Madrasah Diniyah	52 Orang
Pengurus Pondok Pesantren	58 Orang

#### 4.1.4 Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda

**Gambar 4.3**  
**Orientasi Santri Baru PP Miftahul Huda**



Sumber : Website PP Miftahul Huda (2023)

Mereka yang bersekolah di pondok pesantren disebut Santri. Santri adalah pelajar Islam yang terdaftar di pondok pesantren untuk mempelajari agama dan secara aktif mencari informasi tentang agama. Miftahul Huda sebagai pondok pesantren memiliki santri karena mereka merupakan bagian integral dari kurikulum pondok pesantren.

Peneliti menghubungi pengurus Pondok Pesantren Miftahul Huda dan mengumpulkan informasi berikut tentang santri pada tahun 2025:

**Tabel 4.2**  
**Data Santri PP Miftahul Huda**

<b>Kelas Madrasah</b>	<b>Jumlah Santri</b>
Kelas 2 Ula	12 Santri
Kelas 3 Ula	13 Santri
Kelas 4 Ula	27 Santri

Kelas 1 Wustho	24 Santri
Kelas 2 Wustho	32 Santri
Kelas 3 Wustho	38 Santri
Kelas 1 Ulya	33 Santri
Kelas 2 Ulya	27 Santri
Kelas 3 Ulya	23 Santri
Mutakhirrijin	30 Santri
<b>Total</b>	<b>258 Santri</b>

#### 4.1.5 Kegiatan Ekstrakurikuler Pondok Pesantren Miftahul Huda

**Gambar 4.4**

**Pembacaan Sholawat Nabi**



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)

Pondok pesantren menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler untuk membantu para santri mengembangkan minat, keterampilan, dan kreativitas mereka. Para santri di Pondok Pesantren Miftahul Huda memiliki kesempatan untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang disesuaikan dengan minat, kelebihan, dan kebutuhan masing-masing. Pondok Pesantren Miftahul Huda menawarkan kegiatan ekstrakurikuler berikut:

1. Seni Baca Al-Qur'an

2. Sholawat Al Banjari
3. Ilmu *Hisab*
4. *Muhadhoroh* (Ilmu Kemasyarakatan)
5. Lembaga Penerbitan Publikasi Pondok Pesantren
6. Lembaga Kursus Bahasa Asing

#### 4.1.6 Sarana Penunjang Pondok Pesantren Miftahul Huda

**Gambar 4.5**  
**Fasilitas PP Miftahul Huda**



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2025)

Untuk membantu siswa belajar, fasilitas pendidikan menjadi penting. Fasilitas tersebut dapat membantu mencapai tujuan pendidikan secara tepat waktu dan efektif dengan bantuan fasilitas pendukung. Meskipun fasilitas di Pondok Pesantren Miftahul Huda memadai dan terawat dengan baik, yang terpenting adalah bagaimana para pengajar dan siswa memanfaatkan sumber daya tersebut secara maksimal untuk memfasilitasi pembelajaran mereka. Pondok Pesantren Miftahul Huda menawarkan fasilitas berikut untuk memastikan kelancaran operasional seluruh pondok pesantren:

1. Gedung Madrasah Diniyah Matholi'ul Huda
2. Perpustakaan
3. Poliklinik

4. Komplek Bahasa dan Lab. Bahasa
5. Rental Komputer dan Laundry
6. Gedung Aula Wali Songo
7. Koperasi dan Mini Market
8. Kantin & Warung makan
9. Kantor Redaksi Buletin Al Huda & Mading El Fath
10. Tempat parkir sepeda dan motor yang luas dan aman

## **4.2 Hasil Penelitian**

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian pertama, yaitu tentang penerapan 7P pemasaran pada sektor pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda Gading Malng. Untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini, penelitian ini mewawancarai dan mengamati berbagai pengurus sekolah, guru, dan siswa di sebuah pondok pesantren. Berikut ini adalah temuan dari diskusi peneliti dengan narasumber.

### **4.2.1 *Product* (Produk Jasa)**

Berdasarkan masukan dari para siswa, Pondok Pesantren Miftahul Huda telah menyempurnakan layanan utamanya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam sebuah wawancara, pimpinan pondok pesantren, Ustadz Abu Hanifah, menjelaskan hal ini:

Apa yang membedakan Pondok Pesantren Miftahul Huda dengan sekolah lain dalam hal program ekstrakurikuler? Mengapa setiap kegiatan bermanfaat bagi para siswa?

*“Para santri di Pondok Pesantren Miftahul Huda telah mengembangkan rutinitas yang sejalan dengan ajaran Islam dan Akhlakul Karimah, dan kurikulum pesantren berpusat pada hal-hal yang berkaitan dengan akhirat.*

*Pelajaran kitab kuning mencakup berbagai topik, mulai dari etika dan tauhid hingga topik yang lebih mendalam. Para santri di sini, Insya Allah, belajar bagaimana bersikap terhadap orang tua dan orang lain dari kitab kuning, yang mengajarkan mereka akhlak yang baik di era ketika kehidupan sosial anak-anak telah menyimpang dari ajaran Islam. Yang membuat membaca kitab kuning istimewa adalah karena ia menganut metode pengajaran tradisional seperti bandongan dan sorogan. Sebagai poin kedua, seni membaca Al-Qur'an mengajarkan para santri untuk melafalkan ayat-ayatnya dengan merdu dan dipraktikkan dalam banyak bidang, termasuk studi keagamaan khusus dan perayaan maulid Nabi. Ketiga, ada program muhadhoroh, yang mencakup banyak instruksi dalam syawir fiqih, ceramah, khitobah, dan tutorial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu para santri agar lebih menguasai berbicara di depan umum dan mempersiapkan mereka untuk terjun ke masyarakat.” (Informan\_1, 18/05/2025).*

Ketika ditanya tentang program kegiatan, Ustadz Rizky Veri, dalam kapasitasnya sebagai pengurus, memberikan tanggapan serupa:

*“Rapat tahunan dan kegiatan evaluasi merupakan bagian dari proses pondok pesantren dalam memutuskan program apa yang akan dilaksanakan. Menggelar peringatan hari besar Islam yang diisi dengan penyampaian materi secara umum merupakan salah satu contoh bagaimana pondok pesantren mempromosikan dirinya kepada masyarakat sekitar dan menarik minat masyarakat terhadap berbagai program kegiatan yang ditawarkannya. Program bakti sosial di Pondok Pesantren Miftahul Huda meliputi pengobatan gratis dan sembako murah. Program ini diselenggarakan dua kali dalam setahun.” (Informan\_2, 25/05/2025).*

Produk yang ditawarkan dengan berbagai fitur pelengkap, seperti kurikulum, menjadi fokus penelitian peneliti. Untuk mencapai tujuan pendidikannya, apa saja yang diajarkan Pondok Pesantren Miftahul Huda dalam kurikulumnya?

Ustadz Imam Zainudin, narasumber sekaligus guru, mengatakan:

*“Pondok Pesantren Miftahul Huda dikenal sebagai pondok pesantren salafiyah karena kurikulumnya yang berlandaskan syariat Islam. Kitab kuning masih menjadi mata pelajaran dalam kurikulum salafiyah di sini. Di berbagai tingkatan, santri mempelajari kitab kuning yang berbeda-beda. Setelah salat berjamaah subuh dan ashar, mereka juga mempelajari kitab-kitab lainnya. Namun, kami juga memberikan kebebasan kepada santri untuk mencari pendidikan formal di lembaga-lembaga di luar pondok pesantren bahkan, sebagian besar santri menempuh pendidikan di perguruan tinggi di sekitar pondok pesantren.”* (Informan\_3, 23/05/2025).

Pandangan ini juga disampaikan oleh Febri yang merupakan salah satu santri, ia mengatakan bahwa

*“Selama saya belajar di pesantren ini, saya benar-benar merasakan pembelajaran kitab salaf dengan metode yang klasik. Kemudian saat acara muhadhoroh, saya juga dibiasakan untuk berdakwah di depan umum”* (Informan\_4, 29/05/2025).

#### **4.2.2 Price (Harga)**

Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan penetapan harga dengan penuh pertimbangan karena para santri berasal dari kalangan sosial ekonomi yang beragam. Hal tersebut dijelaskan oleh kepala pondok Ustadz Abu Hanifah dalam wawancara:

Apakah biaya yang dikeluarkan oleh para santri diimbangi dengan kualitas yang bagus? Dan sumber dana berasal dari mana saja?

*“Biaya pendidikan dirancang berdasarkan kebutuhan dalam pelaksanaan pembelajaran baik intrakurikuler maupun ekstrakurikuler; yang semua pendanaan tersebut dibayarkan di setiap awal bulan dengan harapan seluruh program yang disiapkan bagi para santri dapat terlaksana dengan baik. Dan sumber dana berasal dari pembayaran shahriyah para santri yang digunakan untuk mengelola program kegiatan pembelajaran, dana dari pondok pesantren yang digunakan untuk mengelola fasilitas sarana*

*prasarana pesantren dan dana dari pemerintah juga mendukung program kegiatan para peserta didik.” (Informan\_1, 18/05/2025).*

Pernyataan serupa dikatakan oleh Ustadz Rizky Veri selaku pengurus, bahwa:

*“Biaya yang dikeluarkan oleh para santri disesuaikan dengan sarana prasarana yang disediakan oleh pesantren. Mutu suatu pelayanan dan program kegiatan yang diberikan oleh pesantren menjadi tolak ukur dalam menentukan sebuah harga, dan sumber dana berasal dari syahriyah para santri.” (Informan\_2, 25/05/2025).*

Hal serupa juga mendapat dukungan dari Febri yang merupakan salah satu santri, dengan paparan sebagai berikut:

*“Alhamdulillah, biaya pendidikan pesantren lebih murah dengan kualitas yang terbaik, sehingga mampu mendukung kondisi ekonomi keluarga saya” (Informan\_4, 29/05/2025).*

Ustadz Imam Zainudin sebagai pengajar pun juga mengatakan hal yang sama, yakni:

*“Para santri tidak merasa diberatkan dengan biaya di pondok pesantren ini yang relatif murah, para pengajar juga mengajar dengan dasar ikhlas tanpa mengharap balasan gaji” (Informan\_3, 23/05/2025).*

#### **4.2.3 Place (Tempat/Lokasi)**

Lokasi pondok pesantren yang strategis membawa keuntungan tersendiri bagi Pondok Pesantren Miftahul Huda karena terletak di daerah perkotaan dan dekat dengan berbagai universitas. Hal tersebut dijelaskan oleh pengurus pesantren Ustadz Rizky Veri dalam wawancara:

Bagaimana kondisi letak geografis pesantren? Apakah strategis? Dan bagaimana dengan keamanan dan kenyamanan tempat lokasi pesantren?

*“Pondok Pesantren Miftahul Huda berada di tempat yang strategis untuk bidang pendidikan, karena aksesnya yang tidak terlalu jauh dari jalan utama transportasi namun tidak juga bising. Kenyamanan lingkungan pesantren sangat tenang dengan kehidupan masyarakat di sekitar lingkungan pesantren mayoritas beragama Islam, dan keamanan pesantren yang selalu terjaga karena berada disekitar perumahan warga, tidak dipinggir jalan raya dan di pesantren juga ada rumah pimpinan sekaligus mudir pondok yang selalu bertanggung jawab terhadap para santri.”* (Informan\_2, 25/05/2025).

Pendapat tersebut dibenarkan oleh kepala pondok Ustadz Abu Hanifah Hanifah bahwa:

*“Karena lokasinya yang strategis, dekat dengan jalan raya dan berbagai moda transportasi umum lainnya, termasuk kereta api, bus, dan taksi, Pesantren Miftahul Huda mampu menarik minat beragam siswa dan memastikan program pendidikannya terlaksana dengan baik. Tidak ada polusi suara dari kendaraan yang lalu lalang di pesantren karena lokasinya yang tidak terlalu dekat dengan jalan raya. Pesantren dapat memperoleh keuntungan dari lokasi yang strategis, yang juga akan memudahkan siswa mengakses sumber daya eksternal yang relevan untuk perkuliahan mereka.”* (Informan\_1, 18/05/2025).

Pernyataan serupa juga diutarakan Febri yang merupakan salah satu santri, bahwa:

*“Menurut saya strategis, karena lokasinya tidak terlalu dekat jalan jaya sehingga tidak bising, namun juga tidak terlalu jauh sehingga akses menuju pondok pesantren Miftahul Huda mudah, dekat juga dengan kampus saya, jadi tidak memerlukan waktu yang lama untuk sampai ke kampus”* (Informan\_4, 29/05/2025).

Sebagai pengajar, Ustadz Imam Zainudin juga merasakan bahwa akses menuju pondok pesantren mudah dijangkau, beliau mengatakan:

*“Pondok ini berada di lokasi yang strategis, jadi kami para pengajar tidak kesulitan saat berangkat menuju pondok pesantren dengan jalanan yang mudah dijangkau”* (Informan\_3, 23/05/2025).

#### 4.2.4 *Promotion (Promosi)*

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan promosi setiap pergantian tahun ajaran baru dengan berbagai cara. Hal tersebut dijelaskan oleh Ustadz Abu Hanifah selaku kepala pondok dalam wawancara:

Bagaimana cara pesantren dalam melakukan promosi jasa pendidikan? Dan siapa saja orang-orang yang terlibat dalam kegiatan promosi?

*“Pertama, siswa dapat menyebarkan informasi tentang layanan pendidikan sekolah yang luar biasa dari mulut ke mulut. Kedua, alumni sekolah yang luar biasa dapat menjadi bukti keberhasilan dan menarik siswa potensial. Ketiga, brosur dan spanduk dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang sekolah. Terakhir, media elektronik seperti YouTube, Facebook, dan Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang sekolah dengan cara yang mudah dibagikan dan tidak memakan banyak tempat.”*(Informan\_1, 18/05/2025).

Selain itu pengurus pesantren Ustadz Rizky Veri memberikan jawaban mengenai orang-orang yang terlibat dalam kegiatan promosi:

*“Pimpinan dan staf pengajar Pondok Pesantren Miftahul Huda bekerja sama untuk mengoordinasikan semua upaya promosi sekolah. Karena pondok pesantren menyadari bahwa memastikan kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada masyarakat adalah hal terpenting yang harus dilakukan sebelum melakukan promosi, upaya selanjutnya adalah meningkatkan layanan tersebut. Memberikan bantuan yang terbaik bagi para siswa dan masyarakat sekitar merupakan tujuan utama”* (Informan\_2, 25/05/2025).

Ustadz Imam Zainudin sebagai pengajar juga ikut mempromosikan pondok pesantren, beliau mengatakan bahwa:

*“Kami juga ikut mempromosikan pondok pesantren dari mulut ke mulut, kami mengajak keluarga, teman, dan tetangga untuk mondok di pondok pesantren miftahul huda”* (Informan\_3, 23/05/2025).

Sebagai santri, Febri mengetahui pondok pesantren melalui berbagai media promosi, hal ini dibuktikan dengan

*“Media promosi di pondok ini cukup bagus, saya mengetahui pondok ini melalui media sosial, dan beberapa teman ada yang mengajak saya untuk mondok disini. Di media sosial pondok juga sering upload kegiatan-kegiatan bermanfaat, dari situlah saya tertarik dengan pondok ini melalui dokumentasi kegiatan yang di unggah di media sosial”* (Informan\_4, 29/05/2025).

#### **4.2.5 People (Sumber Daya Manusia)**

Untuk memastikan bahwa para siswa menerima pendidikan sebaik mungkin, sangat penting untuk memiliki akses ke sumber daya manusia yang berkualitas. Ustadz Imam Zainudin, seorang guru, menguraikan hal ini dalam sebuah wawancara:

Bagaimana Pondok Pesantren Miftahul Huda memilih guru dan staf pendukung lainnya? Selain itu, seberapa berkualitas karyawannya?

*“Kami terlebih dahulu menilai perlunya penambahan guru dan karyawan saat merencanakan rekrutmen tenaga kependidikan dan pendidik. Dan untuk menjadi pendidik, seseorang harus terlebih dahulu lulus serangkaian ujian, termasuk ujian pengetahuan Al-Qur'an dan ujian kemampuan mengajar. Mereka yang berminat menjadi guru kemudian akan dievaluasi oleh pondok pesantren setelah masa percobaan selama satu bulan. Pengelola pondok pesantren memilih guru dan staf sekolah lainnya dari kalangan mereka sendiri. Ia secara konsisten menekankan perlunya merekrut orang-orang yang berdedikasi pada pekerjaan mereka sebagai pendidik dan yang profesional dalam pendekatan mereka. Guru dan staf sekolah lainnya berasal dari semua lapisan masyarakat, tetapi alumni Pondok Pesantren Miftahul Huda diberi kesempatan pertama saat mengisi posisi guru. Sementara itu, pendidik direkrut dari kalangan staf senior pondok pesantren. Untuk memenuhi syarat menjadi guru, seseorang harus memiliki kepribadian Islam, membaca dan memahami Al-Qur'an, mengenal kitab*

*kuning (nahwu shorof) dan pelajarannya, dan memiliki keinginan yang kuat untuk belajar. Penempatan tugas mereka tetap menentukan situasi bagi tenaga kependidikan. Terkadang, pengalaman menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan untuk penugasan tertentu.” (Informan\_3, 23/05/2025).*

Ustad Abu Hanifah, pimpinan pondok pesantren, selanjutnya ditanya oleh peneliti tentang apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda menyelenggarakan pelatihan guru. Apakah guru mendapatkan kompensasi?

*“Guru dididik dan dilatih di Pondok Pesantren Miftahul Huda di bawah pengawasan pimpinan pondok. Keikutsertaan dalam program pelatihan untuk meningkatkan kualitas keterampilan, pengetahuan, dan sikap guru akan dikomunikasikan setiap tahun. Sebagai bentuk apresiasi, pimpinan pondok pesantren memberikan penghargaan kepada instruktur yang berprestasi. Penghargaan diberikan di akhir tahun ajaran sebagai bentuk pengakuan atas kerja keras dan keberhasilan santri yang telah dibimbing dan mampu memberikan kontribusi bagi peningkatan prestasi pondok pesantren.” (Informan\_1, 18/05/2025).*

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Ustadz Rizky Veri selaku pengurus, bahwa:

*“Pihak pesantren menginformasikan kepada para alumni karena untuk mengoptimalkan SDM yang ada sebagai pengajar, serta dalam proses pembelajaran secara keseluruhan para pengajar diberi kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pembelajarannya sesuai dengan materi yang ingin disampaikan, seperti metode dialog, praktik dan lainnya yang tentu dipadukan dengan nilai islam sesuai dengan ciri khas pesantren.” (Informan\_2, 25/05/2025).*

Sebagai santri, Febri yang merasakan sumber daya yang ada di pondok pesantren, mengajatakan:

*“Para pengurus di pondok benar-benar memberikan pelayanan pendidikan yang baik, begitupun para pengajar, beliau sudah sangat menguasai materi yang disampaikan dengan metode yang dapat dimengerti” (Informan\_4, 29/05/2025).*

#### 4.2.6 *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Pelanggan layanan pendidikan Pondok Pesantren Miftahul Huda berhak merasa puas dengan bukti fisik sekolah. Dalam sebuah wawancara, Ustadz Rizky Veri, yang memimpin pondok pesantren tersebut, menjelaskan hal ini:

Apakah saya harus percaya bahwa ruang kelas dan infrastruktur sekolah lainnya di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah sesuai standar? Selain itu, apa saja yang harus dilakukan untuk menjaga fasilitas fisik pondok pesantren tetap dalam kondisi baik?

*“Fasilitas pondok pesantren tentu saja sudah sesuai standar dari segi infrastruktur, karena kenyamanan para santri adalah yang terpenting. Para santri dapat belajar dan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler dengan lebih mudah karena semua fasilitas tersedia untuk mereka. Oleh karena itu, untuk membuat fasilitas tersebut nyaman mungkin bagi para santri, kami terus berupaya untuk meningkatkan dan melengkapinya. Kami juga akan mendapatkan rasa hormat dari lingkungan sekitar jika fasilitas kami berkelas.”* (Informan\_2, 25/05/2025).

Hal serupa juga diutarakan oleh Ustadz Abu Hanifah selaku kepala pondok, bahwa:

*“Secara umum fasilitas pendidikan yang disediakan Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah memadai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan. Fasilitas Pesantren di dukung dengan sarana pendidikan seperti, perpustakaan, laboratorium computer, laboratorium micro teaching dan sarana olahraga. Untuk pemeliharaan fasilitas, pihak pesantren bekerja sama dengan RT dan RW maupun tokoh masyarakat, untuk bersama-sama menjaga lingkungan sekitar pesantren.”* (Informan\_1, 18/05/2025).

Febri sebagai salah satu santri merasakan adanya kenyamanan dan keamanan saat belajar, hal ini dibuktikan dengan pendapatnya:

*“Ruang kelas dan tempat tinggal yang nyaman membuat saya betah berada di pondok pesantren ini, ditambah lagi banyak fasilitas penunjang sehingga*

*semua tersedia dan kita tidak merasa bosan berada di dalam pesantren”* (Informan\_4, 29/05/2025).

Begitupun Ustadz Imam Zainudin sebagai pengajar juga merasakan hal yang sama:

*“Para pengajar diberi fasilitas yang sangat nyaman, seperti kelas madrasah dan kantin yang bersih dan nyaman”* (Informan\_3, 23/05/2025).

#### **4.2.7 Process (Proses)**

Agar para siswa memperoleh pengalaman pendidikan yang layak, para pendidik harus melaksanakan sejumlah tugas yang berkaitan dengan pelaksanaan proses pendidikan. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang langkah-langkah yang ditempuh para siswa selama belajar di Pondok Pesantren Miftahul Huda, peneliti berbincang dengan Ustad Abu Hanifah, Kepala Pondok

*“Bahwa Pondok Pesantren Miftahul Huda mengikuti model pondok pesantren salafiyah, yang menggabungkan sejumlah praktik yang lazim di lembaga pendidikan konvensional. Dua pendekatan utama dalam pendidikan dipraktikkan di Miftahul Huda. Salah satunya adalah metode sorogan, yang melibatkan interaksi langsung antara instruktur dan siswa yang lainnya adalah metode bandongan, di mana siswa duduk berkelompok dan mencatat. Apa yang diingat oleh setiap guru dari masanya sebagai siswa memiliki dampak yang signifikan terhadap metode yang digunakannya di kelas dan sumber daya yang disediakan untuk para siswanya.”* (Informan\_1, 18/15/2025).

Hal tersebut selaras dengan apa yang dikatakan Ustadz Abu Hnifah selaku kepala pondok:

*“Kami menyediakan para pengajar yang memang sudah ahli di bidangnya, jadi para santri bisa memahami setiap materi yang diberikan, kemudian para santri juga banyak yang berprestasi dalam bidang seni islami, dimana itu hasil dari ekstrakurikuler di pondok pesantren”* (Informan\_2, 25/05/2025).

Ustadz Imam Zainudin dalam perannya sebagai guru juga menyampaikan hal serupa:

*“Metode pengajaran yang dilakukan oleh guru di Pondok Pesantren Miftahul Huda memang bersifat sorogan atau bandongan, namun guru diberikan kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pengajaran sesuai dengan materi yang akan disampaikan, seperti metode dialog, praktik dan lain-lain yang tentunya dipadukan dengan nilai-nilai Islam sesuai dengan karakteristik pondok pesantren tersebut.”* (Informan\_3, 23/05/2025).

Peneliti menanyakan kepada seorang santri bernama Febri tentang tata tertib di Pondok Pesantren Miftahul Huda, khususnya apakah ada tata tertib yang dapat menjamin keselamatan santri dan staf. Bagaimana praktiknya?

*“Setiap orang di pondok pesantren, baik santri, pengajar, maupun staf, diharapkan untuk menaati tata tertib. Sebagai ilustrasi, mari kita contohkan bahwa kita sebagai santri selalu berusaha untuk tepat waktu masuk kelas dan menyerahkan tugas tepat waktu serta berusaha semaksimal mungkin.”* (Informan\_4, 29/05/2025).

### 4.3 Triangulasi Data

Bagian ini menyediakan tabel yang menguraikan proses triangulasi sumber yang digunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan dan memvalidasi keandalan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber dan pada waktu yang berbeda. Tabel berikut menampilkan hasil triangulasi data wawancara:

**Tabel 4.3**  
**Triangulasi Sumber**

No	Fokus	Informan 1 (Kepala Pondok)	Informan 2 (Pengurus)	Informan 3 (Pengajar)	Informan 4 (Santri)
1	Produk	Program kegiatan di Pondok	Dalam menentukan	Kurikulum yang digunakan dan	Selama saya belajar di

		<i>Pesantren Miftahul Huda berkaitan dengan ilmu-ilmu akhirat, para santri sudah dibekali dengan pembiasaan pembiasaan sesuai dengan ajaran Islam dan Akhlakul Karimah.</i>	<i>program kegiatan, pesantren melakukan kegiatan evaluasi dan rapat tahunan terhadap program pesantren yang sedang dijalankan. Selain itu pesantren juga melakukan kegiatan pemasaran dari beberapa program kegiatannya</i>	<i>menjadi ciri khas Pondok Pesantren Miftahul Huda ini disebut dengan salafiyah yaitu terletak di kurikulum salahfiyahnya, yaitu masih menggunakan kitab-kitab kuning sebagai mata pelajarannya</i>	<i>pesantren ini, saya benar-benar merasakan pembelajaran kitab salaf dengan metode yang klasik. Kemudian saat acara muhadhoroh, saya juga dibiasakan untuk berdakwah di depan umum</i>
2	<i>Harga</i>	<i>Biaya pendidikan dirancang berdasarkan kebutuhan dalam pelaksanaan pembelajaran, yang semua pendanaan tersebut dibayarkan di setiap awal bulan dengan harapan seluruh program yang disiapkan bagi para santri dapat terlaksana dengan baik</i>	<i>Biaya yang dikeluarkan oleh para santri disesuaikan dengan sarana prasarana yang disediakan oleh pesantren.</i>	<i>Para santri tidak merasa diberatkan dengan biaya di pondok pesantren ini yang relatif murah, para pengajar juga mengajar dengan dasar ikhlas tanpa mengharap balasan gaji.</i>	<i>Alhamdulillah, biaya pendidikan pesantren lebih murah dengan kualitas yang terbaik, sehingga mampu mendukung kondisi ekonomi keluarga saya</i>
3	<i>Tempat</i>	<i>Lokasinya tidak jauh dari jalan raya sehingga akses menuju ke lokasi mudah, dapat menggunakan berbagai transportasi umum seperti kereta api, roda empat maupun roda dua</i>	<i>Pesantren terletak dekat jalan utama sehingga mudah diakses namun tetap tenang, dengan lingkungan yang nyaman, mayoritas beragama Islam, dan keamanan terjaga karena berada di sekitar perumahan warga.</i>	<i>Pondok ini berada di lokasi yang strategis, jadi kami para pengajar tidak kesulitan saat berangkat menuju pondok pesantren dengan jalanan yang mudah dijangkau</i>	<i>Lokasinya strategis karena tidak terlalu dekat dengan Jalan Jaya sehingga tidak bising, namun tetap mudah diakses ke Pondok Pesantren Miftahul Huda dan dekat dengan kampus saya, sehingga waktu tempuh ke kampus singkat.</i>
4	<i>Promosi</i>	<i>Promosi Pondok Pesantren Miftahul</i>	<i>Pesantren dikelola terpusat</i>	<i>Kami juga ikut mempromosikan</i>	<i>Media promosi pondok ini</i>

		<i>Huda dilakukan melalui mulut ke mulut oleh santri, prestasi lulusan sebagai bukti kualitas, media cetak seperti brosur dan spanduk, serta media elektronik seperti YouTube, Facebook, dan Instagram untuk menyebarkan informasi secara luas dan efisien.</i>	<i>oleh pimpinan dan didukung tenaga pendidik serta pengurus, dengan fokus utama meningkatkan kualitas layanan pendidikan sebagai strategi utama sebelum melakukan promosi</i>	<i>pondok pesantren dari mulut ke mulut, kami mengajak keluarga, teman, dan tetangga untuk mondok di pondok pesantren miftahul huda.</i>	<i>sangat efektif; saya mengetahui pondok melalui media sosial yang rutin mengunggah kegiatan bermanfaat, serta ajakan dari beberapa teman yang membuat saya tertarik untuk mondok di sini</i>
5	SDM	<i>Pondok Miftahul Huda memberikan pelatihan tahunan kepada guru sesuai arahan pimpinan pesantren untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap, serta memberikan reward bagi guru berprestasi sebagai bentuk apresiasi.</i>	<i>Pihak pesantren menginformasikan kepada alumni bahwa untuk mengoptimalkan SDM pengajar, setiap pengajar diberi kebebasan memilih metode pembelajaran seperti dialog, praktik, dan lainnya yang dipadukan dengan nilai Islam sesuai ciri khas pesantren.</i>	<i>Dalam merencanakan rekrutmen pendidik dan tenaga kependidikan, kami evaluasi kebutuhan penambahan guru dan pegawai. Tenaga pendidik wajib mengikuti tes baca Al-Qur'an dan tes mengajar.</i>	<i>Para pengurus di pondok benar-benar memberikan pelayanan pendidikan yang baik, begitupun para pengajar; beliau sudah sangat menguasai materi yang disampaikan dengan metode yang dapat dimengerti</i>
6	Bukti Fisik	<i>Tentunya fasilitas yang di miliki pesantren sudah sesuai dengan standar sarana prasarana, karena kenyamanan merupakan point penting bagi para santri. Dengan adanya fasilitas yang serba ada mempermudah para santri untuk kegiatan belajar dan kegiatan-kegiatan lainnya</i>	<i>Fasilitas Pesantren di dukung dengan sarana pendidikan seperti, perpustakaan, laboratorium computer, laboratorium micro teaching dan sarana olahraga. Untuk pemeliharaan fasilitas, pihak pesantren bekerja sama dengan RT dan RW maupun</i>	<i>Para pengajar diberi fasilitas yang sangat nyaman, seperti kelas madrasah dan kantir yang bersih dan nyaman</i>	<i>Ruang kelas dan tempat tinggal yang nyaman membuat saya betah berada di pondok pesantren ini, ditambah lagi banyak fasilitas penunjang sehingga semua tersedia dan kita tidak merasa bosan berada di dalam pesantren</i>

			<i>tokoh</i>		
7	<i>Proses</i>	<i>Metode pembelajaran yang menjadi ciri utama di Miftahul Huda ada 2 yaitu, pertama metode sorogan proses belajar mengajar secara face to face antara guru dan para santri, kedua metode bandongan metode pembelajaran ini peserta didik secara kolektif mendengarkan dan membuat catatan.</i>	<i>Kami menyediakan para pengajar yang memang sudah ahli di bidangnya, jadi para santri bisa memahami setiap materi yang diberikan, kemudian para santri juga banyak yang berprestasi dalam bidang seni islami, dimana itu hasil dari ekstrakurikuler di pondok pesantren.</i>	<i>Para guru diberi kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pembelajaran sesuai dengan materi yang ingin disampaikan, seperti metode dialog, praktik dan lainnya yang tentu dipadukan dengan nilai islam sesuai dengan ciri khas pesantren</i>	<i>Tata tertib di pesantren wajib dipatuhi oleh semua, termasuk peserta didik, guru, staf, dan pimpinan. Sebagai peserta didik, kami berusaha disiplin dengan tidak terlambat, masuk kelas tepat waktu, dan menyelesaikan tugas dengan usaha maksimal.</i>

Setelah penyajian triangulasi wawancara diatas, pada tahap berikutnya disajikan proses triangulasi data dari berbagai sumber, sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Triangulasi Teknik**

No	Fokus	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
1	Produk	<i>Menggunakan kitab-kitab kuning sebagai mata pelajarannya, para santri sudah dibekali dengan pembiasaan pembiasaan sesuai dengan ajaran Islam dan Akhlakul Karimah.</i>	Memiliki beberapa produk unggulan yang ditawarkan antara lain yaitu program membaca kitab kuning, tilawatil Qur'an, muhadhoroh (ilmu kemasyarakatan), peringatan hari besar Islam.	

2	Harga	<i>Biaya pendidikan pesantren lebih murah dengan kualitas yang terbaik, pendanaan tersebut dibayarkan di setiap awal bulan dengan harapan seluruh program yang disiapkan bagi para santri dapat terlaksana dengan baik</i>	Biaya yang dibebankan ke para santri dihitung cukup murah, dengan seluruh fasilitas yang sangat memadai untuk menunjang kegiatan belajar para santri.	
3	Tempat	<i>Lokasinya tidak terlalu dekat jalan jaya sehingga tidak bising, namun juga tidak terlalu jauh sehingga akses menuju pondok pesantren Miftahul Huda mudah, keamanan pesantren yang selalu terjaga karena berada disekitar perumahan warga.</i>	Cukup aman karena berada di lingkungan rumah warga, selain itu pimpinan pesantren sekaligus mudir pondok dan para santri yang tinggal di lingkungan pesantren. Kemudian untuk memelihara fasilitas pesantren cukup baik karena pihak pesantren memperkerjakan petugas keamanan yang bekerja sama dengan RT dan RW maupun tokoh masyarakat di sekitar lingkungan pesantren.	 
4	Promosi	<i>Promosi dilakukan dari mulut ke mulut, lulusan berprestasi, media cetak, dan media sosial. Promosi dilakukan dengan memastikan kualitas pelayanan jasa pendidikan yang ditawarkan pesantren kepada masyarakat.</i>	Promosi pesantren dilakukan melalui empat cara: pertama, dari mulut ke mulut oleh para santri yang menilai layanan pendidikan berkualitas; kedua, melalui prestasi lulusan sebagai bukti keberhasilan menarik minat masyarakat; ketiga, lewat media cetak seperti brosur dan spanduk; dan keempat, melalui media elektronik seperti YouTube, Facebook, dan Instagram agar informasi pesantren	

			tersebar luas dengan biaya dan tenaga yang efisien.	
5	SDM	<i>Memberikan pendidikan dan pelatihan pada guru sesuai arahan pimpinan pesantren, dalam proses pembelajaran secara keseluruhan para pengajar diberi kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pembelajarannya sesuai dengan materi yang ingin disampaikan.</i>	Para pendidik dan tenaga kependidikan Pondok Pesantren Miftahul Huda memiliki sikap dan perilaku yang mencerminkan kepribadian islami dan memiliki motivasi yang baik karena memandang aktivitasnya sebagai ibadah dan amal kebaikan.	 
6	Bukti Fisik	<i>Fasilitas yang dimiliki pesantren sudah sesuai dengan standar sarana prasarana, dengan adanya fasilitas yang serba ada mempermudah para santri untuk kegiatan belajar dan kegiatan-kegiatan lainnya.</i>	Fasilitas pendidikan yang disediakan Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah memadai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan. Sehingga bukti fisik yang dimiliki Pondok Pesantren Miftahul Huda bisa menjadi daya tarik bagi pelanggan jasa pendidikan	 
7	Proses	<i>Pertama metode sorogan proses belajar mengajar secara face to face antara guru dan para santri, kedua metode bandongan metode pembelajaran ini peserta didik secara kolektif mendengarkan dan membuat catatan</i>	Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan dan menyelenggarakan materi salafiyah (Kitab Kuning). Sehingga para peserta didik dapat mempelajari berbagai ilmu pengetahuan agama lebih mendalam.	 

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Peneliti bermaksud membahas temuan-temuan berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Pondok Pesantren Miftahul Huda, sebuah lembaga pendidikan yang menganut kurikulum salafiyah yang sangat bertumpu pada pelajaran kitab kuning. Sejumlah individu, termasuk kepala pondok pesantren, pengurus, guru, dan santri, turut berpartisipasi sebagai informan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil wawancara dengan sumber data yang telah ditetapkan dan dilengkapi dengan hasil observasi serta studi dokumen dari penelitian tentang “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pondok Pesantren Miftahul Huda”

##### **4.4.1 Produk yang ditawarkan Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah reputasi, peluang, pendidikan bermutu tinggi, dan prospek yang ditawarkan kepada pelanggan. Santri juga memiliki kesempatan untuk menentukan pilihannya sendiri. Pondok Pesantren Miftahul Huda telah tanggap terhadap kebutuhan masyarakat dengan menawarkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan tersebut. Penerimaan positif yang diterima Pondok Pesantren Miftahul Huda dari masyarakat umum menjadi buktinya. Pondok pesantren ini menyelenggarakan pertemuan tahunan untuk membahas program-program yang dijalankannya dan mengevaluasi produk-produk yang dihasilkannya, sehingga dapat dipastikan produk-produk tersebut akurat dan sesuai. Melakukan hal ini secara rutin membantu pesantren mempertahankan standarnya yang tinggi, mendongkrak reputasinya, meningkatkan peluang masa depan pesantren, dan memberi manfaat bagi para siswa yang lulus dari pesantren. Berikut ini adalah beberapa program Pesantren Miftahul Huda yang paling populer yang telah mereka kembangkan untuk memenuhi tuntutan dan harapan para siswanya:

1. *Core Benefit* atau produk utama, yang merupakan keuntungan yang benar-benar dibutuhkan dan akan digunakan oleh klien. Para siswa di Pesantren Miftahul Huda mengembangkan rutinitas yang sejalan dengan hukum Islam dan praktik *Akhlakul Karimah*. Misalnya:

- a) Membaca Kitab Kuning

Membaca kitab kuning merupakan kegiatan belajar yang khas di Pesantren Miftahul Huda, yang membedakannya dengan pesantren lainnya. Para siswa di Pesantren Miftahul Huda tidak hanya mempelajari kitab kuning, tetapi mereka juga menerima materi nahwu shorof untuk membantu mereka membaca kitab-kitab tersebut bahkan sebelum mereka mulai membacanya. Bacalah kitab kuning ketika nahwu shorof sudah cukup umur. Bandongan dan sorogan merupakan dua pendekatan klasik yang digunakan untuk mempelajari kitab kuning. Dalam bandongan, guru membaca dan menerangkan sementara santri mendengarkan. Dalam sorogan, santri membaca dan menerangkan sementara guru mendengarkan. Salah satu ciri khas membaca kitab kuning di Pondok Pesantren Miftahul Huda adalah metode klasikal ini. *Mantan Jurumiyah, Imrithi, Alfiyah, Safinatun Najah, Fathul Qorib, Fathul Mu'in, Tafsir Jalalain, Riyadhus Shalihin, Nashoihul Ibad, Kifayatul Atqiya, Ta'limul Muta'alim, Arbain Nawawi*, dan masih banyak lagi merupakan kitab-kitab kuning yang dipelajari di Pondok Pesantren Miftahul Huda.

- b) Tilawatil Qur'an

Membaca Al-Qur'an dengan suara lantang merupakan salah satu bentuk seni di Pondok Pesantren Miftahul Huda, dan salah satu tujuannya adalah untuk membantu santri mengembangkan kemampuan membaca ayat-ayat dengan cara yang indah dan enak didengar. Yang membuat program tilawah Al-Qur'an di Pondok Pesantren Miftahul Huda istimewa bukan hanya itu

saja. Di sisi lain, para santri belajar mengaji di berbagai kelas. Contohnya, pengajian khusus yang berkaitan dengan ilmu agama dan perayaan maulid Nabi. Para santri yang menamatkan pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda dipersiapkan untuk mengaji di depan umum dengan percaya diri dan berwibawa.

c) *Muhadhoroh* (Ilmu Kemasyarakatan)

Membaca Al-Qur'an dengan suara lantang merupakan salah satu bentuk seni di Pondok Pesantren Miftahul Huda, dan salah satu tujuannya adalah untuk membantu santri mengembangkan kemampuan membaca ayat-ayat dengan cara yang indah dan enak didengar. Yang membuat program tilawah Al-Qur'an di Pondok Pesantren Miftahul Huda istimewa bukan hanya itu saja. Di sisi lain, para santri belajar mengaji di berbagai kelas. Contohnya, pengajian khusus yang berkaitan dengan ilmu agama dan perayaan maulid Nabi. Para santri yang menamatkan pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda dipersiapkan untuk mengaji di depan umum dengan percaya diri dan berwibawa.

d) Peringatan Hari Besar Islam dan Nasional

Di Pondok Pesantren Miftahul Huda, kami merayakan hari besar penting dengan berbagai acara. Untuk Hari Kemerdekaan Indonesia (HUT RI), kami menyelenggarakan lomba peringatan. Untuk Idul Adha, kami menyembelih hewan kurban dan memberikan dagingnya kepada yang membutuhkan. Dan untuk Muhharam, kami melanjutkan tradisi membantu anak yatim, fakir miskin, dan orang yang membutuhkan. Acara seperti ini sangat bagus untuk mengenalkan santri dengan hari besar keagamaan dan nasional di Indonesia. Melalui sejumlah cara ini, pesantren dapat secara tidak langsung terlibat dalam pemasaran.

Dari sekian banyak program unggulan yang ditawarkan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda, program pembacaan kitab kuning dan muhadhoroh merupakan program yang paling diminati oleh masyarakat atau mereka yang membutuhkan layanan pendidikan. Di sisi lain, program-program Pondok Pesantren Miftahul Huda yang memadukan nilai-nilai Islam dengan kegiatan pendidikan merupakan ciri khas yang membuat pondok pesantren ini diminati oleh masyarakat. Para santri dan masyarakat yang bercita-cita menjadi ahli di bidangnya akan merasakan hal ini selaras dengan keinginan mereka.

2. *Expected Product* atau produk harapan, yaitu produk yang ditawarkan. Di sini, kurikulum Salafiyah (Kitab Kuning) merupakan hal yang membedakan Pondok Pesantren Miftahul Huda dengan yang lain. Untuk lebih memahami proses pendidikan formal di Pondok Pesantren Miftahul Huda, peneliti mengamati tingkat pengajaran Madrasah Diniyah Salafiyah Matholi'ul Huda. Adapun mata kuliah dan pustaka yang dicakup oleh Madrasah Diniyah Salafiyah Matholi'ul Huda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Daftar Mata Pelajaran Madrasah Diniyah**

Tingkat Ula	Nahwu : Matan Jurumiyah Fiqih : Safinatun Najah Shorof : Amtsilah Tashrifiyah Al Qur'an : Tuhfatul Athfal Akhlak : Taisirul Kholaq Sejarah : Khulashoh Nurul Yaqin Tauhud : Aqidatul Awwam
Tingkat Wustho	Nahwu : Imrithi Fiqih : Fathul Qorib Shorof : Qowaidul I'rob Tafsir : Tafsir Jalalain Hadist : Bulughul Marom Faroid : Iddatul Farid Balaghoh : Qowaidul Lughoh
Tingkat Ulya	Nahwu : Alfiyah Ibn Malik Fiqih : Fathul Muin

	Qowaid Fiqih : Faroidul Bahiyyah Ushul Fiqih : As Sullam Ilmu Hadits : Baiquny Tauhid : Hasiyah Ad Dasuqi Balaghoh : Jawahirul Maknun Ilmu Hisab : Sullamun Nayyiroin
--	--

Madrasah Diniyah Salafiyah Matholi'ul Huda masih menggunakan kurikulum salafiyah dalam mata kuliah pendidikan, sebagaimana terlihat pada tabel di atas. Artinya, para santri dipersiapkan untuk terjun ke masyarakat dengan mempelajari kitab-kitab klasik dan pustaka pendukung lainnya.

Dari hasil observasi tersebut menunjukkan jika harga yang diterapkan pada Pondok Pesantren Miftahul Huda sebisa mungkin tidak memberatkan orang tua santri, dengan tidak adanya biaya pendaftaran dan biaya bulanan yang hanya dibayar sesuai dengan kemampuan orang tua santri. Dengan tarif harga seperti ini tentunya sama sekali tidak memberatkan orang tua santri namun apa yang diberikan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh orang tua santri.

Hal ini sesuai dengan teori yang dibahas pada BAB II lalu dimana Alma (2018) menjelaskan jika tujuan dari pemasaran Pendidikan memang lebih berfokus pada bagaimana cara agar lembaga mendapatkan citra yang baik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di layanan jasa tersebut.

Vania *et al.* (2025) juga menyatakan bahwa Kualitas Produk dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai senjata agar mampu mengungguli para pesaing di pasar. Suatu produk yang memiliki kualitas baik dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini tentu akan berperan dalam pembentukan Citra Merek yang positif.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam Qur'an Surah Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Bahwasannya umat beriman harus mematuhi praktik mengonsumsi hanya produk halal dan berlabel yang benar. Beberapa produk jasa pendidikan yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Miftahul Huda sangat bermanfaat bagi ummat islam, dan tentunya tidak melanggar syariat. Pondok Pesantren Miftahul Huda sangat memperhatikan kurikulum yang akan diajarkan kepada para santri, memilah dan memilih mana saja ilmu yang akan digunakan di masyarakat ketika para santri sudah kembali ke kampung halamannya.

#### 4.4.2 Harga yang dikenakan Pondok Pesantren Miftahul Huda

Strategi bauran pemasaran harus diikuti ketika menentukan harga, karena merupakan faktor utama dalam menentukan posisi. Nilai suatu layanan pendidikan merupakan faktor utama dalam menentukan biayanya. Dengan asumsi harga tetap terjangkau bagi konsumen dengan keterbatasan dana, konsumen bersedia membayar lebih untuk produk yang berkualitas tinggi.

Dalam menentukan biaya pendidikan santrinya, Pondok Pesantren Miftahul Huda mempertimbangkan kemampuan santri dan kebutuhan masyarakat sekitar yang meliputi berbagai latar belakang sosial ekonomi. Tujuannya adalah agar semua program santri dapat terlaksana secara efektif, sehingga semua biaya pendidikan dibayarkan pada awal setiap bulan. *Syahriyah* santri menyediakan sumber dana untuk infrastruktur dan program kegiatan belajar mengajar di Pondok Pesantren Miftahul Huda. Biaya pendaftaran ulang biasanya dibayarkan oleh santri saat tahun ajaran dimulai. Anggaran tersebut mencakup semua biaya selama satu tahun penuh.

Dukungan dana untuk Pondok Pesantren Miftahul Huda dijabarkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Biaya Pendidikan PP Miftahul Huda**

Pendaftaran	Uang Gedung Pondok	Rp. 250.000
	Uang Gedung Madrasah	Rp. 250.000
	Fasilitas Santri Baru	Rp. 300.000
	Atribut Santri Baru	Rp. 300.000
	Registrasi Madrasah	Rp. 250.000
Bulanan	Syahriah Pondok	Rp. 100.000
	Syahriyah Madrasah	Rp. 20.000
	Kos Makan	Rp. 150.000
Tahunan	Haflatul Imtihan	Rp. 80.000
	Iuran Ujian	Rp. 100.000
	Iuran Haul	Rp. 150.000
	Kalender	Rp. 25.000
	Kitab Madrasah	Rp. 150.000

Biaya pendidikan Pondok Pesantren Miftahul Huda masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan sekolah swasta lain yang menawarkan program studi dan fasilitas serupa, seperti yang terlihat dari daftar sumber yang digunakan untuk membiayai sekolah yang disediakan di atas. Karena terjangkau dan dapat beradaptasi dengan latar belakang sosial ekonomi masyarakat sekitar yang beragam, Pondok Pesantren Miftahul Huda menawarkan biaya pendidikan yang relatif murah.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam ayat 275 Surat Al-Baqarah

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُضَاعَفُونَ إِلَّا كَمَا يُضَاعَفُ الَّذِي يُتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Bahwasannya penetapan harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda sangat mempertimbangkan fasilitas yang diberikan dengan kemampuan para santri, tentunya tidak ada unsur riba didalamnya. Hal ini dibuktikan dengan Pondok Pesantren Miftahul Huda memberikan harga yang cukup terjangkau dengan fasilitas yang sangat memadai untuk menunjang kegiatan belajar para santri.

#### **4.4.3 Lokasi Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Lokasi sekolah ditentukan oleh lokasi yang tepat. Ketika memilih lokasi, Tjiptono mengatakan penting untuk mempertimbangkan seberapa mudah akses ke lembaga pendidikan tersebut melalui transportasi umum, karena ini merupakan faktor utama dalam menentukan apakah santri akan mendaftar atau tidak. Senada dengan itu, para santri menyebutkan bahwa lokasi turut memengaruhi proses pengambilan keputusan mereka.

Kelurahan Gading Kasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang merupakan lokasi Pondok Pesantren Miftahul Huda yang beralamat di Jalan Gading Pesantren No. 38. Lingkungan Pesantren Miftahul Huda yang berada di perkotaan sangat ideal untuk tujuan pendidikan, karena dekat dengan jalan raya, sehingga mudah diakses dengan berbagai pilihan transportasi umum (termasuk bus, taksi, dan kereta api). Namun, pondok pesantren ini tidak berada tepat di pinggir jalan raya, sehingga tidak akan ada polusi suara dari kendaraan yang lalu lalang. Pondok Pesantren Miftahul Huda memiliki keunggulan yang berbeda dengan pondok pesantren lain yang cenderung berada di daerah pedesaan, karena lokasinya yang strategis. Karena dapat memudahkan santri untuk mengakses dan memanfaatkan informasi yang dihasilkan dari luar yang relevan dengan pelajaran dan materi pelajaran lainnya.

Jika bertanya-tanya bagaimana cara menuju ke Pondok Pesantren Miftahul Huda, berikut ini adalah ikhtisar singkat mengenai budaya dan lingkungan sekitar pondok pesantren:

- 1) Angkutan umum memudahkan akses ke Pondok Pesantren Miftahul Huda. Lokasinya dekat dengan sejumlah perguruan tinggi ternama di Kota Malang, seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim, dan masih banyak lagi.
- 2) Mayoritas masyarakat dan warga sekitar Pondok Pesantren beragama Islam, dan mereka sangat mendukung kegiatan pondok pesantren dan segala kegiatannya.
- 3) Pondok Pesantren Miftahul Huda menjadi tempat yang tenang untuk menuntut ilmu karena lingkungan sekitar yang selalu dijaga ketat oleh warga sekitar dan adanya tempat tinggal bagi pengurus pondok pesantren yang selalu bertanggung jawab atas keselamatan santri.

Beberapa faktor diatas cukup sesuai dengan beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi untuk layanan jasa pendidikan menurut Tjiptono (2019) adalah sebagai berikut:

- a) Kenyamanan suatu tempat dapat dikunjungi atau dicapai dengan cepat oleh transportasi umum.
- b) Keterlihatan suatu objek atau area dengan jelas dari jarak standar.
- c) Kemacetan dan volume lalu lintas yang tidak terlalu tinggi.
- d) Tempat parkir yang cukup luas dan aman.
- e) Lokasi yang cukup memungkinkan perusahaan untuk tumbuh di masa mendatang.
- f) Kondisi alam yang menyediakan infrastruktur untuk layanan yang diberikan.
- g) Lokasi yang cukup jauh dari pesaing pesaing.

h) Terdapat izin bangunan yang ditetapkan oleh negara.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam ayat 56 Surat Al-A'raf

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Bahwasannya pemilihan lokasi Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah sangat tepat, hal ini dibuktikan dengan keberadaannya di tengah kota akan tetapi terletak di daerah yang nyaman dan agak jauh dari keramaian. Hal ini membuat para santri mudah menjangkau tempat manapun, belajar pun juga lebih tenang dari gangguan suara kendaraan.

#### **4.4.4 Promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Mempromosikan barang dan jasa suatu lembaga kepada khalayak yang lebih luas dengan harapan agar mereka lebih mudah menerima dan akhirnya membeli barang dan jasa tersebut merupakan salah satu contoh pemasaran promosi. Upaya pemasaran difokuskan pada upaya untuk menyebarkan informasi tentang suatu produk atau jasa. Mempromosikan profil, program, dan prestasi sekolah merupakan tujuan umum pemasaran jasa pendidikan. Meskipun ada berbagai cara untuk melakukan promosi.

Di Pesantren Miftahul Huda, pihak administrasi dan fakultas bekerja sama untuk mengkoordinasikan dan mengawasi semua bentuk pemasaran dan hubungan masyarakat. Karena pesantren tahu bahwa memastikan masyarakat mendapatkan pendidikan berkualitas tinggi lebih penting daripada mempromosikan staf yang ada, langkah selanjutnya adalah berupaya meningkatkan kualitas layanan pendidikan di pesantren. Upaya pemasaran untuk layanan pendidikan sangat bergantung pada kualitas pengajaran yang diterima siswa di pesantren, sehingga meningkatkan kualitas tersebut adalah tindakan yang tepat. Kegiatan promosi dapat dilakukan jika produk yang ditawarkan berkualitas tinggi.

## 1) Penjualan Personal

Ini adalah jenis iklan yang paling mendasar dan tidak rumit. Untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon siswa, kegiatan ini memerlukan komunikasi langsung antara masyarakat dan pesantren. Pesantren Miftahul Huda menggunakan metode promosi berikut:

### a) Promosi melalui para santri ke masyarakat luas

Ketika siswa merasa senang dengan layanan pendidikan pesantren, mereka akan menyebarkannya kepada orang lain di masyarakat. Bentuk promosi yang paling sederhana adalah promosi dari mulut ke mulut, yaitu santri menginformasikan kepada masyarakat tentang kondisi pondok pesantren. Pengalaman santri yang positif atau hasil belajar yang nyata akan menyebabkan promosi dari mulut ke mulut menyebar secara alami. Dengan demikian, mutu layanan pondok pesantren yang tinggi berbanding lurus dengan promosi ini.

### b) Promosi melalui lulusan

Persepsi masyarakat terhadap layanan pondok pesantren dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan melalui alumni. Para alumni yang sukses akan menjadi testimoni kualitas pendidikan yang diberikan pondok pesantren di masyarakat. Agar masyarakat mengetahui latar belakang pendidikan para alumni. Hal ini dapat meyakinkan konsumen bahwa Pondok Pesantren Miftahul Huda menghasilkan lulusan yang kompeten dan terampil dengan mengadakan ikatan alumni.

## 2) Promosi Media Cetak

Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan dua jenis materi promosi cetak, yaitu brosur dan spanduk. Berikut penjabarannya:

a) Brosur

Materi humas pondok pesantren sering kali berbentuk brosur. Beberapa topik yang dibahas dalam brosur tersebut berkaitan dengan kondisi terkini pondok pesantren, termasuk lokasi, tujuan dan visi, program pendidikan, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, persyaratan masuk dan pendaftaran, foto-foto kegiatan, dan banyak lagi. Brosur tersebut juga diperbarui setiap tahun oleh pondok pesantren dalam upaya untuk menarik minat calon santri dan masyarakat luas.

b) Spanduk

Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan spanduk sebagai pilihan kedua media cetak untuk beriklan. Spanduk dan brosur pada dasarnya memuat informasi yang sama, rincian tentang kondisi terkini pondok pesantren dan cara pendaftaran. Titik lemah di lapangan adalah keputusan pondok pesantren untuk hanya memajang satu spanduk di luar pintu masuk sekolah.

3) Promosi Media Elektronik

Karena informasi mengenai kondisi pesantren dapat dengan mudah disebarluaskan melalui media elektronik dengan biaya yang murah, maka media elektronik merupakan salah satu media promosi yang efektif dan efisien. Rozi *et al.* (2019) mengatakan bahwa *electronic word of mouth* bisa ditemukan dalam berbagai jaringan berbeda, blog, facebook, websites dan lainnya. *Electronic word of mouth* mungkin bisa memaksimalkan pemasaran namun juga dapat merusak keseimbangan reputasi dan citra merek ketika aktifitas tersebut menjadi tidak baik bagi perusahaan. Semua itu tergantung pada tujuan dan target dari segmennya. Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan media elektronik yang digunakan sebagai promosi, diantaranya:

a) Instagram

Media sosial Pesantren Miftahul Huda salah satunya adalah Facebook. Hal ini menjadi kabar baik karena Instagram merupakan media sosial yang saat ini sedang marak. Dengan adanya media sosial ini, pesantren dapat mendokumentasikan informasi mengenai kegiatan pesantren dan prestasi santri melalui foto dan video. Hal ini dilakukan untuk memudahkan orang tua dan calon santri dalam mengenal lebih jauh tentang Pesantren Miftahul Huda.

b) Facebook

Facebook mengikuti media sosial. Sama halnya dengan Instagram, Facebook dapat digunakan oleh pesantren untuk membagikan kegiatan program, berita, dan dokumentasi. Karena jumlah orang tua santri yang menggunakan Facebook masih sedikit, maka perbedaannya hanya terletak pada jumlah pengguna.

c) Channel youtube

Sama halnya dengan Instagram dan Facebook, YouTube merupakan media sosial yang menarik dan efektif. Siaran langsung ngaji dan acara penting sekolah lainnya akan membantu calon santri dan keluarga mereka untuk mengenal pondok pesantren melalui media promosi ini.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam ayat 143 surah Al-An'am

تَبَيَّنُونِي بِعِلْمٍ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Bahwasannya kegiatan promosi yang dilaksanakan Pondok Pesantren Miftahul Huda dengan menampilkan bukti nyata yang terjadi di pondok pesantren,

seperti kegiatan mengaji para santri, kegiatan ekstrakurikuler, peringatan hari besar islam, dan lain sebagainya. Tidak ada unsur meleih-lebihkan apalagi sampai menjatuhkan instansi lainnya.

#### **4.4.5 Sumber Daya Manusia Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Guru dan staf sekolah lainnya merupakan sumber daya manusia di sini. Agar sistem pendidikan dapat berjalan, sumber daya manusia sangatlah penting. Kegiatan mengajar, pengembangan kurikulum, dan penyediaan layanan teknis merupakan tanggung jawab tenaga kependidikan dan pendidik, yang juga bertanggung jawab untuk mengoordinasikan pelaksanaan proses pendidikan. Guru dan staf sekolah lainnya memegang peranan penting dalam program pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda. Guru dan staf sekolah lainnya di Pondok Pesantren Miftahul Huda mendapatkan kesempatan pengembangan profesional berkelanjutan untuk mengasah keterampilan mereka dan menegakkan prinsip-prinsip keunggulan sekolah. Untuk itu, Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan strategi berikut dalam upayanya mendapatkan staf pengajar dan pendukung yang berkualitas:

##### **1) Proses Rekrutmen Pendidik dan Tenaga Kependidikan**

Di antara sekian banyak langkah yang harus dilakukan untuk mendapatkan guru dan staf sekolah yang berkualitas, salah satunya adalah dengan menyebarkan informasi kepada mantan santri dan staf pengajar pondok pesantren. Hal ini membantu memaksimalkan sumber daya manusia di sekolah. Kedua, harus mengikuti sejumlah ujian, termasuk ujian mengajar Al-Quran dan ujian membaca Al-Quran. Terakhir, pesantren akan mengevaluasi dan menilai calon guru setelah satu bulan masa percobaan mengajar jika mereka lulus ujian awal. Anggota staf di pesantren Miftahul Huda direkrut dari kalangan staf pengajar senior. Para pendidik diharuskan memenuhi kualifikasi tertentu, termasuk

berkepribadian Islami, fasih membaca dan menghafal Al-Qur'an, pengetahuan tentang prinsip-prinsip ilmiah yang diuraikan dalam kitab kuning seperti nahwu shorof, berkeinginan yang kuat untuk belajar, serta memiliki akhlaq yang baik dan pantas untuk menjadi panutan. Menurut Maksum *et al.* (2020) orang yang memiliki etika kerja islami yang tinggi maka mereka akan memiliki akhlak yang baik untuk berpartisipasi dan terlibat dalam pekerjaan dengan cara yang baik. Bagi guru dan karyawan sekolah lainnya, hal ini masih bersifat khusus dalam beberapa kasus, pengalaman kerja sebelumnya mungkin diperlukan.

## 2) Reward bagi Tenaga Pendidik Pondok Pesantren Miftahul Huda

Untuk menunjukkan penghargaan bagi para pendidik yang luar biasa, Pesantren Miftahul Huda memberikan penghargaan. Sebagai pengakuan atas kerja keras mereka dan keberhasilan para siswa di bawah bimbingan mereka, atau atas cara-cara mereka membantu pesantren mencapai tujuannya, para guru sering diberi penghargaan dan ganjaran pada Hari Guru. Mereka yang bekerja sebagai staf di Pondok Pesantren Miftahul Huda sangat dihargai oleh pihak pondok. Hal ini dikarenakan staf di Pondok Pesantren Miftahul Huda merupakan pihak yang berhadapan langsung dengan klien yang membutuhkan layanan pendidikan. Pihak pondok memberikan gaji pokok kepada para pendidik dan tenaga kependidikan sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku guna menjamin kesejahteraan mereka.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam ayat 32 Surat Az-Zukhruf

بَعْضِ فَوْقَ بَعْضِهِمْ وَرَفَعْنَا الدُّنْيَا الْحَيٰوةَ فِي مَعِيَشَتِهِمْ بَيْنَهُمْ فَسَمْنَا نَحْنُ ۗ رَبِّكَ رَحْمَتٌ يَّفْسَمُونَ اٰهَمَّ  
يَجْمَعُونَ مِمَّا خَيْرٌ رَبِّكَ وَرَحْمَتٌ ۗ سُخْرِيًّا بَعْضًا بَعْضُهُمْ لِيَتَّخِذَ دَرَجَاتٍ

Bahwasannya Pondok Pesantren Miftahul Huda memberikan pelayanan berupa dewan pengajar yang sangat kompeten di bidangnya. Unruk menjadi pengajar pun memerlukan tahapan yang cukup panjang, maka dari itu para santri juga mendapatkan ilmu yang maksimal dari pengajar yang berkualitas.

#### **4.4.6 Bukti Fisik Pondok Pesantren Miftahul Huda**

Bukti fisik adalah lingkungan tempat lembaga pendidikan menjalankan kegiatannya dan berinteraksi dengan orang-orang yang menggunakan kegiatan tersebut (misalnya, siswa, orang tua, masyarakat, dan lain-lain). Lingkungan ini berisi benda-benda dan materi nyata yang membantu penyampaian dan penerimaan layanan pendidikan. Sejumlah hal menjadi bukti konkret dalam bidang pendidikan, khususnya di lembaga pendidikan Islam, khususnya pesantren.

Jika dibandingkan dengan pesantren lain, Pesantren Miftahul Huda secara umum memiliki fasilitas pendidikan yang memadai. Calon nasabah jasa pendidikan mempertimbangkan fasilitas pendidikan yang dimiliki pesantren. Nasabah jasa pendidikan cenderung memilih penyedia jasa pendidikan yang memiliki fasilitas pendidikan yang lebih baik dan memadai.

Fasilitas pendidikan yang dimiliki Pesantren Miftahul Huda berupa bangunan yang sangat besar dengan tempat parkir dan sepuluh gedung apartemen untuk siswa. Di dalam bangunan Madrasah Diniyah terdapat sepuluh ruang kelas dan semuanya memiliki peralatan yang memadai.

Fasilitas Pesantren di dukung dengan sarana pendidikan yaitu:

- 1) Perpustakaan
- 2) Kantor Pengurus dan Kantor Madrasah
- 3) Ruang Tamu
- 4) Aula Pertemuan

- 5) Laboratorium Micro Teaching
- 6) Sarana Olahraga
- 7) Masjid yang bisa digunakan untuk umum
- 8) Tempat parkir yang luas dan nyaman

Dengan semua prasarana dan fasilitas yang memadai, Pesantren Miftahul Huda memiliki peralatan yang lengkap untuk memberikan pendidikan yang unggul. Sehingga calon santri tertarik untuk mendaftar di Pondok Pesantren Miftahul Huda karena aset berwujud yang dimilikinya.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam ayat 1-5 dari Surah At-Takaatsur

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ ۝ ۱ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۝ ۲ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ۳ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ۴ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ  
عِلْمَ الْيَقِينِ ۝ ۵

Bahwasannya Pondok Pesantren Miftahul Huda membrikan pelayana dan fasilitas yang memadai untuk menunjang kegiatan belajar para santri. Fasilitas dan bangunannya pun sederhana dan tidak berlebihan, semua bangunan yang ada di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah dipetakan secara strategis, jadi memudahkan para santri untuk menjangkau bangunan satu dengan bangunan lainnya.

#### 4.4.7 Proses Pelayanan Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda

Proses merupakan serangkaian langkah yang memudahkan pengalihan layanan dari pembuatnya kepada pengguna akhir. Istilah "proses" memiliki makna khusus dalam bidang pendidikan, yakni serangkaian langkah yang ditempuh oleh sekolah untuk memastikan santrinya memperoleh pembelajaran yang dibutuhkan

untuk mencapai tujuan akademisnya. Bagi santri, proses layanan hanyalah awal dari pengalaman pendidikan yang menyenangkan dan menarik.

Di Pondok Pesantren Miftahul Huda, santri menjalani proses pembelajaran terstruktur yang diawali dengan kurikulum yang disusun dengan menggunakan muatan salafiyah (Kitab Kuning) dan diakhiri dengan rencana pelaksanaan pembelajaran. Pengajaran dan pembelajaran di pondok pesantren ditandai dengan otonomi yang tinggi bagi para pengajar, yang bebas menggunakan berbagai strategi termasuk, namun tidak terbatas pada, metode dialog, praktik, dan lain-lain dalam rangka menyampaikan ilmu pengetahuan yang semuanya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Di antara sekian banyak ciri khas Pondok Pesantren Miftahul Huda adalah pendekatan pendidikan berikut ini:

- 1) Metode Sorogan, yang melibatkan instruktur dan siswa bertemu langsung untuk memberikan pelajaran. Siswa dengan kemampuan tinggi akan menyelesaikan pelajaran dengan cepat karena mereka mendapatkan penjelasan yang jelas dari guru mereka, dan guru dapat mengetahui dengan tepat seberapa baik siswa mereka menggunakan metode ini. Komitmen waktu yang terlibat merupakan kelemahan utama dari pendekatan ini.
- 2) Pendekatan kedua adalah Metode Bandongan, yang merupakan bentuk ceramah kelompok di mana siswa mencatat dan mendengarkan guru pada saat yang sama. Kecepatan dan kepraktisan metode ini merupakan kekuatannya, tetapi tradisi yang dirasakannya merupakan kelemahannya.

Berdasarkan apa yang telah kita pelajari sejauh ini, tampaknya Pondok Pesantren Miftahul Huda mengikuti model pesantren salafiyah, yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan praktik lama dalam pendidikan Islam. Dengan demikian, pendekatan pendidikannya tidak hanya sorogan atau bandongan, tetapi juga mencakup apa yang sekarang disebut sebagai gagasan pendidikan klasik modern dengan suatu pendekatan pembelajaran yang aktif, kreatif, dan inovatif.

Singkatnya, Pesantren Miftahul Huda memiliki bauran pemasaran yang solid. Pesantren ini menawarkan berbagai program dan layanan yang menarik bagi selera dan minat masyarakat, dan biayanya pun masih relatif terjangkau dibandingkan dengan pesantren lainnya. Lokasinya ideal untuk kegiatan pendidikan, dan pesantren ini mempromosikan dirinya melalui alumni, siswa saat ini, media cetak dan sosial, serta pelatihan guru. Fasilitas dan infrastruktur pesantren ini lengkap. Menurut teori Zeithaml dan Bitner, bauran pemasaran merupakan komponen yang dapat dikendalikan dari mekanisme komunikasi dan kepuasan organisasi pendidikan terhadap siswa. Hasil bauran pemasaran yang diterapkan mendukung teori ini.

Pemaparan hasil diatas sesuai dengan syariat islam yang tercantum dalam Surah An-Nahl ayat 125

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ  
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Bahwasannya metode pembelajaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan metode klasik. Metode tersebut masih mempertahankan tradisi ulama salaf, hal ini membuktikan bahwa proses pembelajaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda bisa dipastikan sesuai dengan syariat agama islam yang tidak keluar dari jukurnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Pondok Pesantren Miftahul Huda telah menyediakan program pendidikan yang memadukan ilmu pengetahuan umum dan agama, sesuai dengan teori Kotler & Armstrong bahwa produk dalam bauran pemasaran jasa adalah layanan inti yang ditawarkan lembaga. Program dan layanan yang variatif ini mampu menarik minat masyarakat dan memenuhi kebutuhan konsumen pendidikan. Temuan penelitian diatas tentang aspek produk dalam meningkatkan preferensi masyarakat disesuaikan dengan teori yang disampaikan oleh Kotler yang mendefinisikan produk pemasaran pendidikan memiliki tiga tingkatan yakni: (1) *Core offer* adalah program yang menjawab pertanyaan apa sebenarnya yang dicari oleh pelanggan, yakni masyarakat menginginkan program yang berbeda dari pondok pesantren lain. (2) *Tangible Offer* penawaran yang sifatnya nyata, seperti terealisasinya program ekstrakurikuler di pondok pesantren. (3) *Augmented Offer*, merupakan penawaran tambahan yang diberikan kepada pelanggan selain dua penawaran diatas.

2. *Price* (Harga)

Biaya pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda masih sangat terjangkau jika dibandingkan dengan pesantren lain, mendukung teori bahwa harga harus disesuaikan dengan kemampuan target pasar untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Penetapan harga yang kompetitif ini menjadi daya tarik tersendiri bagi calon santri dan wali santri. Temuan tersebut sesuai dengan teori

yang disampaikan Kotler dan Fox menyatakan bahwa biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan jasa pendidikan terdiri dari biaya apartemen (asrama), biaya pendidikan (SPP), biaya layanan pendidikan, dan bahkan biaya pengelolaan fasilitas pendidikan. Penyesuaian harga di Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan strategi penetapan harga geografis, dimana dalam penetapan harga menyesuaikan dengan kondisi pasar lokal. Karena target pasarnya mahasiswa dan lokasinya berada di sekitar universitas yang ada di Kota Malang, maka pondok pesantren menyesuaikan biaya pendidikan yang terjangkau dengan kantong mahasiswa. Selain itu, tujuan yang lain ialah untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menunjukkan perhatian terhadap kondisi masyarakat sekitar Pondok Pesantren.

### 3. *Place* (Tempat)

Lokasi pesantren yang strategis di pusat kota Malang memudahkan akses bagi santri dan wali santri, sejalan dengan teori bahwa distribusi layanan pendidikan harus mempertimbangkan kemudahan akses dan kenyamanan konsumen. Hal ini mendukung tercapainya tujuan pemasaran untuk menjangkau target pasar secara optimal. Kotler dan Fox berpendapat bahwa lokasi lembaga harus dekat dengan layanan-layanan yang digunakan oleh pelajar seperti restoran, tempat belanja dan lainnya. Jangkauan dapat dimaknai dengan jarak antara kampus para santri dengan pondok pesantren tidak terlalu jauh dan lokasi pondok pesantren berada pada daerah perkotaan.

### 4. *Promotion* (Promosi)

Promosi dilakukan melalui berbagai saluran seperti santri, alumni, media cetak, dan media sosial. Kegiatan Promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda juga selaras dengan teori tersebut Kotler dan Fox mengungkapkan kebanyakan institusi pendidikan menggunakan tiga hal dalam promosi yakni *public relation*, *marketing publication*, dan *advertising*. Namun, sesuai teori pemasaran modern, promosi yang efektif membutuhkan SDM yang ahli dalam komunikasi pemasaran, yang masih menjadi kelemahan di Pondok Pesantren Miftahul

Huda. Kegiatan promosi yang sudah berjalan cukup baik, namun perlu ditingkatkan dengan pengelolaan yang lebih profesional. Pondok Pesantren Miftahul Huda melaksanakan *personal selling* dengan menggerakkan alumninya untuk mengajak masyarakat agar mondok di Pondok Pesantren Miftahul Huda, yang kedua metode periklanan dengan menyebarkan brosur dan memasang banner di beberapa tempat, yang ketiga publisitas dengan menunjukkan beberapa dokumentasi kegiatan yang di unggah di media sosial, dan yang keempat *sales promotion* dengan membuat konten yang menarik untuk menarik minat mahasiswa mondok di Pondok Pesantren Miftahul Huda.

5. *People* (SDM)

Merujuk pada Wijaya (2016), Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah melaksanakan beberapa kategori umum yang mencakup sumber daya manusia di bidang pendidikan: Penghubung (*contractor*), Pemodifikasi (*modifier*), Pemberi pengaruh (*influencer*), Pemisah (*isolated*). Pondok Pesantren Miftahul Huda telah mengadakan pelatihan bagi guru dan tenaga pendidik, sesuai dengan teori bahwa kualitas SDM sangat menentukan keberhasilan layanan pendidikan. Pondok Pesantren Miftahul Huda tetap berkomitmen untuk memberikan pelatihan kepada para guru dan mengevaluasi setiap guru berdasarkan kompetensi mereka dalam memenuhi standar yang ditetapkan oleh pesantren.

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan sudah cukup lengkap, mendukung teori bahwa bukti fisik berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan pendidikan. Lingkungan fisik yang baik memberikan pengalaman positif bagi santri dan wali santri. Menurut Alma (2009) pemasaran layanan Pendidikan terdiri dari 2 jenis yang berbeda, yaitu desain bagian dalam dan desain bagian luar. Desain bagian dalam Pondok Pesantren Miftahul Huda terdiri dari beberapa fasilitas yang digunakan para santri dalam kegiatan belajar, seperti ruang kelas yang bersih dan nyaman,

perpustakaan, laboratorium bahasa, kantor madrasah, dan lain-lain. Adapun desain bagian luar terdiri dari gapura pondok yang berada di depan gang masuk, ruang tamu yang nyaman, pos keamanan, dan tempat parkir yang cukup luas. Kemudian jalan dari depan gapura menuju gerbang pesantren terdapat taman-taman bunga dan bernuansa Islami dengan papan bertuliskan *asmaul husna* yang saling berderetan.

#### 7. *Process* (Proses)

Proses pembelajaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah berjalan dengan baik, mengintegrasikan pengetahuan umum dan agama, sesuai teori bahwa proses pelayanan yang efektif dan efisien akan meningkatkan kepuasan konsumen. Proses administrasi dan pembelajaran yang terstruktur menjadi keunggulan tersendiri.

## 5.2 Saran

Beberapa rekomendasi yang baik yang harus dikomunikasikan dan diharapkan dapat membantu dan meningkatkan strategi bauran pemasaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Miftahul Huda didasarkan pada temuan dan simpulan yang disajikan. Rekomendasi tersebut meliputi:

#### 1. *Product* (Produk)

Disarankan agar pesantren terus melakukan inovasi dan pengembangan program pendidikan, baik di bidang agama maupun umum, agar selalu relevan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman. Diversifikasi layanan tambahan seperti pelatihan keterampilan atau kursus khusus juga dapat meningkatkan daya saing lembaga.

#### 2. *Price* (Harga)

Perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap struktur biaya pendidikan agar tetap terjangkau, namun tetap mampu mendukung kualitas layanan. Selain itu, pesantren dapat mempertimbangkan sistem subsidi silang atau beasiswa untuk santri kurang mampu, sehingga akses pendidikan semakin inklusif.

3. *Place* (Tempat)

Meskipun lokasi sudah strategis, pesantren dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan lingkungan fisik, serta memperbaiki akses transportasi bagi santri dan wali santri. Pengembangan fasilitas penunjang di sekitar pesantren juga dapat menjadi nilai tambah.

4. *Promotion* (Promosi)

Disarankan untuk merekrut atau melatih SDM khusus di bidang pemasaran agar promosi lebih profesional dan terarah. Selain itu, pesantren perlu memanfaatkan media digital secara optimal, seperti website resmi, media sosial, dan konten kreatif, untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun citra positif lembaga.

5. *People* (SDM)

Pesantren perlu meningkatkan kompetensi SDM, tidak hanya tenaga pendidik, tetapi juga staf administrasi dan pemasaran. Pelatihan rutin, workshop, serta pengembangan soft skill dan hard skill sangat penting untuk menunjang kualitas layanan pendidikan dan pemasaran.

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Fasilitas sarana dan prasarana perlu terus dirawat dan ditingkatkan, baik dari segi kebersihan, kenyamanan, maupun kelengkapan. Penambahan fasilitas modern seperti ruang belajar multimedia, perpustakaan digital, dan area rekreasi dapat meningkatkan daya tarik pesantren di mata calon santri dan orang tua.

7. *Process* (Proses)

Proses pelayanan pendidikan dan administrasi perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan efisiensi dan efektivitas. Digitalisasi proses pendaftaran, administrasi, dan pembelajaran dapat mempercepat layanan serta meningkatkan kepuasan santri dan wali santri.

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya berfokus pada satu pesantren, tetapi juga membandingkan beberapa pesantren di Kota Malang atau daerah lain. Dengan membandingkan, peneliti dapat menemukan perbedaan dan persamaan strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan generalisasi lebih kuat.
2. Mengingat pentingnya promosi digital di era saat ini, penelitian berikutnya dapat lebih mendalami efektivitas penggunaan media digital (website, media sosial, konten video, dll.) dalam strategi promosi pesantren. Peneliti juga dapat menganalisis peran digital marketing dalam meningkatkan citra dan jumlah pendaftar di pesantren.
3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur pengaruh masing-masing unsur 7P terhadap minat masyarakat atau kepuasan santri secara statistik. Hal ini akan memberikan hasil yang lebih objektif dan terukur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2021) Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alma, Buchari (2018). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung.
- Alma, Buchari., Ratih, Hurriyati. (2009). Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-A'raf : 56.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-An'am : 143.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-Baqarah : 275.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-Hasyr : 18.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Al-Maidah : 88.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat An-Nahl: 125.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat At-Takatsur: 1-5.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat Az-Zukhruf: 32.
- Andriani, Ulfa., Hidayati, N. A., & Habib, F. A. M. (2022). Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 286–296.
- Ara, Hidayat., & Imam, Machali. (2012) Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah, Yogyakarta: Kaukaba.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Manajement*. Depok: PT Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer (11th ed)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd ed)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Daud, Ali., & Habibah. (1995) *Lembaga-Lembaga Islam Di Indonesia*, Jakarta Utara: Pt Raja Grafindo, h. 145.
- Dayat, M. (2019). *Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan*, *Jurnal Mu'allim*, 1(2).
- Dirgantoro (2021), *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, Jakarta: Grasindo, hlm 5.
- Faizin, I. (2017). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*. *Madaniyah*, 7(2), 261-283.
- Fita, N. F. (2022). "Eksistensi Bisnis Kuliner Halal Melalui Digital Marketing di Era New Normal" *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 88.
- Hasbullah (2001). *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, h.24.
- Irfan, Fauzan., & Muslimin. (2018). "Efektifitas Metode Sorogan Dalam Meningkatkan Minat Belajar Santri Di Madrasah Diniyah Haji Ya'qub Lirboyo Kediri", *INTELEKTUAL Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 8(1), 71.
- Irianto., & Yoyon, Bachtiar. (2014). "Pemasaran Pendidikan" *Modul Pemasaran Pendidikan*.
- Kotler, Fox. (1995) *Strategi Marketing for education institutions 2 edition*. New Jersey:Prentice-Hall,Inc.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I, Terj ;*
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary.. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (C. W. Kristiaji, Ed.; Kedelapan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kustian E, dkk. (2018) "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa", *Jurnal Tadbir Muwahhid*. 2(2).
- Maksum, Ikhsan., & Fikriyah, N. L. (2020). *Kepemimpinan Islami dan Etika Kerja Islami: Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 90-110.

- Mamik (2015). Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mohamad, Hamdi. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren , JIEM (Journal of Islamic Education and Management), 2(1).
- Moleong, Lexy J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moloeng, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhamimin, Sutiah., & Sugeng. L. P. (2019) Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Madrasah. Jakarta:Kencana Prenada Media group, 101.
- Mujamil, Qomar. (2005) Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Instansi, Jakarta: Erlangga, h. 22.
- Mursid. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nadia, F. L. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran, Indra Muis Yogyakarta: CV. Budi Utama. h.53.
- Nurhanasah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Aplikasi, dan Contoh Kasus), Tangerang: Media Edu Pustaka, h. 21.
- Rachmawati, R. (2018) Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan, Jurnal Kompetensi Teknik, 2(2), 144.
- Roni, Muhammad., & Endang, Rahim. (2021) “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah,” Jurnal Ekonomi Syariah, 2(1).
- Rozi, F. (2019). Penerapan Electronic Word Of Mouth (eWOM) dan Prinsip Komunikasi Dalam Islam. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. 11-21.
- Sugiono, Sugiono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011) Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.

- Triyoga, Akde. (2015). “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stikes Baptis Kediri” (Studi Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Rs Baptis Kediri). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1).
- V. A. Zeithaml dan M. Jo Bitner. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, 7th Ed. Boston: McGraw-Hill, 25.
- Vania, A. & Lathifah, R. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 3(4), 1033-1044.
- Wijaya, David. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijaya, David. (2018). *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*. Jakarta BPK Penabur.
- Yasmadi. (2002), *Modernisasi Pesantren*, Jakarta: Ciputat Press, h. 5.
- Zaenal, Arifin., & Anshori. (2022). “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasi Pada Perbankan Syariah,” *Madani Syariah*, 5(2).

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Nama-nama Pondok Pesantren di Kota Malang

Pondok Pesantren Cilik Al Ikhlash	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Baitul Makmur	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Bustanul Ulum	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Darus Salam	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Darutta'lim Wadda'wah	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Nurul Huda	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Nurul Muttaqin Al-Barokah	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Sabilillah	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Sunan Muria	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Daarul Ukhuwwah	Kedung Kandang
Pondok Pesantren Al Islam	Klojen
Pondok Pesantren Darul Hadits Al Faqihiyah	Klojen
<b>Pondok Pesantren Miftahul Huda</b>	<b>Klojen</b>
Pondok Pesantren Yasalam Hariqatussalam	Klojen
Pondok Pesantren Nurul Qur'an	Klojen
Pondok Pesantren Salafiyah Putri Al Ishlahiyah	Klojen
Pondok Pesantren Asyi Syamsu	Blimbing
Pondok Pesantren Baiturrohmah	Blimbing
Pondok Pesantren Darul Falah	Blimbing
Pondok Pesantren Himatul Muridin	Blimbing
Pondok Pesantren Ittihadul Muballighin	Blimbing
Pondok Pesantren Sabilul Hidaayah	Blimbing
Pondok Pesantren Ainul Yaqin	Lowokwaru
Pondok Pesantren Al Hikam	Lowokwaru
Pondok Pesantren Al Hikmah Al Fathimiyyah	Lowokwaru
Pondok Pesantren Al Mubarak	Lowokwaru

Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh	Lowokwaru
Pondok Pesantren Darul Ulum Al Fadholi 1 Putra	Lowokwaru
Pondok Pesantren Darul Ulum Al Fadholi 2 Putra Putri	Lowokwaru
Pondok Pesantren Darut Tauhid	Lowokwaru
Pondok Pesantren Global	Lowokwaru
Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in	Lowokwaru
Pondok Pesantren Lembaga Tinggi P. Luhur	Lowokwaru
Pondok Pesantren Nailul Falach	Lowokwaru
Pondok Pesantren Nurul Salam	Lowokwaru
Pondok Pesantren Putri Madjid Amin	Lowokwaru
Pondok Pesantren Surya Buana	Lowokwaru
Pondok Pesantren "Bahrul Quran"	Lowokwaru
Pondok Pesantren Anwarul Huda	Sukun
Pondok Pesantren As-Syifa'	Sukun
Pondok Pesantren Awwalyyah	Sukun
Pondok Pesantren Nurul Ulum	Sukun
Pondok Pesantren Sabilur Rosyad	Sukun
Pondok Pesantren Ashabul Kahfi	Sukun
Pondok Pesantren Darun Nun	Sukun

## Lampiran 2. Dokumentasi Observasi

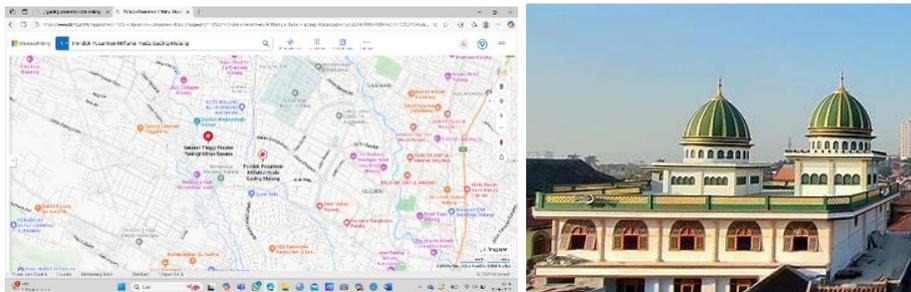
### Dokumentasi Produk Pondok Pesantren Miftahul Huda



### Dokumentasi Harga Pondok Pesantren Miftahul Huda



Dokumentasi Tempat Pondok Pesantren Miftahul Huda



Dokumentasi Promosi Pondok Pesantren Miftahul Huda



Dokumentasi SDM Pondok Pesantren Miftahul Huda



Dokumentasi Bukti Fisik Pondok Pesantren Miftahul Huda



Dokumentasi Proses Pondok Pesantren Miftahul Huda



### Lampiran 3. Transkrip Wawancara

<p><b>Sub Fokus : Produk, Harga, Tempat, Promosi, SDM, Bukti Fisik, Proses</b></p> <p><b>Informan : Ustadz Abu Hanifah</b></p> <p><b>Status : Kepala Pondok</b></p> <p><b>Tanggal Wawancara : Minggu, 18 Mei 2015</b></p> <p><b>Tempat Wawancara : Kantor Pusat PP Miftahul Huda</b></p>	
<p>Menurut pendapat anda, bagaimana dengan perkembangan pesantren dari awal berdiri hingga sekarang?</p>	<p>Para santri di Pondok Pesantren Miftahul Huda telah mengembangkan rutinitas yang sejalan dengan ajaran Islam dan Akhlakul Karimah, dan kurikulum pesantren berpusat pada hal-hal yang berkaitan dengan akhirat.</p>
<p>Program kegiatan apa saja yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda? Dan apa saja manfaat yang didapatkan oleh para peserta didik dari setiap kegiatannya?</p>	<p>Pelajaran kitab kuning mencakup berbagai topik, mulai dari etika dan tauhid hingga topik yang lebih mendalam. Para santri di sini, Insya Allah, belajar bagaimana bersikap terhadap orang tua dan orang lain dari kitab kuning, yang mengajarkan mereka akhlak yang baik di era ketika kehidupan sosial anak-anak telah menyimpang dari ajaran Islam. Yang membuat membaca kitab kuning istimewa adalah karena ia menganut metode pengajaran tradisional seperti</p>

	bandongan dan sorogan. Sebagai poin kedua, seni membaca Al-Qur'an mengajarkan para santri untuk melafalkan ayat-ayatnya dengan merdu dan dipraktikkan dalam banyak bidang, termasuk studi keagamaan khusus dan perayaan maulid Nabi. Ketiga, ada program muhadhoroh, yang mencakup banyak instruksi dalam syawir fiqih, ceramah, khitobah, dan tutorial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu para santri agar lebih menguasai berbicara di depan umum dan mempersiapkan mereka untuk terjun ke masyarakat.
Dari program kegiatan yang diterapkan, adakah komponen yang paling diunggulkan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda, untuk dijadikan sebagai ciri khusus dari pondok pesantren ini?	Program yang paling menjadi daya tarik masyarakat atau pelanggan jasa pendidikan adalah program kegiatan membaca kitab kuning dan tilawatil Qur'an.
Kurikulum apa yang digunakan Pondok Pesantren Miftahul Huda untuk mencapai tujuan pembelajaran?	Kurikulum yang digunakan dan menjadi ciri khas Pondok Pesantren Miftahul Huda ini sehingga disebut dengan pesantren salafiyah yaitu terletak di kurikulum salahfiyahnya. Kurikulum salafiyah disini yaitu masih menggunakan kitab-kitab kuning sebagai mata pelajarannya.
Apa yang membedakan antara program kegiatan di Pondok Pesantren Miftahul Huda dengan lembaga pendidikan lainnya?	Secara keseluruhan program-program Pondok Pesantren Miftahul Huda turut menunjang daya tarik masyarakat karena memiliki ciri khas yang membedakan dari lembaga pendidikan lain yaitu memadukan nilai keislaman dengan kegiatan pendidikan.
Bagaimana prospek masa depan lulusan Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Beberapa peserta didik kami Alhamdulillah mampu mencapai beberapa penghargaan, selain itu santri kami banyak di berprestasi di kampus nya masing-masing.
Sumber dana pendidikan Pondok	Sumber dana berasal dari pembayaran shahriyah para

Pesantren Miftahul Huda berasal dari mana saja?	santri yang digunakan untuk mengelola program kegiatan pembelajaran, dana dari pondok pesantren yang digunakan untuk mengelola fasilitas sarana prasarana pesantren dan dana dari pemerintah juga mendukung program kegiatan para peserta didik.
Apakah biaya yang di keluarkan para santri diimbangi dengan kualitas yang bagus?	Biaya pendidikan dirancang berdasarkan kebutuhan dalam pelaksanaan pembelajaran baik intrakurikuler maupun ekstrakurikuler, yang semua pendanaan tersebut dibayarkan di setiap awal bulan dengan harapan seluruh program yang disiapkan bagi para santri dapat terlaksana dengan baik
Menurut pendapat anda, sudah tepatkah pendirian lokasi strategis Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Karena lokasinya yang strategis, dekat dengan jalan raya dan berbagai moda transportasi umum lainnya, termasuk kereta api, bus, dan taksi, Pesantren Miftahul Huda mampu menarik minat beragam siswa dan memastikan program pendidikannya terlaksana dengan baik.
Bagaimana dengan kebersihan, keamanan dan nyaman tempat lokasi berdirinya Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Tidak ada polusi suara dari kendaraan yang lalu lalang di pesantren karena lokasinya yang tidak terlalu dekat dengan jalan raya. Pesantren dapat memperoleh keuntungan dari lokasi yang strategis, yang juga akan memudahkan siswa mengakses sumber daya eksternal yang relevan untuk perkuliahan mereka.
Bagaimana cara Pondok Pesantren Miftahul Huda dalam melakukan promosi jasa pendidikan?	Pertama, siswa dapat menyebarkan informasi tentang layanan pendidikan sekolah yang luar biasa dari mulut ke mulut. Kedua, alumni sekolah yang luar biasa dapat menjadi bukti keberhasilan dan menarik siswa potensial. Ketiga, brosur dan spanduk dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang sekolah. Terakhir, media elektronik seperti YouTube, Facebook, dan Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang sekolah dengan cara yang mudah

	dibagikan dan tidak memakan banyak tempat
Siapa saja orang-orang yang terlibat dalam kegiatan promosi jasa pendidikan?	Seluruh warga pesantren dan alumni juga masih berperan untuk memperkenalkan pesantren ke lingkungan orang terdekatnya.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media cetak? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya?	Iya, menggunakan brosur dan spanduk untuk menyebar luaskan informasi terkait keadaan pesantren kepada masyarakat luas.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan promosi dengan media elektronik? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya?	Iya, melalui media sosial seperti channel youtube, facebook dan instagram, dengan mudah informasi terkait keadaan pesantren dapat tersebar luas dan tidak menghabiskan tenaga dan biaya yang besar
Apa saja isi konten yang dipromosikan dalam kegiatan promosi?	Isi informasi yang tercantum terkait keadaan pesantren seperti lokasi pesantren, visi dan misi, kurikulum dan sistem pembelajaran, program pendidikan, fasilitas, ekstrakurikuler, persyaratan masuk dan pendaftaran, foto kegiatan dan lain-lain.
Apakah ada sumber daya manusia yang khusus memegang kegiatan pemasaran jasa pendidikan?	Tidak ada, kami terpusat yang dikelola oleh pihak pesantren, dan para pendidik dan kependidikan tenaga ikut membantu dan bekerjasama.
Bagaimana proses perekrutan untuk menjadi tenaga pendidik dan kependidikan di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Untuk rekrutmen pendidik kebanyakan mereka lulusan Pondok Pesantren Miftahul Huda. Tetapi ada juga mereka para guru yang lulusan dari perguruan tinggi, yaitu mereka yang mengajarkan bidang studi umum. Sedangkan untuk tenaga kependidikan di ambil dari guru yang sudah senior di pondok pesantren.
Bagaimana tahapan yang harus dilalui untuk bisa menjadi tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Tenaga pendidik harus mengikuti beberapa tes, yaitu tes baca Al-Qur'an dan tes mengajar, jika calon tenaga pendidik lulus dalam mengikuti tes, maka tenaga pendidik tersebut melakukan percobaan 1 bulan untuk

	dilakukan penilaian oleh pihak pesantren.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan kegiatan pelatihan dan pengembangan untuk tenaga pendidik? jika iya, kapan biasanya jadwal penyelenggaraan kegiatan tersebut diadakan?	Guru dididik dan dilatih di Pondok Pesantren Miftahul Huda di bawah pengawasan pimpinan pondok. Keikutsertaan dalam program pelatihan untuk meningkatkan kualitas keterampilan, pengetahuan, dan sikap guru akan dikomunikasikan setiap tahun. Sebagai bentuk apresiasi, pimpinan pondok pesantren memberikan penghargaan kepada instruktur yang berprestasi.
Apakah pengelolaan tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah dilaksanakan secara efektif? Apakah juga ada sistem penghargaan (insentif) terhadap prestasi guru?	Penghargaan diberikan di akhir tahun ajaran sebagai bentuk pengakuan atas kerja keras dan keberhasilan santri yang telah dibimbing dan mampu memberikan kontribusi bagi peningkatan prestasi pondok pesantren
Terkait pelayanan di Pondok Pesantren Miftahul Huda, bagaimana strategi untuk mewujudkan pelayanan jasa pendidikan yang memuaskan?	Pondok Pesantren Miftahul Huda menjadikan guru sebagai salah satu aspek penting, sehingga pesantren terus mengadakan pelatihan terhadap guru dan mempertimbangkan kompetensi guru dengan kualifikasi dan standar yang dibuat oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda memiliki fasilitas pendidikan yang telah sesuai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan?	Secara umum fasilitas pendidikan yang disediakan Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah memadai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan. Fasilitas Pesantren di dukung dengan sarana pendidikan seperti, perpustakaan, laboratorium computer, laboratorium micro teaching dan sarana olahraga.
Bagaimana cara Pondok Pesantren Miftahul Huda untuk mempertahankan dan memelihara sarana fisik? Seperti fasilitas gedung/artibut keperluan pesantren?	Untuk pemeliharaan fasilitas, pihak pesantren bekerja sama dengan RT dan RW maupun tokoh masyarakat, untuk bersama-sama menjaga lingkungan sekitar pesantren
Bagaimana tahapan proses pembelajaran	Bahwa Pondok Pesantren Miftahul Huda mengikuti

di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	model pondok pesantren salafiyah, yang menggabungkan sejumlah praktik yang lazim di lembaga pendidikan konvensional. Dua pendekatan utama dalam pendidikan dipraktikkan di Miftahul Huda. Salah satunya adalah metode sorogan, yang melibatkan interaksi langsung antara instruktur dan siswa yang lainnya adalah metode bandongan, di mana siswa duduk berkelompok dan mencatat. Apa yang diingat oleh setiap guru dari masanya sebagai siswa memiliki dampak yang signifikan terhadap metode yang digunakannya di kelas dan sumber daya yang disediakan untuk para siswanya.
Bagaimana upaya yang dilakukan pihak Pondok Pesantren Miftahul Huda dalam mewujudkan visi dan misi pesantren?	Perwujudan visi dan misi melalui pembinaan keimanan dan ketaqwaan serta pembekalan pengetahuan dan keterampilan.

<p><b>Sub Fokus : Produk, Harga, Tempat, Promosi, SDM, Bukti Fisik</b>  <b>Informan : Ustadz Rizky Veri</b>  <b>Status : Pengurus Pondok</b>  <b>Tanggal Wawancara : Minggu, 25 Mei 2025</b>  <b>Tempat Wawancara : Perpustakaan PP Miftahul Huda</b></p>	
Program kegiatan apa saja yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda? Dan apa saja manfaat yang didapatkan oleh para peserta didik dari setiap kegiatannya?	Program kegiatan Pondok Pesantren Miftahul Huda yaitu program membaca kitab kuning, tilawatil Qur'an, muhadhoroh (ilmu kemasyarakatan), peringatan hari besar Islam dan nasional. Manfaat program tersebut yaitu, peserta didik dapat menguasai ilmu pengetahuan dan ilmu agama. Rapat tahunan dan kegiatan evaluasi merupakan bagian dari proses pondok pesantren dalam memutuskan program apa yang akan dilaksanakan.
Dari program kegiatan yang diterapkan, adakah komponen yang paling diunggulkan oleh Pondok Pesantren	Menggelar peringatan hari besar Islam yang diisi dengan penyampaian materi secara umum merupakan salah satu contoh bagaimana pondok pesantren

Miftahul Huda, untuk dijadikan sebagai ciri khusus dari pondok pesantren ini?	mempromosikan dirinya kepada masyarakat sekitar dan menarik minat masyarakat terhadap berbagai program kegiatan yang ditawarkannya. Program bakti sosial di Pondok Pesantren Miftahul Huda meliputi pengobatan gratis dan sembako murah. Program ini diselenggarakan dua kali dalam setahun
Apa yang membedakan antara program kegiatan di Pondok Pesantren Miftahul Huda dengan lembaga pendidikan lainnya?	Secara keseluruhan program-program Pondok Pesantren Miftahul Huda turut menunjang daya tarik masyarakat karena memiliki ciri khas yang membedakan dari lembaga pendidikan lain yaitu memadukan nilai keislaman dengan kegiatan pendidikan.
Sumber dana pendidikan Pondok Pesantren Miftahul Huda berasal dari mana saja?	Sumber dana berasal dari iuran para santri untuk sarana prasarana pesantren dan kegiatan pembelajaran di madrasah diniyyah
Apakah biaya yang di keluarkan para santri diimbangi dengan kualitas yang bagus?	Biaya yang dikeluarkan oleh para santri disesuaikan dengan sarana prasarana yang disediakan oleh pesantren. Mutu suatu pelayanan dan program kegiatan yang diberikan oleh pesantren menjadi tolak ukur dalam menentukan sebuah harga, dan sumber dana berasal dari syahriyah para santri
Menurut pendapat anda, sudah tepatkah pendirian lokasi strategis Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Pondok Pesantren Miftahul Huda berada di tempat yang strategis untuk bidang pendidikan, karena aksesnya yang tidak terlalu jauh dari jalan utama transportasi namun tidak juga bising.
Bagaimana dengan kebersihan, keamanan dan nyaman tempat lokasi berdirinya Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Kenyamanan lingkungan pesantren sangat tentram dengan kehidupan masyarakat di sekitar lingkungan pesantren mayoritas beragama Islam, dan keamanan pesantren yang selalu terjaga karena berada disekitar perumahan warga, tidak dipinggir jalan raya dan di pesantren juga ada rumah pimpinan sekaligus mudir pondok yang selalu bertanggung jawab terhadap para

	santri.
Bagaimana cara Pondok Pesantren Miftahul Huda dalam melakukan promosi jasa pendidikan?	Pimpinan dan staf pengajar Pondok Pesantren Miftahul Huda bekerja sama untuk mengoordinasikan semua upaya promosi sekolah. Karena pondok pesantren menyadari bahwa memastikan kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada masyarakat adalah hal terpenting yang harus dilakukan sebelum melakukan promosi, upaya selanjutnya adalah meningkatkan layanan tersebut. Memberikan bantuan yang terbaik bagi para siswa dan masyarakat sekitar merupakan tujuan utama
Siapa saja orang-orang yang terlibat dalam kegiatan promosi jasa pendidikan?	Kegiatan promosi di Pondok Pesantren Miftahul Huda dikelola secara terpusat oleh pimpinan pesantren serta dukungan dari tenaga pendidik dan pengurus pesantren.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media cetak? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya?	Iya, menggunakan media cetak seperti spanduk dan brosur untuk melakukan promosi.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan promosi dengan media elektronik? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya?	Iya, menggunakan media elektronik seperti media sosial yaitu facebook, instagram dan channel youtube untuk melakukan promosi.
Apa saja isi konten yang dipromosikan dalam kegiatan promosi?	Secara umum promosi jasa pendidikan adalah kegiatan pengenalan mengenai profil pesantren, program-program kegiatan dan prestasi yang ada.
Bagaimana proses pembelajaran yang dilaksanakan oleh para guru di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Pihak pesantren menginformasikan kepada para alumni karena untuk mengoptimalkan SDM yang ada sebagai pengajar, serta dalam proses pembelajaran secara keseluruhan para pengajar diberi kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pembelajarannya sesuai dengan materi yang ingin disampaikan, seperti

	metode dialog, praktik dan lainnya yang tentu dipadukan dengan nilai islam sesuai dengan ciri khas pesantren.
Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda memiliki fasilitas pendidikan yang telah sesuai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan?	Fasilitas pondok pesantren tentu saja sudah sesuai standar dari segi infrastruktur, karena kenyamanan para santri adalah yang terpenting. Para santri dapat belajar dan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler dengan lebih mudah karena semua fasilitas tersedia untuk mereka.
Bagaimana cara Pondok Pesantren Miftahul Huda untuk mempertahankan dan memelihara sarana fisik? Seperti fasilitas gedung/artibut keperluan pesantren?	Oleh karena itu, untuk membuat fasilitas tersebut senyaman mungkin bagi para santri, kami terus berupaya untuk meningkatkan dan melengkapinya. Kami juga akan mendapatkan rasa hormat dari lingkungan sekitar jika fasilitas kami berkelas.

<p><b>Sub Fokus : Produk, SDM, Proses</b>  <b>Informan : Ustadz Imam Zainudin</b>  <b>Status : Pengajar</b>  <b>Tanggal Wawancara : Jum'at, 23 Mei 2025</b>  <b>Tempat Wawancara : Kantor Madrasah Diniyyah Matholi'ul Huda</b></p>	
Bagaimana proses perekrutan untuk menjadi tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Kami terlebih dahulu menilai perlunya penambahan guru dan karyawan saat merencanakan rekrutmen tenaga kependidikan dan pendidik. Dan untuk menjadi pendidik, seseorang harus terlebih dahulu lulus serangkaian ujian, termasuk ujian pengetahuan Al-Qur'an dan ujian kemampuan mengajar. Mereka yang berminat menjadi guru kemudian akan dievaluasi oleh pondok pesantren setelah masa percobaan selama satu bulan.
Bagaimana tahapan yang harus dilalui untuk bisa menjadi tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Pengelola pondok pesantren memilih guru dan staf sekolah lainnya dari kalangan mereka sendiri. Ia secara konsisten menekankan perlunya merekrut orang-orang yang berdedikasi pada pekerjaan mereka sebagai

	<p>pendidik dan yang profesional dalam pendekatan mereka. Guru dan staf sekolah lainnya berasal dari semua lapisan masyarakat, tetapi alumni Pondok Pesantren Miftahul Huda diberi kesempatan pertama saat mengisi posisi guru. Sementara itu, pendidik direkrut dari kalangan staf senior pondok pesantren. Untuk memenuhi syarat menjadi guru, seseorang harus memiliki kepribadian Islam, membaca dan memahami Al-Qur'an, mengenal kitab kuning (nahwu shorof) dan pelajarannya, dan memiliki keinginan yang kuat untuk belajar. Penempatan tugas mereka tetap menentukan situasi bagi tenaga kependidikan. Terkadang, pengalaman menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan untuk penugasan tertentu.</p>
<p>Apakah Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan kegiatan pelatihan dan pengembangan untuk tenaga pendidik? jika iya, kapan biasanya jadwal penyelenggaraan kegiatan tersebut diadakan?</p>	<p>Iya memberikan pelatihan sesuai arahan pimpinan pesantren, setiap tahun guru-guru akan mengikuti rapat untuk mengevaluasi KBM satu tahun yang lalu dan akan merekomendasikan KBM di tahun yang akan datang dalam rangka peningkatan kualitas keterampilan, pengetahuan dan sikap.</p>
<p>Apakah pengelolaan tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah dilaksanakan secara efektif? Apakah juga ada sistem penghargaan (insentif) terhadap prestasi guru?</p>	<p>Iya sudah baik. Kita kadang baik mingguan maupun bulanan ada pertemuan dengan pihak Yayasan untuk berkumpul dan makan bersama.</p>
<p>Apa saja produk pendidikan yang ditawarkan di Pondok Pesantren Miftahul Huda?</p>	<p>Pondok Pesantren Miftahul Huda dikenal sebagai pondok pesantren salafiyah karena kurikulumnya yang berlandaskan syariat Islam. Kitab kuning masih menjadi mata pelajaran dalam kurikulum salafiyah di sini. Di berbagai tingkatan, santri mempelajari kitab kuning yang berbeda-beda. Setelah salat berjamaah subuh dan ashar, mereka juga mempelajari kitab-kitab lainnya. Namun, kami juga memberikan kebebasan kepada</p>

	santri untuk mencari pendidikan formal di lembaga-lembaga di luar pondok pesantren bahkan, sebagian besar santri menempuh pendidikan di perguruan tinggi di sekitar pondok pesantren
Bagaimana tahapan proses pembelajaran di Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Metode pengajaran yang dilakukan oleh guru di Pondok Pesantren Miftahul Huda memang bersifat sorogan atau bandongan, namun guru diberikan kebebasan untuk memilih dan menentukan metode pengajaran sesuai dengan materi yang akan disampaikan, seperti metode dialog, praktik dan lain-lain yang tentunya dipadukan dengan nilai-nilai Islam sesuai dengan karakteristik pondok pesantren tersebut

<p><b>Sub Fokus : Harga, Tempat, Bukti Fisik, Proses</b>  <b>Informan : Febri Angga Wijaya</b>  <b>Status : Santri</b>  <b>Tanggal Wawancara : Kamis, 29 Mei 2025</b>  <b>Tempat Wawancara : Jerambah Komplek Sunan Giri PP Miftahul Huda</b></p>	
Apakah alasan anda tertarik untuk melanjutkan pendidikan ke Pondok Pesantren Miftahul Huda?	Alesannya, karena di pesantren saya bisa mempelajari berbagai ilmu pengetahuan agama sebagaimana pada sekolah umum lainnya.
Apakah menurut anda program kegiatan di pondok Pondok Pesantren Miftahul Huda dapat membantu peserta didik untuk berprestasi?	Iya, Pondok Pesantren Miftahul Huda mempunyai sistem pembelajaran yang dapat membantu peserta didik untuk berprestasi, salah satunya adalah program kegiatan-kegiatan diluar mata pelajaran yakni kegiatan ekstrakurikuler.
Apakah di Pondok Pesantren Miftahul Huda melakukan kerja sama dengan orang lain di luar pesantren untuk mengadakan acara kegiatan?	Iya, mengadakan acara kegiatan di luar pesantren dari beberapa kegiatan perlombaan yang diikuti banyak kemajuan yang diraih baik kemajuan akademis maupun kemajuan non akademis.
Kegiatan ekstrakurikuler seperti apa yang	Banyak ekstrakurikuler yang saya minati dan

<p>anda minati sehingga anda dapat bersemangat dalam melakukan kegiatan tersebut?</p>	<p>kemungkinan tidak ada di pesantren lain, contohnya ilmu hisab yang mengajarkan cara menghitung awal bulan hijriyah. Selain itu saya juga sangat berminat dengan ekstrakurikuler sholat dan jurnalistik.</p>
<p>apakah penerapan visi dan misi Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah sesuai dengan pendidikan yang ada di keluarga anda?</p>	<p>Penerapan visi dan misi sangat sesuai, karena orang tua saya berkeinginan agar saya memiliki akhlakul karimah dan dibekali ilmu agama yang bisa diamalkan.</p>
<p>Apakah tenaga pendidik di Pondok Pesantren Miftahul Huda dalam menyampaikan materi pembelajaran dapat mudah dipahami oleh peserta didik?</p>	<p>Tergantung dari kemampuan peserta didiknya. Guru-guru di Pondok Pesantren Miftahul Huda menggunakan berbagai macam metode pembelajaran sehingga membuat kami para peserta didik tidak merasa bosan.</p>
<p>Terkait untuk mewujudkan kondisi lingkungan yang aman dan tertib, apakah ada peraturan yang diberlakukan di Pondok Pesantren Miftahul Huda? Bagaimana pelaksanaannya?</p>	<p>Iya, ada tata tertib yang wajib dipatuhi siapa saja yang ada di lingkungan pesantren, baik itu peserta didik, guru, staf, dan juga oleh pimpinan pesantren. Misalnya terkait kedisiplinan waktu, kami sebagai peserta didik berupaya untuk tidak datang terlambat, masuk kelas tepat waktu, dan juga menyelesaikan tugas tepat waktu dengan usaha yang maksimal.</p>
<p>Apakah biaya yang dibutuhkan di Pondok Pesantren Miftahul Huda mampu mendukung kondisi ekonomi keluarga anda?</p>	<p>Alhamdulillah, biaya pendidikan pesantren lebih murah dengan kualitas yang terbaik, sehingga mampu mendukung kondisi ekonomi keluarga saya.</p>
<p>Bagaimana menurut anda terkait penempatan lokasi Pondok Pesantren Miftahul Huda?</p>	<p>Menurut saya strategis, karena lokasinya tidak terlalu dekat jalan raya sehingga tidak bising, namun juga tidak terlalu jauh sehingga akses menuju pondok pesantren Miftahul Huda mudah, dekat juga dengan kampus saya, jadi tidak memerlukan waktu yang lama untuk sampai ke kampus</p>
<p>Apakah anda nyaman belajar di Pondok</p>	<p>Ruang kelas dan tempat tinggal yang nyaman membuat saya betah berada di pondok pesantren ini, ditambah</p>

Pesantren Miftahul Huda?	lagi banyak fasilitas penunjang sehingga semua tersedia dan kita tidak merasa bosan berada di dalam pesantren
Bagaimana penerapan tata tertib yang diterapkan saat pembelajaran?	Setiap orang di pondok pesantren, baik santri, pengajar, maupun staf, diharapkan untuk menaati tata tertib. Sebagai ilustrasi, mari kita contohkan bahwa kita sebagai santri selalu berusaha untuk tepat waktu masuk kelas dan menyerahkan tugas tepat waktu serta berusaha semaksimal mungkin

## Lampiran 4. Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
 FAKULTAS EKONOMI  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210501110118  
 Nama : Moh. Wildan Mafakhir  
 Fakultas : Ekonomi  
 Program Studi : Manajemen  
 Dosen Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, M.AB  
 Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING MALANG

#### JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	29 November 2024	Outline	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	5 Maret 2025	Bab 1	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	14 Maret 2025	Bab 2	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	26 Maret 2025	Bab 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	10 April 2025	Draft Sempro	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	12 Mei 2025	Revisi sempro	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	4 Juni 2025	Bab 4&5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	9 Juni 2025	Bab 1-5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 9 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Lailatul Farida, M.AB

## Lampiran 5. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**  
**MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M  
 NIP : 198710022015032004  
 Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Moh. Wildan Mafakhir  
 NIM : 210501110118  
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
 Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P PADA PONDOK PESANTREN MIFTAHUL HUDA GADING MALANG**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

<b>SIMILARTY INDEX</b>	<b>INTERNET SOURCES</b>	<b>PUBLICATION</b>	<b>STUDENT PAPER</b>
<b>22%</b>	<b>21%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Juni 2025

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M