

LAPORAN PENELITIAN

**PERAN KEPEMIMPINAN
DALAM MENGELOLA PEMASARAN PENDIDIKAN
BERKEUNGGULAN DI SMP
INTERNASIONAL ISLAMIC CLASS PROGRAM (IICP)
PONDOK PESANTREN DARUSSALAM PUNCAK PAMEKASAN**



oleh

Dr. H. Atiqullah, S. Ag., M.Pd (Ketua)

NIP. 197305041999031015

Dr. H. Ali Nurhadi, M.Pd (Anggota)

NIP. 197801091999111001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
MADURA
2019**

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di *SMP Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan
2. Jenis Penelitian : Pengembangan Prodi
3. Kategori : Kolektif
4. Ketua Peneliti
 - a. Nama : Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd
 - b. Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 04 Mei 1973
 - c. Pangkat/Gol?NIP : Lektor Kepala/IVa/197305041999031015
5. Anggota
 - a. Nama : Dr. H. Ali Nurhadi, M. Pd
 - b. Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 09 Januari 1978
 - c. Pangkat/Gol/NIP : Lektor /IIId/197801091999111001
6. Biaya yang diperlukan : Rp. 21.000.000
(Dua Puluh Satu Juta Rupiah)

Pamekasan, 29 Agustus 2019

Ketua Peneliti,

Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197305041999031015

Anggota,

Dr. H. Ali Nurhadi, M.Pd
NIP. 197801091999111001

Menyetujui
Kepala LP2M,

Dr. H. Mashur Abadi, M.Fil.I
NIP. 196504251991031004

Mengetahui
Rektor IAIN Madura,

Dr. H. Mohammad Kosim, M.Pd
NIP. 196901011994031008

ABSTRAK

Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M.Pd, dan Dr. H. Ali Nurhadi, M.Pd, 2019. “Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan”.

Kata Kunci : kepemimpinan, pemasaran pendidikan, pendidikan unggul,

Perkembangan program pendidikan dalam pondok pesantren sebagai kearifan budaya telah mengalami peningkatan besar berupa program *takhassus* (berkekhususan), sebagaimana di Pondok Pesantren Darussalam Puncak terdapat program kelas bertaraf internasional IICP (*International Islamic Class Program*). Program *takhassus* ini menawarkan kelas eksklusif yang membutuhkan pembiayaan besar untuk menupang pendidikan yang efektif dan berkeunggulan.

Terdapat 3 permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini; *pertama*, strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren,, *kedua*, Implementasi dalam perencanaan, dan *ketiga* kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto’an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan jenis penelitian etnografi yang bersifat holistik-integralistik, guna memperoleh data secara *holistic* dan *integratif*, dengan mengumpulkan data dari wawancara mendalam (*indepth interviewing*), observasi partisipan (*participant observation*), studi dokumentasi (*study of documents*) dan *FGD*, kemudian dilakukan analisis model interaktif.

Dari proses penelitian, maka ditemukan hasil berikut; *pertama* adalah proses promosi komunikasi dilakukan pada wali siswa, melalui media sosial website, brosur cetak dan dengan presentasi kepada berbagai lembaga. *Kedua*, implementasi perencanaan pemasaran program IICP melalui proses kajian analisis SWOT dengan kekuatan kemahiran bahasa asing sebagai basis rintisan program pendidikan internasional, serta melibatkan tokoh-tokoh berpengaruh dan berpengalaman di bidangnya, dan *ketiga* adalah pemenuhan kebutuhan logistik serta sarana dan prasarana menjadi prioritas memotivasi santri belajar di pondok, dengan desain infrastruktur modern dan fasilitas *eletronic card* untuk parkir, belanja (*e-nuqud*), serta *barcode* lainnya dan pemanfaatan gas ibu sebagai berbasis alam.

Berdasarkan hasil penelitian di pondok pesantren Darussalam Puncak dalam hal ini pemasaran SMP melalui program IICP,, maka direkomendasikan tiga hal penting, yaitu; *pertama* bagi para akademisi dosen khususnya pada prodi Manajemen Pendidikan Islam, hendaknya terus dikembangkan penelitian berhubungan dengan pendidikan unggul di lingkungan pesantren sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pengembangannya. *Kedua*, bagi para pengelola pondok pesantren. Hendaknya terus dikembangkan layanan pendidikan unggul di lingkungan pesantrennya berdasarkan potensi yang dimilikinya, dan *ketiga* bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi masyarakat yang ingin menyekolahkan putranya di lingkungan pondok pesantren dengan layanan sekolah unggul berstandar internasional dan tetap memegang teguh nilai-nilai keislaman[]

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur *Al-Hamdulillahirobbil 'alamien*, kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala limpahan nikmat karunia-Nya, laporan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Salam sholawat kepada sayyidina Muhammad saw sang pencerah kehidupan dunia ini, serta pada keluarganya sehingga sfaatnya dapat menuntun kita selaku umatnya. Amien.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian penelitian ini, *pertama* kepada pimpinan IAIN Madura, khususnya Kepala P3M yang telah memfasilitasi penelitian ini. *Kedua*, kepada para informan yang telah memberikan informasi penting dalam menyelesaikan penelitian tentang “Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan”.

Dengan harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan pendidikan dan bagi IAIN Madura terutama dalam upaya membangun pendidikan yang lebih unggul dan *marketable* di masyarakat dan lebih bermakna bagi lingkungan pendidikan kepesantrenan dimasa-masa yang akan datang serta senantiasa dalam pembangunan bangsa yang lebih luas menuju masyarakat yang lebih inovatif dan berkarakter.

Wallahu a'lam bi al-shawab.

Pamekasan, 29 Agustus 2019

Peneliti

BAB	IV	LAPORAN PENELITIAN	30
	A.	Gambaran Umum Pondok Pesantren Darussalam	30
	B.	Paparan Data,	32
	1.	Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an	32
	2.	Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak	38
	3.	Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam	42
	C.	Temuan Penelitian	45
	1.	Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi	45
	2.	Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok	46
	3.	Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat	46
	D.	Pembahasan	47
	1.	Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi	47
	2.	Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok	49
	3.	Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat	50
BAB	V	PENUTUP	53
	A.	Kesimpulan	53
	B.	Saran dan Rekomendasi	53

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL
LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI

	halaman
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Signifikansi Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Istilah	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kepemimpinan Pendidikan di Pondok Pesantren	8
B. Peran Kepemimpinan kyai di pondok pesantren dalam memasarkan program pendidikan	10
C. Manajemen Pemasaran dalam Mempengaruhi Costumer Pendidikan di Pondok Pesantren	12
D. Strategi Implementasi Pemasaran Program Pendidikan di Pondok Pesantren	15
E. Implementasi Pemasaran Program Pendidikan di Pondok Pesantren	17
F. Kajian Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan dalam Penelitian	23
B. Kehadiran Peneliti	25
C. Lokasi Penelitian	26
D. Sumber Data	27
E. Pengumpulan Data	27
F. Analisa Data	27
G. Tehnik Uji Keabsahan Data	28
H. Proses dan Jadwal Pelaksanaan	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Era milenial adalah suatu generasi dimana orang lain menyebutnya generasi Y yang dimulai sekitar tahun 1980-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran, masyarakat lainnya juga menyebut dengan *echo boomer* di karenakan peningkatan besar (*booming*) tingkat kelahiran diantara tahu-tahun tersebut.¹ Istilah milenial sesungguhnya dihubungkan dengan kata milenium oleh William Strauss dan Neil Howe dimana anak-anak yang lahir di tahun 1982 masuk pra-sekolah, dan saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun tahun 2000.

Para generasi penerus sebelumnya (baca kepemimpinan) sesungguhnya para pemimpin dewasa ini mulai dipimpin oleh generasi milenial, sehingga terdapat karakteristik yang melekat bagi mereka yaitu meningkatnya penggunaan dan keakraban pada media, komunikasi dan teknologi digital, yang memungkinkan terciptanya adaptasi pada perubahan serta peningkatan pemenuhan kebutuhan untuk bersaing (*competition*) dalam meraih suatu kesuksesan. Disamping menghadirkan pula persoalan sosial baru yaitu meningkatnya liberalisasi politik dan ekonomi berupa resesi besar (*the great recession*) dan berdampak pada meningkatnya pengangguran yang tinggi di kalangan anak muda sendiri.

¹ William Strauss dan Neil Howe, *Generations: The History of America's Future Generations, 1584 to 2069* (1991) dan *Millennials Rising: The Next Great Generation*(2000)

Peneliti-penelitian telah mencoba mengangkat peran-peran sosial sebagian generasi ini dalam dunia kepemimpinan (baca; kepemimpinan kyai muda)² demikian juga beberapa generasi muda lainnya relatif memimpin kelembagaan dengan lebih progresif dan bertumpu pada perubahan yang lebih dinamis menghadapi zamannya itu sendiri.

Berkenaan dengan itu semua adalah William Tanuwijaya mengungkap 8 inti kecerdasan finansial dari berbagai kecerdasan yang selama ini hanya diketahui dan dipercayai adalah kecerdasan intelek atau IQ (*intellectual quotient*) saja yang cenderung statis dan *taken for granted*.³ Di era milenial inilah kecerdasan finansial sangatlah dibutuhkan para pemimpin di dalam memanfaatkan sumber-sumber potensial dan finansial, dimana kecerdasan finansial ini sesungguhnya bukanlah pengetahuan yang baru dalam peradaban manusia, karena sesungguhnya beberapa abad sebelumnya al-Ghazali telah berfikir tentang moneter dan bisnis,⁴ sehingga pada saat tertentu membuka wacana berfikir masyarakat, santri bahkan ulama dan cendikiawan sebagai bagian dari masyarakat agama ini dalam memperjuangkan Islam melalui kelembagaan yang dibangun yang kemudian dikenal dengan pesantren.

Perkembangan program pendidikan dalam pondok pesantren sebagai kearifan budaya telah mengalami peningkatan besar berupa program *takhassus* (berkekhususan), sebagaimana di Pondok Pesantren Darussalam Puncak terdapat program kelas bertaraf internasional IICP (*International Islamic Class Program*).

² Atiqullah, *Kepemimpinan Lora (Kyai Muda) dalam Transpormasi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata Palengaan Pamekasan* (2017)

³ William Tanuwidjaya, *8 Intik Kecerdasan Finansial; Ilmu Kekayaan yang Tidak diajarkan di Sekolah dan Kampus*,

⁴ Abdul Azis, *Ekonomi Sufistik Model Al-Ghazali; Pemikiran Al-Ghazali tentang Moneter dan Bisnis*,

Program *takhassus* ini menawarkan kelas eksekutif yang membutuhkan pembiayaan besar untuk menupang pendidikan yang efektif dan berkeunggulan.

Kelas eksekutif sebagaimana IICP ini merupakan *distingsi* dalam membangun citra menarik minat masyarakat yang membutuhkan sistem dalam mempromosikan program yang berorientasi pelanggan (*costamer*). Dalam dunia manajemen pemasaran sekolah sebagaimana Drucker dalam Muhaimin (2010), lembaga pendidikan hendaknya melakukan perencanaan dalam memenangkan persaingan melalui pemasaran (*marketing*), diantaranya adalah membuat rencana dan usaha-usaha pemasaran untuk masing-masing kelompok sasaran, melakukan komunikasi baik ke dalam maupun keluar, serta melakukan pelatihan dan mendaftar kebutuhan logistik yang di butuhkan lembaga.⁵

Berdasarkan pandangan orang tua tentang pemenuhan biaya kebutuhan-kebutuhan logistik peneliti mewawancarai Bapak Zainuddin, ia menyatakan bahwa:

“memang dari segi pembiayaan bagi santri di Darussalam itu bertambah dari biaya cost mondok dengan pembaiayaan pendidikan di kelas IICP, dan kami senbagai orang tua tidak merasa berat demi kualitas pendidikan dan kebuthan logistik dari baiaya pendidikam anak kami.”⁶

Keberdaan program IICP yang di implementasikan di Pondok Pesantren Darussalam merupakan respon positif para pimpinan dalam memahami kecenderungan pasar dan segmen masyarakat dan benar-benar berorientasi pada keinginan dan kebutuhan orang tua sebagai “pelanggan” sebagai upaya memperluas sigmentasi dengan menawarkan kelas tersebut adalah hubungan *sisbiosis mutualime* antara mastarakat (*costamer*) dengan Pondok pesantren sebagai pusat layanan sosial, pendidikan dan dakwah.

⁵ H. Muhaimin, dkk., *Manajeen Pendidikan; Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group : 2010), hlm. 101

⁶ Wawancara bersama Bapak Zainuddin (selaku orag tua dari santri), 10 September 2019 di kediamannya.

Program IICP di Pondok Pesantren Darussalam sebagai kelas eksekutif dilihat dari aspek pembiayaan adalah relatif tinggi dengan penawaran SDPP atau SPP dan Indekos untuk pendaftar gelombang ke III tahun 2018 ini adalah Rp. 900.000,- serta uang infaq pembangunan mencapai Rp. 4.000.000,- selain biaya lainnya sebagaimana dalam dokumen penawaran dan brosur yang telah di publis dan untuk umum melalui wab resmi Darussalam. Penawaran ini merupakan bentuk keterbukaan kepada publik agar pelanggan sejak semula memahami tentang pembiayaan sebanding dengan penawaran program dan fasilitas ruang kelas serta *ma'had* ber AC yang tentu berbeda apabila dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya dilingkungan masyarakat Madura. Tentu sigmen masyarakat pelanggannya adalah tertentu dengan memilih program IICP di Darussalam ini.

Dari hasil pengamatan awal, misi program yang ditawarkan srbagai bagian dari standar kompetensi lulusannya adalah :

1. Membentuk generasi yang beriman dan bertakwa kepada Allah taala.
2. Membentuk generasi yang agamis, berakhlak mulia, jujur, mandiri, memiliki skill, menguasai teknologi, berjiwa sosial dan siap menghadapi tantangan zaman.
3. Mencetak da'i yang mempunyai kapasitas keilmuan luas dan berkelas international.⁷

Penelitian ini mencoba menyajikan model pendidikan berbasis pada modal atas kebutuhan pendidikan yang efektif dan berkeunggulan, dengan rumusan penelitian; bagaimana peran kepala sekolah dalam mengkomunikasikan program-program berkeunggulan kepada masyarakat.

⁷ Dokumen profil penerimaan santri baru IICP Puncak Darussalam tahun pelajaran 2018/2019.

Dari konteks inilah peneliti mengangkat topik penelitian “Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Potoan Palengaan Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian inidirumuskan berdasarkan konteks penelitian, diantaranya seperti berikut ini.

1. Bagaimana Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto’an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP?
2. Bagaimana Implementasi dalam perencanaan di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto’an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP ?
3. Bagaimana Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto’an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP?.

C. Signifikansi Penelitian

Signifikansi dalam penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian yang telah kami susun sebagaimana berikut :

1. Untuk mengetahui Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto’an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP.

2. Untuk mendeskripsikan Implementasi dalam perencanaan di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP.
3. Untuk mendeskripsikan Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis, dikhususkan bagi para akademisi (dosen MPI) hasil penelitian ini dapat menambah khazanah tentang peran kepemimpinan dalam mengelola pemasaran pendidikan berkeunggulan di SMP berbasis pesantren serta terus dapat mengkaji dan mengembangkannya.
2. Secara praktis, dikhususkan pada para pengelola pondok pesantren dapat mengembangkan layanan pendidikan unggul dilingkungan pesantrennya berdasarkan potensi yang dimilikinya.
3. Secara sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan implikasi keberadaan pendidikan unggul di pesantren dalam upaya transformasi lembaga pendidikan, melestarikan nilai-nilai ke-Islam-an, kebangsaan dan kemandirian, khususnya di lembaga pendidikan Islam menuju internasional.

E. Definisi Istilah

Untuk membatasi pembahasan dalam penelitian tentang Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional*

Islamic Class Program (IICP) Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan ini peneliti membatasi dengan pengertian-pengertian istilah sebagai berikut :

1. Peran kepemimpinan yang dimaksud adalah peran kepemimpinan yang dilakukan oleh pengelola pondok pesantren Darussalam Puncak Pamekasan.
2. Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan yang dimaksud adalah pengelolaan dalam pemasaran pendidikan unggul yang diprogramkan pengasuh ponpes Darussalam Puncak Pamekasan.
3. *Internasional Islamic Class Program (IICP)* adalah kelas program unggulan di SMP Darussalam Puncak sehingga siswa merupakan bagian dari SMP Darussalam Puncak Pamekasan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kepemimpinan Pendidikan di Pondok Pesantren

Secara umum pengertian kepemimpinan (*leadership*) berasal dari kata *leader* yang mempunyai arti pemimpin, arti kepemimpinan sendiri adalah berkaitan erat dengan sifat pemimpin yang melakukan upaya mempengaruhi. Secara istilah, kepemimpinan adalah daya mempengaruhi melalui keteladanan (*qudwah*), kepercayaan, dan inspirasi kepada seseorang atau sekelompok orang untuk tujuan tertentu yang telah disepakati bersama⁸. Seorang pemimpin yang dapat memberi inspirasi, membujuk, mempengaruhi, dan memotivasi, dapat memicu perubahan yang berguna. Adalah Dubrin (2000), menyatakan bahwa, menciptakan perubahan adalah salah satu tujuan kepemimpinan karena kebanyakan perbaikan memerlukan perubahan dari *status quo*.⁹ Berdasarkan sifat-sifat yang dimiliki oleh seorang pemimpin, maka tujuan-tujuan organisasi bisa dicapai secara efektif untuk kemaslahatan masyarakat yang dipimpinnya.

Berdasarkan perkembangan teori kepemimpinan, maka dapat difahami beberapa fase; yaitu fase tahun 1940-1950-an merupakan perkembangan teori kepemimpinan yang lebih memusatkan perhatian pada sifat (*physical character*).¹⁰ Fase berikutnya (1950-an) adalah perkembangan kepemimpinan yang lebih memusatkan perhatian pada perilaku yang lebih percaya bahwa pemimpin itu dilahirkan, bukan diciptakan (*leader are born, not built*), sebagaimana dipersyaratkan oleh Wexley dan

⁸ Atiqullah, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Surabaya: Salsabila, 2012), hal. 246

⁹ Dubrin, Andrew J., *The Complete Ideal's Guides to Leadership*, (Alpha Book: 2000), hal. 5.

¹⁰ R. M. Stogdill, *Handbook of Leadership; A. Survey of the Literature* (New York: Free Press, 1974), hal.8

Yukl, bahwa pemimpin yang efektif itu antara lain; memiliki kecerdasan yang cukup, memiliki kemampuan berbicara, kepercayaan diri, memiliki inisiatif, memiliki motivasi berprestasi, dan memiliki ambisi, sehingga kepemimpinan perilaku ini yang menjadikan seseorang menjadi pemimpin yang efektif.¹¹ Namun perkembangan teori perilaku ini terasa mengalami keterbatasan hingga tahun 1960-an ditemukan kepemimpinan yang memusatkan pada situasi.¹²

Sedangkan kepemimpinan dalam Islam memiliki karakteristik pertengahan (*al-ri'asah al-thori'ah*) yang dibekali dengan kemampuan teknis *humanistic psychology*, *teoshophys*, *religious* dalam mengatur staf. Kepemimpinan dalam Islam bukanlah kepemimpinan yang arogan, bertindak sewenang-wenang, dan juga bukan kepemimpinan yang lemah dan lentur, melainkan kepemimpinan yang meletakkan segala persoalan secara proporsional (*al-adalah*), dan selalu menghadirkan nilai-nilai (*values*) dan solusi *religious-transendent*, *theosentris-antrop-hosentris* (Bastaman, 1997).

Konsep ini merupakan pendekatan *contingency leadership* dalam perspektif Islam yang tidak lain adalah pola kepemimpinan yang diterapkan oleh Muhammad saw., dengan integritas nilai-nilai yang luar biasa karena kejujuran (*al-Amien*), Muhammad saw mampu mengembangkan kepemimpinannya yang paling ideal dan paling sukses dalam sejarah peradaban umat manusia (Hart, 1994), dengan berlandaskan pada sifat-sifatnya yang utama yaitu *siddiq (righteous)*, *amanah (trustworthy)*, *fathonah (working smart)* dan *tabligh (communicate openly)* sehingga mampu mempengaruhi orang lain dengan cara mengilhami tanpa mendoktrinasi, menyadarkan tanpa menyakiti, membangkitkan tanpa memaksa dan mengajak tanpa

¹¹ Yukl, Gary, *Leadership in Organizations* (New Jersey: Education, 2003), hal. 6

¹² Stephen P Robbins, *Organizational Behavior* (Mexico : Prentice Hall, 2003), hal. 313

memerintah (Wijayakusuma & Yusanto, 2003), artinya tentang kontingensi kepemimpinan ini sebagaimana dengan pernyataan Sayyidina Umar ra., bahwa *“sesungguhnya persoalan ini kecuali orang lembut tetapi tidak lemah, untuk orang kuat tetapi tidak sewenang-wenang”*.

Dalam pandangan beberapa ahli, diantara faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kepemimpinan itu adalah diantaranya; moril, disiplin, jiwa korsa, dan kecakapan.¹³ Dengan kepiawaian dan moralitas inilah kiranya pemimpin bisa eksis dan menghadirkan perubahan bagi sebuah organisasi pendidikan sebagaimana para pemimpin pesantren telah menunjukkan hal itu.

B. Peran Kepemimpinan kyai di pondok pesantren dalam memasarkan program pendidikan

Di pondok pesantren, kyai memegang peran kepemimpinan sebagai pemangku masjid dan madrasah, sebagai pengajar dan pendidik, serta sebagai sosok yang ahli dalam bidang hukum Islam. Sebagaimana Horokosi dalam Steennbrink yang dikutip Imran Arifin, terdapat empat dasar bagi para kyai di dalam pengabdianya pada masyarakat. Kyai mengabdikan di masjid, di madrasah, di pesantren, dan di lembaga pendidikan dengan sistem sekolah.¹⁴

Menurut Dawan Rahardjo, posisi kepemimpinan kyai di pesantren lebih menekankan pada aspek keterampilan saham dan moralitas serta kedalaman ilmu agama, dan sering mengabaikan aspek manajerial.¹⁵ Aspek terakhir ini kita fahami pada masa-masa dimana umat masih membutuhkan kawalan aqidah yang kuat dari

¹³ Al-Mawardi, *Ahkam al-Shulthaniyah fi al-Wilayah al-Diniyah*, (Jakarta: Darul Falah, 2000, hal. 43

¹⁴ Imron Arifin, *Kepemimpinan Kyai, Kasus Pondok Pesantren Tebuireng* (Malang: Kalimasahada Press, 1993), hal. 47.

¹⁵ Dawam Rahardjo, *Pergulatan Dunia Pesantren; Membangun dari Bawah* (Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat – P3M, 1983), hal. 46.

kyai sebagai sosok yang ahli pada bidang agama, tentu saat ini telah banyak mengalami perubahan yang membantu peran-peran sosial kyai ini di pesantren.

Saat ini kyai tidak hanya sekedar menjadi seorang pemimpin, namun lebih dari itu, kyai sebagai pengasuh bagi masyarakatnya. Sedangkan aspek manajerial sebagaimana diatas dapat dilaksanakan dan dibantu oleh para *khotdimnya* (staf), atau pada perkembangan kepemimpinan kolektif dewasa ini dapat di delegasikan kepada para putra kyai dan di pesantren disebut sebagai *Dewan A'wan* yang terdiri dari putra atau keturunan kyai yang dalam masyarakat madura disebut "*lora*" atau "*ning*".

Gambaran kepemimpinan kyai sebagai sosok yang kuat kecakapan dan pancaran kepribadiannya sebagai seorang pemimpin pesantren yang ahli untuk menentukan karakter unggulan suatu pesantren,¹⁶ sebagai upaya memahami pengertian kepemimpinan kyai di pesantren.

Sedangkan peran kepemimpinan kyai dalam menjaga kepercayaan masyarakat pada pesantren cukuplah kuat. Dengan kebijaksanaan dan kharisma yang dimiliki Kyai, ia mampu membangun jejaring dikalangan para kyai, maupun diluar kalangannya melalui berbagai *event* yang secara partisipatoris terbangun dimasyarakat, baik kekerabatan maupun dalam bentuk kegiatan kemasyarakat sebagaimana pengajian-pengajian dikalangan alumni, kegiatan keagamaan sebagaimana kyai dipercaya memimpin fatihah pada acara-acara sakral keagamaan lainnya.

Kepercayaan inilah yang menjadi kearifan kyai dalam memasarkan program pendidikan di pesantren.

¹⁶ Manfred Ziemek, *Pesantren dalam Perubahan Sosial*, terj. Burche B. Sundojo, (Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat – P3M, 1986), hal. 138.

C. Manajemen Pemasaran dalam Mempengaruhi Costumer Pendidikan di Pondok Pesantren

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.¹⁷ Menurut *American Marketing Association*, pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari konsumen ke produsen.¹⁸ Sementara pengertian dari sekolah merupakan lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Selain itu, kompetensi antar sekolah semakin ketat. Maka dalam hal ini penyelenggara pendidikan dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan.¹⁹

Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan.

Dengan demikian, maka pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan kepada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan terhadap pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga agar mampu bersaing.

¹⁷ Afidatul Hasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu", *Jurnal El-Tarbawi*, Volume VIII, No. 2 (2015), hlm., 162-163

¹⁸ Sofjan Assuri, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm., 4

¹⁹ Afidatul Hasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu", *Jurnal El-Tarbawi*, Volume VIII, No. 2 (2015), hlm., 162

Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar semakin menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran secara terus menerus.²⁰

Pemahaman tentang *marketing* jasa pendidikan sebenarnya tidak lepas dari konsep bisnis dan konsep perusahaan (*corporate*). Namun, konsep *marketing* dalam dunia pendidikan sudah sejak lama digaungkan di dunia, lebih tepatnya pada tahun 1970 di Amerika Serikat. Di Indonesia penerapan *marketing* dalam pendidikan masih terlalu “tabu”.²¹

Penulis berpendapat bahwa dalam memasarkan sekolah tidak bisa dilakukan dengan apa adanya, karena dalam memasarkan sekolah harus dilakukan secara maksimal agar hasil memuaskan dan tidak merugikan. Pemasaran pendidikan sangat penting dilakukan demi kesuksesan sekolah dalam memajukan sekolahnya tersebut.

Menurut Indradjaja dan Karno (2007), pemasaran jasa pendidikan sangat mutlak diperlukan karena:

- 1) Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan (siswa, orang tua dan pihak terkait lainnya) bahwa sekolah yang kita kelola masih memiliki eksistensi.
- 2) Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa jasa pendidikan yang kita lakukan relevan dengan kebutuhan mereka.
- 3) Kita perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar jenis jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat terutama pelanggan jasa pendidikan.

²⁰ Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Maudaniyah*, Vol. 7, No. 2 (Agustus 2017), hlm., 261-262

²¹ Moh. Khafidz Fuad Raya, “Marketing Jasa Institusi Pendidikan”, *Jurnal Falasifa*, Vol. 7, No. 1 (Maret 2016), hlm., 24

- 4) Kita Perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar eksistensi sekolah kita tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas dan pelanggan jasa pendidikan yang potensial.²²

Dalam memasarkan sekolah tentunya banyak timbal balik yang diharapkan oleh pelamar, tentunya timbal balik yang baik dan menguntungkan lembaga itu sendiri. Pemasaran pendidikan memegang peran strategis dalam mempromosikan lembaga pendidikan yang kompetitif. Kotler (1995) dalam Buchari Alma (2009:43) menganalisa peran pemasaran bagi dunia pendidikan. Evolusi penggunaan pemasaran jasa pendidikan berjalan sebagai berikut:

1. Marketing is unnecessary, Perubahan dalam dunia pendidikan yang semakin dinamis membutuhkan pemasaran dalam memasarkan jasa pendidikan.
2. Marketing is promotion. Pemasaran sebagai langkah promosi ditengah semakin kompetitifnya dunia pendidikan dalam menawarkan program bagi calon peserta didik. Semua lembaga pendidikan aktif mempromosikan baik lewat media untuk mengenalkan lembaga pendidikan dan program studinya.
3. Marketing is segmentation and marketing research. Pemasaran bisa berperan sebagai sarana untuk mengetahui segmentasi peminat yang akan mendaftarkan ke lembaga pendidikan.
4. Marketing is positioning. Promosi membutuhkan informasi tentang keunggulan sebuah lembaga pendidikan. Inilah yang menjadi refleksi bagi lembaga pendidikan tentang posisinya. Karena promosi akan mengenalkan keunggulan sebuah lembaga pendidikan dan menempatkan dirinya sebagai lembaga pendidikan terbaik di mata publik.

²² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara Group), hlm., 13

5. Marketing is strategic planning. Perubahan lingkungan yang bersifat dinamis membutuhkan penyesuaian oleh lembaga pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus melakukan *self evaluation* dalam mengkaji eksistensinya.
6. Marketing is enrollment management. *Enrollment management* berperan dalam mengikuti perkembangan peserta didik dan menyediakan segala kebutuhan peserta didik sehingga ketika mereka menjadi alumni mereka bisa berperan aktif dalam mempromosikan lembaga pendidikan tersebut.

Kyai sebagai sosok yang dipercaya telah memainkan peran *marketing* penting bagi masyarakat guna promosi kelembagaan, karena yang dibutuhkan bukan sekedar dapatnya suatu pengetahuan, melainkan dari kepercayaan itu justru masyarakat akan merasa mendapat suatu ilmu yang bermanfaat (*nafi'*).

D. Strategi Implementasi Pemasaran Program Pendidikan di Pondok Pesantren

Dalam menunjang kesuksesan dalam memasarkan sekolah harus ditunjang dengan strategi yang diyakini dapat menyukseskan pemasaran tersebut. Sehingga Craven (2003:32) menyatakan perancangan strategis pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel strategis seperti: penentuan segmen pasar (*segmenting*), identifikasi pasar sasaran (*targeting*), penentuan posisi (*positioning*), pemasaran kereliasian (*marketing relationship*), pengembangan produk baru (*new product*).²³

Lebih jauh Kotler *et al* (2002) berpendapat bahwa elemen dari strategi pemasaran terdiri dari 7P yaitu 4P tradisional dan 3P dalam pemasaran jasa. Hal itu adalah :

²³ Jaja Jahari, *Manajemen Madrasah*, (Bandung: Alfabeta), hlm., 156-157

1. *Product*. Produk yang dihasilkan akan menjadi pertimbangan yang mendasar bagi calon konsumen dalam memutuskan menerima atau tidaknya sebuah penawaran.
2. *Price*. Harga memainkan peran strategis dalam sebuah konsep penawaran, segmentasi konsumen juga akan memainkan harga yang akan ditawarkan. Pada segmen pasar tertentu, konsumen mau membayar harga semahal apapun untuk sebuah layanan pendidikan yang berkualitas.
3. *Place*. Akses menuju lembaga pendidikan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi calon peserta didik untuk memilih sebuah lembaga pendidikan.
4. *Promotion*. Promosi merupakan sebuah langkah strategis dalam memasarkan jasa pendidikan. Promosi sebagai sarana untuk mengenalkan keunggulan lembaga pendidikan kepada publik. Promosi bisa memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang lembaga pendidikan yang kita kelola sehingga masyarakat menyadari pentingnya menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan.
5. *People*. Sumber daya yang kompeten yang mampu memberikan pelayanan prima dalam proses pendidikan mampu mempercepat proses pemasaran jasa pendidikan.
- Physical evidence*. Pemasaran adanya sarana pendukung dalam melakukan promosi kepada publik sehingga bisa berjalan dengan efektif dan bisa diterima oleh masyarakat.
6. *Process*. Proses layanan pendidikan pendidikan dari sistem pendidikan akan memberikan citra yang positif di mata masyarakat.²⁴

Fokus dari implementasi manajemen pemasaran ini adalah bagaimana mendekatkan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kepuasan masyarakat dalam

²⁴ Ibid, hlm., 158-159

hal ini adalah orang tua, yang tentunya hal tersebut harus didukung dengan peran para tenaga ahli di bidangnya, sumber daya dan fasilitas yang memadai serta selalu meningkatkan mutu lulusan.

E. Implementasi Pemasaran Program Pendidikan di Pondok Pesantren

Implementasi pemasaran, dalam hal ini adalah lembaga pendidikan pondok pesantren, maka Imam Faizin (2017)²⁵ membagi beberapa proses manajemen implementatif, yaitu :

1. *Palnning* (perencanaan)

Perencanaan dalam pemasaran pendidikan bertujuan untuk mengurangi atau mengimbangi ketidakpastian dan perubahan yang datang, memusatkan perhatian kepada sasaran, menjamin atau mendapatkan proses pencapaian tujuan terlaksana secara efisien dan efektif serta memudahkan pengendalian. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam proses perencanaan pemasaran pendidikan ialah sebagai berikut; a) Identifikasi pasar (pesaing). Tahapan pertama dalam pemasaran pendidikan adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini, perlu dilakukan suatu penelitian pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan, termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari sekolah lain, b) segmentasi pasar dan *positioning* (pemosisian). Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan yang

²⁵ Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah", *Jurnal Maudaniyah*, Vol. 7, No. 2 (Agustus 2017), hlm., 272-277

berbeda, dan b) diferensiasi produk. Melakukan diferensiasi produk merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya lembaga pendidikan yang ada, orang tua siswa akan kesulitan untuk memilih sekolah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar lembaga pendidikan semakin standar. Lembaga pendidikan hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk kemasan yang menarik, seperti logo dan slogan.

2. *Organizing* (pengoorganisasian)

Organizing merupakan tanggung jawab manajer untuk mendesain struktur organisasi dan mengatur pembagian pekerjaan. Termasuk mempertimbangkan tugas apa yang harus dilakukan, siapa melakukan, bagaimana tugas dikelompokkan, siapa melapor kepada siapa dan dimana keputusan dibuat. Jadi, disini diperlukan suatu struktur yang jelas, sehingga saling lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan dalam pekerjaan.

3. *Actuating* (penggerakan)

Actuating merupakan implementasi dari apa yang direncanakan dalam fungsi *planning* dengan memanfaatkan persiapan yang sudah dilakukan dalam *organizing*. Mengenai implementasi pemasaran, dalam merencanakan strategi yang baik hanyalah sebuah langkah awal menuju pemasaran sukses. Strategi pemasaran yang brilian kurang berarti apabila perusahaan gagal mengimplementasikannya dengan tepat.

4. *Controlling* (pengendalian)

Controlling merupakan suatu aktivitas untuk meyakinkan bahwa semua hal berjalan seperti seharusnya dan memonitor kinerja organisasi. Kontrol harus

dilakukan sedini mungkin agar tidak terjadi kesalahan yang berlarut-larut. Pengawasan dalam ajaran Islam, kontrol yang berasal dari diri sendiri yang bersumber dari tauhid dan keimanan kepada Allah. Seseorang yang yakin bahwa Allah pasti mengawasi hamba-Nya, maka ia akan bertindak hati-hati. Ketika sendiri, ia yakin bahwa Allah yang kedua, dan ketika berdua, ia yakin Allah yang ketiga.²⁶

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian Ahmad Muadin (2017),²⁷ tentang manajemen pemasaran pendidikan pondok pesantren Tahfidz Qur'an yang menfokuskan pada strategi dan upaya yang di tempuh diantaranya adalah; *pertama* melalui pemberian beasiswa hingga pada jaminan penempatan alumni. *Kedua* memperbaiki manajemen pemasaran di pondok pesantren tersebut dengan mengevaluasi 7P yaitu; *product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Process* yang dianalisis sebagai elemen penting dan menjadi pondasi dalam melakukan analisis untuk menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh pondok pesantren. *Ketiga*, dalam mempromosikan pondok pesantren yang dapat diterima oleh masyarakat, harapannya adalah agar menerapkan manajemen pemasaran untuk menciptakan budaya kualitas dalam setiap sigmen dan langkahnya, sehingga produk yang disiapkan benar-benar sesuai dengan ekspektasi masyarakat yang dapat pula mengantarkan kepercayaan dan citra lembaga yang lebih baik. Karena dengan citra pondok pesantren yang baik akan meningkatkan peminat

²⁶ Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah", *Jurnal Maudaniyah*, Vol. 7, No. 2 (Agustus 2017), hlm., 272-277

²⁷ Ta'allum; Jurnal Pendidikan Islam, Volume 05, Nomor 02, Nopember 2017

pendidikan yang meningkat pula sehingga pendapatan lembaga secara ekonomi akan meningkat.

Penelitian Afidatun Khasanah (2015),²⁸ yang menfokuskan pembahasan tulisannya pada pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan di era global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan strategi peningkatan mutu pendidikan yang merupakan elemen terpenting bagi kualitas serta kemajuan taraf pendidikan pada suatu lembaga pendidikan. Tulisan ini secara khusus akan membahas bagaimanakah pemasaran yang diterapkan di SD Alam Baturraden sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan yang ditawarkannya. Temuan dalam penelitian ini bahwa peningkatan mutu pendidikan dapat memberikan berbagai manfaat baik bagi konsumen pendidikan maupun *income* dan *output* lembaga. Dalam memenangkan persaingan, bauran pemasaran sebagai alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu diperrtimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang diterapkan dapat berjalan sukses dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran yang menjadi alat strategi dan analisis meliputi 7P yaitu; *product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Physial Evidence*, dan *Process*.

Dari ke dua hasil penelitian sebagaimana diatas, lebih menekankan pada 7P yaitu; *product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Physial Evidence*, dan *Process*. Sebagai alat yang dianalisis guna menemukan strategi bagaimana memasarkan lembaga pendidikan kepada masyarakat dengan sigmen masyarakat yang tentunya berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya.

²⁸ Jurnal el-Tarbawi, volume VIII. No. 2, 2015

Usulan penelitian ini merupakan kajian manajemen pemasaran dalam rangka mempromosikan program kelembagaan pada masyarakat santri, yaitu di Madura dengan letak lokasi lembaga yang berada di pedalaman, namun dilihat dari konsumen lembaga tergolong dari stakeholders potensial sehingga menarik untuk digali beberapa faktor yang memungkinkan untuk mendorong terciptanya persaingan yang lebih sehat dan kompetitif dalam membangun kelembagaan yang berkualitas dan berkeunggulan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dalam Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif dengan desain penelitian kasus,²⁹ kelas IICP di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Potoan Palengaan Pamekasan. Sebagaimana penelitian kualitatif pada umumnya pendekatan penelitian ini adalah berdasarkan pada fokus penelitian mendalam dalam situasi yang wajar (*natural setting*) (Bogdan & Taylor, 1982; Denzin & Lincoln, 1994). Dalam bidang sosial dan psikologi penelitian ini disebut pendekatan *naturalistic* (Guba, 1978; Lincoln & Guba, 1985). Moleong (2000 : 3) mengartikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan diarahkan pada latar dan individu secara holistik (menyeluruh dan utuh) tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu yang utuh.

Hampir sepadan dengan asumsi diatas, Milles & Huberman (1992 : 2) sebagai berikut; “Kata-kata khususnya bilamana disusun ke dalam bentuk ceritera atau peristiwa, mempunyai kesan yang lebih nyata, hidup dan penuh makna, jauh lebih meyakinkan pembacanya, peneliti lainnya, pembuat kebijakan, praktisi, daripada halaman-halaman yang penuh dengan angka-angka”.

Sebagaimana penelitian naturalis lainnya studi tentang peran kepemimpinan ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni sebuah desain penelitian yang dapat berkembang dan bersifat terbuka sesuai dengan kondisi lapangan.³⁰ Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan atas alasan bahwa penelitian ini menekankan pada peran peneliti sebagai *active learner*, yang hanya dapat

²⁹ Desain studi kasus sebagaimana Yin dalam buunya, *Studi Kasus; Desain dan Metode* merupakan lawan dari kasus tunggal. Penelitian ini

³⁰ Lihat Yvonna S. Lincoln dan Egon G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (London-New Delhi: Sage Publication Inc., 1985), hal., 41.

menceritakan sesuatu dari sudut pandang informan dan subyek penelitian, ketimbang sebagai seorang yang ahli yang dapat mengendalikan mereka.

Mengenai pendekatan penelitian ini, Mulyana (2004) menyatakan, bahwa penelitian naturalistik dapat menjadi pendekatan yang mempelajari berbagai fenomena yang eksis dalam lingkungan yang alamiah. Penelitian kualitatif menunjuk kepada prosedur penelitian yang menghasilkan data kualitatif berupa ungkapan, pandangan, pemikiran dan tindakan individu-individu maupun keadaan secara holistik. Penelitian kualitatif menempatkan pokok kajiannya pada suatu organisasi atau individu seutuhnya, dan tidak direduksi kepada variabel yang telah ditata atau sebuah hipotesis yang telah direncanakan sebelumnya (Bogdan & Taylor, 1993).

Karena alasan-alasan itu pulalah, peneliti menggunakan jenis penelitian etnografi sebagai metode penelitian yang bersifat holistik-integralistik³¹ untuk mendapatkan sebuah *thick descriptions*.³² Dikatakan bersifat holistik-integralistik, karena strategi yang dimunculkan dalam penelitian tersebut tidak ditentukan semata-mata ditentukan oleh satu faktor, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor atau argumentasi yang saling berkaitan. Lebih dari itu, eksplorasi kondisi perilaku para pendidik sebagai panutan bagi anak didik dan berdampak pada perilaku keseharian anak tersebut akan dilihat dari berbagai sisi yang pengaruh-memengaruhi.

B. Kehadiran Peneliti

Pengungkapan terhadap fenomena penelitian ini sesuai pendekatan dan rancangan sebagaimana telah ditentukan, maka peran peneliti sangat penting. dalam

³¹ Amri Marzali, "Kata Pengantar", dalam James S. Spradley, *Metode Etnografi* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1997), hal. xvi

³² Istilah ini berasal dari Clifford Geertz, *The Interpretation of Culture* (New York: Basic Book, 1973), hal. 65

hal ini peneliti bertindak sebagai instrumen kunci (key instrument) yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih situasi sosial dan informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan dari hasil temuan di lapangan (Moleong, 1994: Sugiyono, 2006).

Menurut Spradley (1980), bahwa keterlibatan peneliti dalam penelitian di lapangan merentang dari “Tidak berperan serta, peran serta pasif, peran serta yang sedang, peran serta aktif, sampai peran serta penuh”. Dalam konteks penelitian ini peneliti pada suatu ketika berperan serta pasif, namun pada saat yang berbeda berperan serta sedang dan aktif, tergantung jenis data yang dikumpulkan. Peneliti berperan serta secara pasif ketika mengikuti ceramah maupun rapat maupun musyawarah.

Pada kesempatan tersebut peneliti hanya menyimak dan mengamati jalannya rapat dan pemaparan presentasi sambil merekamnya dengan alat bantu tape recorder. Peran ini melibatkan hal yang seimbang antara peran serta dan pengamatan, sebagai orang dalam dan orang luar. pada kesempatan ini peneliti mengamati musyawarah dan peran yang sedang berlangsung sekaligus mencatat hal-hal penting yang berhubungan dengan fokus-fokus penelitian.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Potoan Palengaan Pamekasan.

Lembaga ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena lembaga ini berani mempromosikan program pendidikan yang relatif mahal dari pembiayaan harus di tanggung oleh masyarakat pengguna (*costamer*), hal ini semata-mata untuk menupang

pembiayaan program pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga yang meliputi program utama :

1. Materi formal meliputi pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), Matematika, Al qur'an, Iktisyaf, Fikih, Tafsir, Hadits, Akhlak dengan penggunaan bahasa pengantar bahasa Inggris yang dibimbing oleh tenaga-tenaga profesional.
2. *Tour Study* dalam negeri maksimal setahun 2x untuk membangun relasi dan pengalaman ilmiah secara kompetitif.
3. *Tour Study* luar negeri maksimal 2x selama program atau 3 tahun, tempat tujuan negara dan pembiayaan dimusyawarahkan terlebih dahulu dengan wali santri),
4. *Parent Teacher Assosiation* (PTA) adalah program dimana pemerannya semua dari santri IICP yang dihadiri oleh orang tua santri dan dilaksanakan maksimal setahun 3x (Semua pembiayaan kelas IICP ini di pertanggung kepada orang tua atau wali santi).³³

Sehingga berdasarkan program utama kurikulum sebagai subyek dalam penelitian ini adalah para pimpinan sekolah dan pimpinan pondok pesantren, para guru dan orang tua / wali serta stakeholder program IICP di Pondok Pesantren Darussalam Puncak serta pengguna lulusan lembaga tersebut.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian kualitatif sebagaimana dinyatakan Arikunto (1998) dapat berupa orang (*person*), tempat (*place*), dan simbol (*paper*). Sedangkan menurut

³³ Dokumen profil penerimaan santri baru IICP Puncak Darussalam tahun pelajaran 2018/2019.

Spradley (Sugiono, 2006; - Faisal, 1990) menunjuk pada tiga katagori, yakni pelaku (*aktor*), aktivitas (*activity*), dan tempat (*place*).

E. Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara *holistic* yang *integratif*, dan memperhatikan relevansi data berdasarkan fokus dan tujuan, maka dalam pengumpulan data penelitian ini dilakukan tiga teknik, yaitu : (1) wawancara mendalam (*indepth interviewing*); (2) observasi partisipan (*participant observation*), dan (3) studi dokumentasi (*study of documents*). Hampir semua penulis penelitian kualitatif sepakat bahwa ketiga teknik ini merupakan teknik-teknik dasar yang digunakan dalam penelitian kualitatif (Bogdan & Biklen, 1982, Yin, 1984; Nasution, 1988; Marshall & Rossman, 1989; Fintana, Adler, & Hodder dalam Denzin & Lincoln, 1994; Sonhadji dalam Arifin, 1994).

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis model interaktif.³⁴ Dengan mengikuti model ini, analisis data berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data.³⁵ Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan cara yang disarankan oleh Noeng Muhajir,³⁶ yaitu menguji tercapainya temuan dan menguji hasil temuan tentatif serta penafsiran rekaman, audio, video, dan semacamnya.

³⁴ Matthew B. Miles, dan A. Michael Huberman, *An Expanded Source Book: Qualitative Data Analysis* (London: Sage Publication, 1995), hal., 10-14.

³⁵ S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif* (Bandung: Tarsito, 1992), hal. 128-130.

³⁶ Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), hal., 126.

Karena fokus masalah penelitian Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Potoan Palengaan Pamekasan, adalah merupakan penelitian studi kasus, sehingga dalam tahapan analisis peneliti menggunakan teknik *constant comparative analysis* (Glaser & Strauss, 1967). Teknik ini sebagai suatu prosedur komprasi untuk mencermati padu tidaknya data dengan konsep-konsep yang dikembangkan untuk mempresentasikannya, padu tidaknya data dengan kategori-kategori yang dikembangkan, dan padu tidaknya keseluruhan temuan peneltiian pada ketiga lokasi dengan kenyataan lapangan. Teknik ini ditempatkan sebagai prosedur mencermati hasil reduksi atau pengolahan data guna memantapkan keterpaduan dalam bangunan konsep, kategorisasi beserta keseluruhan temuan penelitian sehingga benar-benar sesuai dengan data maupun kenyataan di lapangan.

G. Teknik Uji Keabsahan Data

Untuk mengecek atau memeriksa keabsahan data mengenai kepemimpinan kepala madrasah/sekolah berdasarkan data yang terkumpul, selanjutnya ditempuh beberapa teknik keabsahan data, meliputi: kredibilitas, transferabilitas, dipendabilitas dan konfirmabilitas (Lincoln & Guba, 1985 : Moleong, 1993).

Untuk melakukan triangulasi data sebagaimana Thomas . W. Christ,³⁷ maka dalam penelitian kualitatif perlu proses trianguasi. Dalam penelitian ini pada bagian akhir dari siswa waktu penelitian yang tersedia akan digunakan untuk melakukan

³⁷ Thomas W. Christ, "Scientific-based Research and Randomized Controlled Trials, the "Gold" Standard? Alternative Paradigms and Mixed Methodologies", *Qualitative Inquiry*, Vol. 20, No. 1 (Januari, 2014), hal. 72-80.

pengecekan data dan konfirmasi lapangan dari wawancara dan melakukan validasi hasil observasi melalui wawancara. Dalam hal ini, diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*) akan dilaksanakan sebagai sarana untuk berkonsultasi dengan peneliti sejawat, sarjana/pakar, dan tokoh pesantren untuk mendapatkan bandingan data dan konfirmasi pendapat.

H. Proses dan Jadwal pelaksanaan

Proses penelitian ini dimulai dari penyusunan desain dan uji instrument, pengumpulan data-data lapangan, analisis data, FGD dan pelaporan sebagaimana Jadwal penelitian berikut :

- a. Penyusunan desain dan proposal penelitian, 4 September 2019
- b. Seminar proposal, 4 Mei 2019
- c. Focus Group Discussion (FGD) pendalaman proposal, 25 Mei 2019
- d. Penggalan dan pengumpulan data lapangan 02 Juni s/d 20 Juli 2019
- e. Focus Group Discussion (FGD) pendalaman data, 25 Juli 2019
- f. Pengelolaan dan analisis data dari lapangan 01- 10 Agustus 2019
- g. Seminar hasil, 21 Agustus 2019
- h. Finalisasi laporan, 22 s/d 18 Agustus 2019
- i. Penyetoran laporan hasil, 30 Agustus 2019

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Darussalam Puncak

Pondok pesantren Darussalam Puncak Poto'an Daya adalah berawal dari pesantren kecil yang mengajarkan kitab kuning dengan program kitab al-ikhtisab oleh putra menanti KH. Syamsul Arifin dari Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi pada tahun 2005.

Visi Pondok Pesantren Darussalam adalah “mencetak generasi qurani dan as-sunah dan berakhlakul karimah”. Diharapkan kelak dari tujuan didirikannya pondok pesantren ini lahir generasi-generasi muslim santri yang berprestasi dikancah Internasional. Untuk mencapai tujuan itu KH. Hannan Thibyan bersama para alumni lainnya diantaranya adalah Dr. H. Zainuddin Syarif, M.Ag., dari Darul Ulum mendirikan program pendidikan yang bertaraf internasional dengan istilah IICP (*Islamic International Class Program*).

Hingga kini program IICP difokuskan pada kelas khusus ditingkatan satuan pendidikan setara SMP dengan jumlah siswa pertama adalah 12 orang siswa dengan dasar bahasa asing yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Arab.

Keberadaan program IICP yang di implementasikan di Pondok Pesantren Darussalam merupakan respon positif para pimpinan dalam memahami kecenderungan pasar dan segmen masyarakat dan benar-benar berorientasi pada keinginan dan kebutuhan orang tua sebagai “pelanggan” sebagai upaya memperluas sigmentasi dengan menawarkan kelas tersebut adalah hubungan *sisbiosis mutualime* antara masyarakat (*costamer*) dengan Pondok pesantren sebagai pusat layanan sosial, pendidikan dan dakwah.

Program IICP di Pondok Pesantren Darussalam sebagai kelas eksklusif dilihat dari aspek pembiayaan adalah relatif tinggi dengan penawaran SDPP atau SPP dan

Indekos untuk pendaftar gelombang ke III tahun 2018 ini adalah Rp. 900.000,- serta uang infaq pembangunan mencapai Rp. 4.000.000,- selain biaya lainnya sebagaimana dalam dokumen penawaran dan brosur yang telah di publis dan untuk umum melalui wab resmi Darussalam. Penawaran ini merupakan bentuk keterbukaan kepada publik agar pelanggan sejak semula memahami tentang pembiayaan sebanding dengan penawaran program dan fasilitas ruang kelas serta ma'had ber AC yang tentu berbeda apabila dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya dilingkungan masyarakat Madura. Tentu sigmen masyarakat pelanggannya adalah tertentu dengan memilih program IICP di Darussalam ini.

Dari hasil pengamatan awal, misi program yang ditawarkan srbagai bagian dari standar kompetensi lulusannya adalah :

4. Membentuk generasi yang beriman dan bertakwa kepada Allah taala.
5. Membentuk generasi yang agamis, berakhlak mulia, jujur, mandiri, memiliki skill, menguasai teknologi, berjiwa sosial dan siap menghadapi tantangan zaman.
6. Mencetak da'i yang mempunyai kapasitas keilmuan luas dan berkelas international.³⁸

Penelitian ini mencoba menyajikan model pendidikan berbasis pada modal atas kebutuhan pendidikan yang efektif dan berkeunggulan, dengan rumusan penelitian; bagaimana peran kepala sekolah dalam mengkomunikasikan program-program berkeunggulan kepada masyarakat.

³⁸ Dokumen profil penerimaan santri baru IICP Puncak Darussalam tahun pelajaran 2018/2019.

Berdasarkan proses penelitian di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan disajikan paparan data hasil penelitian dan temuannya berdasarkan fokus penelitian seperti berikut ini.

B. Paparan Data

1. Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Strategi proses promosi dan langkah komunikasi yang dilakukan pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an dalam memasarkan program pendidikan *Internasional Islamic Class Program (IICP)* diantaranya dan yang paling utama adalah pada wali santri. Hal ini disebabkan IICP pada dasarnya adalah program khusus untuk SMP sebagai perwujudan gagasan pengasuh pondok pesantren.

Hal ini didasarkan hasil wawancara dengan pengasuh pondok pesantren yang menyatakan berikut ini.

Semula saya punya gagasan kelas international tetapi yang islami. Umumnya kelas internasional itu umum atau sains seperti Cambrigs. Oleh sebab itu saya beringinan untuk melahirkan kelas internasional. Pertama kali ICP yaitu International Class Program. Tetapi saya berkinginan karakter islami sesuai dengan visi sehingga kita tambah islami menjadi IICP yaitu International Islamic Class Program³⁹.

³⁹ Wawancara dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

Berdasarkan data hasil wawancara tersebut pada dasarnya IICP lahir sebagai wujud gagasan dari pengasuh pondok pesantren adanya suatu program Bahasa Inggris yang Islami. Program ini ditawarkan kepada wali santri untuk siswa SMP dengan sebuah gambaran yang disampaikan pengasuh dengan target hasil. Hal ini didasarkan hasil wawancara dengan pengasuh pondok pesantren Darussalam Puncak seperti berikut ini.

Sebenarnya setelah lahir gagasan kita sosialisasikan kepada wali santri adanya program IICP dengan target hasil. Alhamdulillah pertama ada 12 santri yang didukung walinya untuk mengikuti program ini⁴⁰

Pendapat tersebut diperkuat hasil wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak Bapak Ahmad Wafir yang menyatakan berikut ini.

Sasaran utama siswa IICP ini adalah siswa SMP Darussalam Puncak karena IICP ini sebenarnya program yang dikembangkan dari SMP sehingga sasaran utamanya adalah wali santri yang ada di SMP dengan kita berikan gambaran program termasuk biaya.⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut strategi proses promosi dan langkah komunikasi untuk pemasaran program IICP dilakukan pada wali santri. Hal ini juga didasarkan pernyataan Ustad Holilur Rohman sebagai direktur IICP atau yang bertugas penuh sebagai ustad pendamping siswa IICP di Ponpes Darussalam Puncak. Hasil Wawancara seperti berikut ini.

⁴⁰ Wawancara dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

⁴¹ Wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak 14 Agustus 2019

Program IICP sasarannya adalah wali santri sehingga digroup wali santri kita sosialisasikan selanjutnya kita bentuk group tersendiri dari wali santri yang putranya sudah mengikuti program atau kelas IICP⁴²

Berdasarkan paparan data dengan beberapa sumber melalui wawancara disimpulkan strategi proses promosi dan langkah komunikasi IICP dilakukan pertama kali yang dituju adalah wali santri yang siswanya ada di SMP Darussalam Puncak karena IICP sebenarnya program khusus siswa SMP mewujudkan cita-cita pengasuh pondok pesantren Darussalam Puncak.

Strategi proses promosi dan langkah komunikasi berikutnya dilakukan dengan melibatkan para tokoh untuk promosi serta melalui website yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Puncak. Program IICP ditampilkan diwebsite meliputi visi, misi serta target yang ingin dicapai. Hal ini didasarkan hasil wawancara dengan pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Puncak berikut ini.

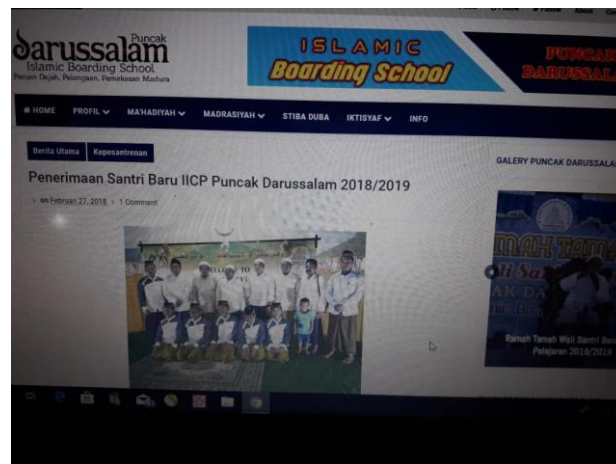
Melibatkan beberapa tokoh. Semua yang berhubungan dengan gagasan awal termasuk Ustad Zai (Panggilan Dr Zainuddin Syarif direktur pascasarjana). Upaya pemasaran juga dilakukan melalui website. Tetapi utamanya adalah pada wali santri karena ini program baru dan membutuhkan dana yang besar awalnya 5 juta. Sedangkan di sini termasuk daerah pedesaan⁴³

Di samping wali santri strategi promosi dan langkah komunikasi juga dilakukan melalui website Pondok Peantren Darussalam Puncak khususnya tentang IICP. Website sebagai sarana pendukung dalam teknologi informasi. Keberadaan website menjadi sasaran utama bagi masyarakat untuk memperoleh

⁴² Wawancara dengan direktur IICP 13 Mei 2019

⁴³ Wawancarra dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

informasi terutama informasi baru dan tidak ada referensinya. Keberadaan website dipandang efektif bagi pengelola pendidikan untuk memasarkan program-program yang diberikan. Program IICP juga dikenalkan melalui website seperti dalam gambar 3.1 berikut ini.



Gambar 3.1 Dokumentasi Website Pondok Pesantren Darussalam Puncak⁴⁴

Dalam dokumentasi tersebut dipaparkan sejarah IICP seperti berikut ini.

Sejarah IICP Cenderung laju era teknologi dan informasi, mampu merajut hubungan komunikasi antar negara di seluruh dunia, sehingga menuntut kita untuk mengimbangnya dengan pendidikan yang berkelas internasional, agar generasi muslim dimasa yang akan datang mampu membentengi agama dan ummat dari berbagai tantangan zaman. Berangkat dari kondisi tersebut, maka Puncak Darussalam Islamic Boarding School, membuat International Islamic Class Program (IICP) dengan harapan mampu mengimbangi laju perkembangan zaman dengan nilai-nilai islam dan akhlakul karimah⁴⁵

⁴⁴Dokumentasi Website:<http://www.puncakdarussalam.com/2018/02/penerimaan-santri-baru-iicp-puncak.html>

⁴⁵ Dokumentasi Website:<http://www.puncakdarussalam.com/2018/02/penerimaan-santri-baru-iicp-puncak.html>

Website menjadi media informasi yang dipilih juga oleh pondok pesantren Darussalam Puncak sebagai media dan sarana informasi program IICP. Di samping itu informasi juga dipaparkan di papan pengumuman. Di Ponpes Darussalam Puncak papan pengumuman yang berisi beberapa informasi juga disediakan. Beberapa santri juga terlihat sering melihat papan pengumuman yang berisi berbagai informasi bahkan juga majalah dinding.

Data ini diperkuat dengan kegiatan penelitian melalui observasi sebagai berikut.

Hari itu tepatnya 14 Agustus 2019 jam 11.15 WIB peneliti sudah berada di lokasi sebelum asrama IICP. Tampak beberapa papan pengumuman dan madding yang tertata rapi. Beberapa santri terlihat aktif membaca informasi yang ada⁴⁶.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi tentang strategi dan langkah komunikasi yang dilakukan pengasuh pondok pesantren Darussalam Puncak beserta kepala SMP dalam promosi IICP dilakukan juga dengan media website juga diprint out atau dicetak melalui papan pengumuman yang ada di area sekitar asrama pondok pesantren.

Strategi dan langkah komunikasi yang dilakukan berikutnya dengan presentasi diluar pondok pesantren tentang program IICP. Hal ini dilakukan oleh kepala SMP Darussalam Puncak dengan timnya. Presentasi ini dilakukan dengan

⁴⁶ Observasi di papan pengumuman Ponpes Darussalam Puncak 14 Agustus 2019.

mengedepankan program yang ditawarkan IICP. Di samping itu dalam presentasi juga disiapkan brosur meskipun sederhana. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh kepala SMP Darussalam Puncak Ahmad Wafir seperti berikut ini.

Kegiatan promosi program IICP juga dilakukan dengan presentasi di beberapa tempat seperti di SMA 1 Pamekasan, STAIN (IAIN Madura sekarang), UTM, Hidayatullah⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak strategi promosi dan langkah komunikasi dengan presentasi program IICP keluar daerah. Hal ini dibenarkan juga oleh direktur IICP sebagai pengasuh langsung bagi santri yang mengikuti program, yaitu ustad Holilul Rohman yang menyatakan seperti berikut ini.

Promosi keluar pondok juga dilakukan karena SMP ada yang berasal dari luar pondok. Artinya baru masuk di Pondok ini saat SMP. Kegiatan dilakukan kepala SMP dengan presentasi dan penyebaran brosur⁴⁸.

Pernyataan ini juga dibenarkan salah satu santri program IICP pondok pesantren Darussalam puncak yang menyatakan berikut ini.

Saya berasal dari Bondowoso mengikuti program ini dari orang tua yang tahu melalui brosur di Hidayatullah⁴⁹.

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai sumber disimpulkan bahwa strategi promosi dan langkah komunikasi program IICP juga dilakukan oleh Kepala SMP Darussalam Puncak dengan presentasi kepada berbagai lembaga dengan memberikan brosur yang sederhana. Tetapi dalam presentasi disampaikan

⁴⁷ Wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak 14 Agustus 2019

⁴⁸ Wawancara dengan direktur IICP 13 Mei 2019

⁴⁹ Wawancara dengan santri program IICP 13 Mei 2019

harapan dan keinginan dari program ini yang berbeda dengan program bahasa Inggris di lain tempat.

2. Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Perencanaan pemasaran program IICP juga telah dilakukan oleh pengagas program yaitu pengasuh ponpes Darussalam Puncak. Kegiatan diawali dari keinginan pengasuh ponpes Darussalam Puncak adanya program Bahasa internasional tetapi Islamik dalam arti Bahasa Inggris dan Arab tetapi tidak sekedar untuk sains dan teknologi tetapi untuk keislaman.

Hal ini didasarkan hasil wawancara dengan pengasuh Ponpes Darussalam Puncak seperti berikut ini.

Sebenarnya saya menginginkan adanya kelas international yang Islamic. Potensi itu ada di sini artinya ada beberapa ustadz yang mahir dalam berbahasa Inggris dan Arab. Dukungan orang tua juga besar oleh sebab itu kita berusaha melahirkan karena adanya peluang itu⁵⁰.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut pada dasarnya perencanaan program IICP digagas pengasuh dengan melihat potensi (analisis SWOT), yaitu *strengths* atau kekuatan, *weaknesses* atau kelemahan, *opportunities* atau peluang, *threats* atau ancaman yang dimiliki pondok pesantren diantaranya adanya ustadz yang mahir dalam Bahasa Inggris dan Arab.

⁵⁰ Wawancara dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

Peluang di SMP Darrusalam Puncak yang terdapat para guru mahir dalam agama, Bahasa Arab dan Bahasa Inggris menjadikan pengasuh menginginkan adanya program kelas international dalam berdakwah. Artinya ada kegiatan dakwah tidak hanya dilingkungan daerah tetapi sampai pada level internasional sehingga bahasa sebagai sarana komunikasi mutlak dibutuhkan.

Keberadaan guru di SMP Darrusalam Puncak sangat mendukung pengembangan program IICP. Terdapat 3 guru PNS dan 18 guru non PNS termasuk pengasuh pondok pesantren. Rata-rata para guru memiliki loyalitas dan integritas yang tinggi karena diseleksi dengan standar yang ditentukan sebagaimana diungkapkan kepala SMP Darrusalam Puncak bapak Ahmad Wafir, S.Pd berikut ini.

Di ponpes ini khususnya SMP para guru yang masuk diseleksi dengan tes tulis minimal 80 kemudian dilakukan praktek 2 bulan baru dinyatakan diterima. Sebagian besar 50% adalah alumni ⁵¹.

IICP lahir dari program pengembangan SMP Darrusalam Puncak. Keberadaan IICP tidak terlepas dari SMP Darrusalam Puncak. Adapun data guru di SMP Darussalam Puncak berdasarkan data dokumentasi seperti tercantum dalam Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Data Guru dan Tenaga Kependidikan di SMP Darrusalam Puncak

YAYASAN PUNCAK DARUSSALAM
PP PUNCAK DARUSSALAM
Jl. Puncak Darussalam, Desa Puncak Darussalam, Kec. Palimpoan, Kab. Pamekasan 69562, HP: 081937383777 E-Mail: puncakdarrussalam@yahoo.co.id

DAFTAR GURU DAN KARYAWAN PP PUNCAK DARUSSALAM
MASA BHAKTI 2016 / 2017

NO	NAMA	NIT	TMT	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	PENDIDIKAN TERAKHIR			MASA KERJA		JABATAN	SPESIALISASI MENGAJAR
					LAJAZAH	TAHUN SITTIB	JURUSAN	TAHUN BULAN	BULAN		
1	ABDI HANNAN TRYAN	001	25 Juli 2005	PAMEKASAN, 10 FEB 1969	SMP	2005	IPA	10	0	PELACAKAN	TAFSIR & FIQH
2	MOH ADZAN	002	25 Juli 2007	PAMEKASAN, 25 MAR 1983	MA	2005	IPA	9	0	NET VARIYASIA & SEK	AGAMA
3	MASYRI S.Pd	005	21 Juli 2008	SUMENEP, 03 MEI 1987	SI	2008	TARBIYAH	8	0	KETUA PENGURUS	AGAMA
4	ABDULLAH S.E Sj	008	21 Juli 2010	PAMEKASAN, 14 SEP 1969	SI	2008	EKONOMI	8	0	BENDAHARA	AGAMA
5	MUHAMMAD ALI MURTADA	014	21 Juli 2013	PKK, 21 OKTOBER 1994	MA	2013	IPA	2	0	MAJROSYAH	AGAMA
6	MUHEED, S.Pd	004	21 Juli 2009	SUMENEP, 31 DES 1983	SI	2008	TARBIYAH	8	0	KAMTIB	AGAMA
7	AHMAD WAHIR, S.Pd	003	21 Juli 2008	PAMEKASAN, 26 FEB 1977	SI	2008	FISKA	8	0	KEPALA SMP	IPA FISIKA
8	ABBAS MAULID, S.Pd	017	21 Juli 2010	PAMEKASAN, 14 SEP 1989	SI	2008	IPA KIMIA	8	0	KEPALA SMA	IPA KIMIA
9	ACH FALDI RIZAL	007	21 Juli 2013	PAMEKASAN, 14 SEP 1996	MA	2012	IPA	3	0	KEBERSIHAN	AGAMA
10	AHMED DANOLI	009	21 Juli 2013	PKK, 08 AGUSTUS 1994	MA	2013	IPA	2	0	SAGANA	AGAMA
11	STAFUL BARRI	016	21 Juli 2013	PKK, 21 NOV 1993	MA	2013	IPA	2	0	WAKA PENGURUS	AGAMA
12	MOH JUFRI	012	21 Juli 2013	PKK, 16 NOV 1996	MA	2013	IPA	2	0	KA TAHFIDZ	AGAMA
13	MOH ABBAS	013	21 Juli 2013	PKK, 19 AGUSTUS 1999	MA	2013	IPA	2	0	KESEHATAN	AGAMA
14	MUHR	010	21 Juli 2013	PKK, 21 NOV 1993	MA	2013	IPA	2	0	KARYAWAN DAPUR	AGAMA
15	FAANQSI	019	21 Juli 2013	SUMENEP, 14 SEP 1996	MA	2012	IPA	3	0	KARYAWAN DAPUR	AGAMA
16	NASHIR	020	21 Juli 2015	SUMENEP, 14 SEP 1996	MA	2012	IPA	1	0	PEKERJAAN	AGAMA
17	HERYADI	021	21 Juli 2015	SUMENEP, 14 SEP 1996	SMAT	2012	IPA	1	0	PJ AL-QURAN	AL-QURAN
18	CHOLIKUR RAHMAN TOYIB	022	21 Juli 2015	SUMENEP, 14 SEP 1996	MA	2012	BAHASA	1	0	KADARWIS	BHS INGGRIS
19	MALIM	023	21 Juli 2015	SUMENEP, 14 SEP 1996	MA	2012	IPA	1	0	KA. IRLA	BHS ARAB
20	MOHILUR RAHMAN	011	21 Juli 2013	PKK, 7 JULI 1994	MA	2013	IPA	2	0	STAF KEAMANAN	AGAMA
21	TAUFIQUR RAHMAN	024	21 Juli 2013	PKK, 16 OKT 1996	MA	2013	IPA	2	0	STAF USUDYAH	AGAMA

⁵¹ Wawancara dengan

Keterangan : Jumlah guru dan tenaga kependidikan 21 orang. Semua laki-laki rata-rata mahir berbahasa Inggris dan Arab⁵²

Di samping itu data tersebut diperkuat hasil observasi secara langsung pada proses dalam kegiatan sehari-hari santri IICP seperti berikut ini.

Siang itu tepatnya 13 Mei 2019 setelah wawancara dengan pengasuh Ponpes Darussalam puncak KH Abd. Hannan Tibyan langsung diajak ke santri IICP. Tampak mereka sedang istirahat dan didampingi ustad Holilul Rohman. Ketika kita datang spontan mereka kaget dan bangun. Mereka komunikasi dengan ustad menggunakan Bahasa Inggris⁵³

Hasil observasi menunjukkan di Ponpes Darrusalam memang ada potensi besar yang melahirkan peluang bagi para santri untuk mahir berbahasa inggris disebabkan banyak ustad yng menguasai Bahasa inggris. Disisi lain adanya gagasan besar dari pengasuh pada level internasional untuk berdakwah dan sudah menjalin kerja sama dengan beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Tailand.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi implementasi perencanaan yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP diawali dengan kajian analisis SWOT dimana ada kekuatan berupa para ustad yang

⁵² Dokumentasi data SMP dan ponpes 13 Mei 2019

⁵³ Observasi Asrama IICP 13 Mei 2019

mahir dalam berbahasa Inggris dan Arab serta peluang untuk melahirkan sekolah international sebagai bagian dari SMP Darrusalam Puncak, yaitu program IICP.

Selanjutnya implementasi perencanaan yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP diawali proses penyampaian gagasan pengasuh pondok pesantren untuk melahirkan IICP. Selanjutnya juga menyusun perencanaan dalam pemasarannya meskipun secara tidak langsung, diantaranya dengan melibatkan para tokoh yang peduli pada kemajuan pendidikan di Ponpes Darussalam Puncak. Hal ini didasarkan hasil wawancara kepada pengasuh seperti berikut ini.

Sebenarnya gagasan awal saya ingin program ini... kemudian kita libatkan tokoh-tokoh pendidikan yang berpengalaman di ponpes Darussalam ini termasuk ustad Zai...dan juga para ustad yang lain termasuk wali santri yang menginginkan program ini⁵⁴

Hal ini juga diperkuat hasil wawancara dengan wali santri Dr. H. Zainudin Syarif, M.Ag yang putranya berada di ponpes Darussalam Puncak yang menyatakan berikut ini.

Anak saya mondok di Darussalam Puncak ya ada program baru IICP termasuk saya ikut menggagasnya. Dan anak saya juga masuk program IICP tersebut⁵⁵

Pernyataan tersebut senada dengan apa yang disampaikan kepala SMP Darussalam Puncak Bapak Ahmad Wafir seperti berikut ini.

⁵⁴ Wawancara dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

⁵⁵ Wawancara wali santri IICP 15 April 2019

Kyai jika punya keinginan langsung dijalankan seperti IICP. Beliau melibatkan tokoh yang peduli pada kemajuan di Ponpes Darussalam Puncak seperti Ustad Zaenuddin Syarif (direktur pascasarjana di IAIN Madura), termasuk saya.⁵⁶

Kegiatan perencanaan dalam pemasaran IICP dilakukan pengasuh dengan melibatkan para tokoh pada kegiatan musyawarah. Di samping itu masukan dari para tokoh dijadikan dasar merencanakan pemasaran program IICP. Dalam perencanaan ini juga dipaparkan visi dan hasil yang diharapkan dari program IICP dengan konsekuensi biaya berbeda jauh dengan program sekolah biasa di SMP Darussalam Puncak.

Pelibatan ustad yang berperan langsung juga selalu dilakukan oleh pengasuh, seperti yang disampaikan Ustad Holilul Rohman sebagai pengasuh langsung program IICP berikut ini.

Saya juga selalu libatkan terkait program IICP. Jika ada yang kurang sesuai juga langsung diberitahukan. Masukan dari berbagai pihak untuk kemajuan juga selalu diberikan⁵⁷.

Berdasarkan paparan data tersebut dapat disimpulkan implementasi perencanaan yang dilakukan pimpinan pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP dilakukan dengan melibatkan berbagai tokoh yang berpengalaman dibidang pendidikan serta pelaksana langsung program IICP.

⁵⁶ Wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak 14 Agustus 2019

⁵⁷ Wawancara dengan direktur IICP 13 Mei 2019

Pemasaran membutuhkan waktu oleh sebab itu dengan melibatkan para tokoh yang memiliki akses maka akan mengefektifkan program IICP dapat berjalan dengan cepat. Di samping itu wali santri yang peduli terhadap pendidikan juga dilibatkan. Hasilnya terbukti ada respon positif dari wali santri, yaitu terdapat 12 santri sebagai pendaftar program IICP.

3. Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Program IICP adalah program baru yang dikembangkan dari SMP Darussalam Puncak. Salah satu yang menarik dalam program ini adalah fasilitas layanan untuk asrama dan pembelajaran bagi santri berbeda dengan non IICP. Hal ini yang menarik bagi siswa sebagaimana diungkapkan oleh kepala SMP Darussalam Puncak berikut ini.

Program awal IICP pertama dilakukan dengan membuat siswa kersan dengan fasilitas. Berikutnya program output dakwah islam dengan bahasa Inggris⁵⁸

Program IICP memerlukan fasilitas yang berbeda dengan non IICP atau regular. Program IICP dilakukan pada asrama santri juga berbeda. Asrama santri regular juga masih tradisional, terbuat dari serap. Sedangkan asrama IICP sudah berbentuk bangunan permanen lantai 2. Disamping itu selalu didampingi ustad yang terus melaksanakan proses pembelajaran.

⁵⁸ Wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak 14 Agustus 2019

Adapun gambaran asrama sekaligus sebagai kelas untuk pembelajaran berbasis agama dengan bahasa Inggris dan bahasa arab seperti dalam Gambar 4.2 berikut ini.



Gambar 4.2 Asrama Santri Program IICP di Pondok Pesantren Darussalam Puncak⁵⁹

Berdasarkan Gambar 3.2 kebutuhan logistik yang disiapkan adalah sarana dan prasarana. Kebutuhan ini diperoleh dari sumber utama yayasan serta dari wali santri. Sumbangan wali santri program IICP juga cukup besar bila dibandingkan program pendidikan yang ada di sekitar Pondok Pesantren

⁵⁹ Dokumentasi Asrama IICP 14 Agustus 2019

Darussalam Puncak. Hal ini didasarkan hasil wawancara dengan pengasuh pondok pesantren yang menyatakan berikut ini.

Kita kalkulasi biaya dan kita lakukan terbuka kepada wali santri..
diawal dana 5 jutaan dengan siswa IICP 12 siswa⁶⁰

Infra stuktur menjadi target perbaikan pertama di Ponpes Darussalam Puncak khususnya pada program IICP maupun regular. Suasana modern juga tampak di Ponpes Darussalam puncak diantaranya begitu masuk sudah ada petugas pintu parker yang menjaga gardu parkir dan memberikan kartu masuk. Di samping itu program elektronik juga dilakukan untuk belanja seperti kartu belanja, barkot, dan kartu –kartu elektronik lain. Hal ini sebagaimana diungkapkan kepala SMP Darussalam Puncak bapak Ahmad Wafir, S.Pd seperti berikut ini.

Infra struktur menjadi target utama pengasuh untuk kemajuan pondok termasuk program IICP. 80% keuangan untuk sarpras dana pembangunan tinggi, yaitu 3juta. Kegiatan berbasis teknologi seperti enokot (kartu belanja), barkot, dan kartu lain diberikan dan dilakukan di ponpes ini⁶¹

Berdasarkan paparan data tentang sarana dan prasarana diprioritaskan untuk program IICP. Hal ini didasarkan dari wawancara kepada berbagai pihak serta dokumentasi dan hasil observasi. Sarana dan prasarana diprioritaskan dengan harapan para santri betah dan termotivasi untuk belajar.

⁶⁰ Wawancara dengan pengasuh pondok pesantren 13 Mei 2019

⁶¹ Wawancara dengan kepala SMP Darussalam Puncak 14 Agustus 2019

Di samping itu desain infra struktur modern juga dilakukan terbukti adanya kartu-kartu elektronik mulai dari parkir, belanja, serta barkot yang lain.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Berdasarkan paparan data dengan beberapa sumber melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan memenuhi triangulasi sumber dan metode ditemukan strategi proses promosi dan langkah komunikasi yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP sebagai berikut.

- a. Strategi promosi dan komunikasi dilakukan pertama kali pada wali santri yang siswanya ada di SMP Darussalam Puncak karena IICP sebenarnya program khusus siswa SMP mewujudkan cita-cita pengasuh pondok pesantren Darussalam Puncak.
 - b. Strategi promosi dan komunikasi dilakukan juga dengan media website dan diprint out brosur atau dicetak melalui papan pengumuman yang ada di area sekitar asrama pondok pesantren.
 - c. Strategi promosi dan komunikasi program IICP juga dilakukan oleh Kepala SMP Darussalam Puncak dengan presentasi kepada berbagai lembaga seperti hidayatullah, SMA N 1 Pamekasan, UTM, dengan memberikan brosur yang sederhana.
- #### **2. Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren**

Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi ditemukan implementasi perencanaan yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP seperti berikut ini.

- a. Diawali dengan kajian analisis SWOT dimana ada kekuatan berupa para ustad yang mahir dalam berbahasa Inggris dan Arab serta peluang untuk melahirkan sekolah international sebagai bagian dari SMP Darrusalam Puncak, yaitu program IICP.
 - b. Melibatkan berbagai tokoh yang berpengalaman dibidang pendidikan serta pelaksana langsung program IICP.
3. Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi ditemukan deskripsikan kebutuhan logistik dan sarana yang mendapat dukungan masyarakat di kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP seperti berikut ini.

- a. Sarana dan prasarana diprioritaskan dengan harapan para santri betah dan termotivasi untuk belajar.
- b. Desain infra struktur modern juga dilakukan terbukti adanya kartu-kartu elektronik mulai dari parkir, belanja, serta barkot yang lain dan juga gas ibu

sebagai tempat belajar berbasis alam.

D. Pembahasan

1. Strategi Proses Promosi dan Langkah Komunikasi yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Berdasarkan temuan penelitian strategi proses promosi dan langkah komunikasi yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP dilakukan pertama kali pada wali santri yang siswanya ada di SMP Darussalam Puncak karena IICP sebenarnya program khusus siswa SMP mewujudkan cita-cita pengasuh pondok pesantren Darussalam Puncak.

Kepemimpinan dalam mengelola pemasaran pendidikan berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan ini berpijak pada manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagaimana konsepsi pemasaran secara umum adalah usaha atau kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran (Kotler, 1984; Evans, 1985; Muhaimin dkk, 2010).⁶²

Sebagai suatu usaha atau kegiatan, pemasaran pendidikan dewasa ini harusnya berpijak pada kerja manajemen atau *managing productive schools* (Karolyn J. Snyder dan Robert H. Anderson),⁶³ melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dalam memasarkan atau mempromosikan

⁶² H. Muhaimin, dkk., *Manajeen Pendidikan; Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group : 2010), hlm. 101

⁶³ Karolyn J. Snyder dan Robert H. Anderson,

program-program pendidikan kepada masyarakat yang terkait erat dengan peran-peran kepemimpinan dalam lembaga pendidikan.

Pondok pesantren sebagai lembaga penyelenggara pendidikan formal dalam memasarkan produk berupa program berkeunggulan seyogyanya telah berpijak pada proses manajemen proses secara produktif untuk mempengaruhi orang tua sebagai konsumen bagi penyelenggaraan pendidikan berkeunggulan agar mampu meraih pasar yang lebih efektif.

Disamping itu proses komunikasi sangat penting dalam pemasaran jasa pendidikan baik dilakukan secara perorangan maupun melalui media. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian bahwa strategi promosi dan komunikasi dilakukan juga dengan media website dan diprint out brosur atau dicetak melalui papan pengumuman yang ada di area sekitar asrama pondok pesantren.

Temuan berikutnya strategi promosi dan komunikasi program IICP juga dilakukan oleh Kepala SMP Darussalam Puncak dengan presentasi kepada berbagai lembaga seperti hidayatullah, SMA N 1 Pamekasan, UTM, dengan memberikan brosur yang sederhana.

Langkah-langkah komunikasi yang dilakukan pimpinan IICP. Dalam memilih calon siswa, biasanya terdapat kategori-kategori pilihan yang menjadi acuan sekolah; 1). berdasarkan kecerdasan (*intellect*), berdasarkan bakat khusus (*spacial talent*), 3). berdasarkan golongan (*family*), 4). berdasarkan keinginan sosial (*social conscience*), dan 4). berdasarkan semua anak (*the all kid*).⁶⁴

⁶⁴ H. Muhaimin, dkk., *Manajeen Pendidikan; Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group : 2010), hlm. 104

Di pondok pesantren terkait dengan pemilihan calon santri ini kebanyakan berdasarkan pada semua anak (*the all kid*), karena berangkat pada satu prinsip bahwa semua anak di masyarakat harus berpendidikan agama, serta prinsip keterpercayaan (*trustwort*) pondok pesantren sebagai *noble industry* yang selama ini di pimpin oleh sosok ulama atau kyai “terpercaya”, sehingga selama ini dalam rekrutmen santri baru baru mengembangkan kemampuan akademik (*intellect*), bakat dan minat (*spacial talent*) diketahui setelah santri bermukim di pesantren. Inilah yang berbeda dengan calon siswa di sekolah pada umumnya, kemampuan akademik, keterampilan dan bakatnya telah di eksplorasi sejak awal sebelum masuk menjadi warga belajar.

Dalam perkembangannya, program IICP di Pondok Pesantren Darussalam dalam pengelolaan dan manajemen informasi kepada publik berbeda dengan pesantren tradisional, sehingga dalam memasarkan lembaga telah berbasis program *takhassus* berkeunggulan dalam bidang tertentu dan mempunyai *distingtif* yang dapat mempengaruhi calon santri dari kalangan masyarakat berpendidikan dan taraf ekonomi menengah keatas.

2. Implementasi Perencanaan yang Dilakukan Pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

Berdasarkan temuan penelitian tentang implementasi perencanaan yang dilakukan pimpinan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP diawali dengan kajian analisis SWOT dimana ada kekuatan berupa para ustad yang mahir dalam

berbahasa Inggris dan Arab serta peluang untuk melahirkan sekolah internasional sebagai bagian dari SMP Darrusalam Puncak, yaitu program IICP.

Dalam teori rencana pemasaran sekolah (*school marketing*) dengan mengacu pada visi, misi dan tujuan program sekolah agar tujuan utama program dapat menjadi harapan *stakeholders* termasuk orang tua sehingga langkah berikutnya adalah menganalisa ancaman dan peluang eksternal.⁶⁵ Dari analisa lingkungan eksternal inilah kemudian manajer sekolah dapat mengetahui “kecenderungan pasar” sehingga dapat melaksanakan pemasaran dengan baik.

Harapannya Pondok Pesantren dalam memasarkan program keunggulan mendasarkan pada teori tersebut secara terencana agar dalam memasarkan program lebih efektif dan kompetitif, terkecuali nanti terdapat *kearifan* dalam memenuhi informasi lebih menarik bagi masyarakat tentang program IICP ini.

Di samping itu dalam implementasi juga ditemukan melibatkan berbagai tokoh yang berpengalaman dibidang pendidikan serta pelaksana langsung program IICP. Hal ini juga menunjukkan bagian dari analisis SWOT potensi yang menjadi kekuatan untuk menjalankan program IICP di Pondok Pesantren Darussalam Puncak.

3. Deskripsi Kebutuhan Logistik dan Sarana yang mendapat Dukungan Masyarakat di Kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam Memasarkan Program Pendidikan IICP

⁶⁵ H. Muhaimin, dkk., *Manajemen Pendidikan; Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group : 2010), hlm. 103

Berdasarkan temuan penelitian tentang deskripsi kebutuhan logistik dan sarana yang mendapat dukungan masyarakat di kalangan Pondok Pesantren Darussalam Puncak Poto'an Palengaan Pamekasan dalam memasarkan program pendidikan IICP diantaranya sarana dan prasarana diprioritaskan dengan harapan para santri betah dan termotivasi untuk belajar. Di samping itu desain infra struktur modern juga dilakukan terbukti adanya kartu-kartu elektronik mulai dari parkir, belanja, serta barkot yang lain dan juga gas ibu sebagai tempat belajar berbasis alam.

Berdasarkan temuan tentang kebutuhan logistik dan sarana-prasarana yang mendapat dukungan masyarakat dalam memasarkan program pendidikan IICP lebih mudah karena *sigment* sosial orang tua dan masyarakat sebagai *costamer*, serta sebagai *stakeholders* cukup potensial mendukung lembaga pendidikan berkeunggulan dengan fasilitas sarana-prasarana lebih efektif, lingkungan yang nyaman, aman bagi anak didik lebih tekun dalam belajar.

Dalam teori *marketing mix* merupakan 4 kombinasi variable penting pemasaran yang dapat dikendalikan, yaitu; *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga) dan *promotion* (promosi),⁶⁶ bahkan dapat ditambah 3 variable lainnya, yaitu *process* (proses), *peoples* (orang-orang), dan *phsical* (bukti fisik) sehingga peran marketing lebih dinamis dalam memasarkan suatu lembaga pendidikan.

Dalam konteks pendidikan pondok pesantren harapannya adalah lebih menarik dan aktual kiranya mengenai aspek-aspek lain diluar variable-variable itu

⁶⁶ Tobias Richter, *International Marketing Mix Management; Theoretical Framework, Contingency Factors and Enferical Findings from Wark-Market*, (Berlin, Logos Verlag : 2012), hlm. 5

semua, mengingat pesantren dengan figur kyai dan kearifan budayanya, serta keunikan pesantren secara organisatoris amatlah dinamis dalam menemukan motif dan kecenderungan masyarakat memilih pesantren dengan strategi, komunikasi, inovasi, dan bahkan pendekatan *religiousitas* berupa bangunan sialturrahin yang diyakini masyarakat santri dikalangan pesantren sebagai tempat menyemai ilmu dan keagamaan para putra-putrinya di pondok pesantren sebagaimana Darussalam Puncak.

BAB V

P E N U T U P

A. Kesimpulan

1. Proses promosi komunikasi dilakukan pada wali siswa, melalui media sosial website, brosur cetak dan dengan presentasi kepada berbagai lembaga.
2. Implementasi perencanaan pemasaran program IICP melalui proses kajian

analisis SWOT dengan kekuatan kemahiran bahasa asing sebagai basis rintisan program pendidikan international, serta melibatkan tokoh-tokoh berpengaruh dan berpengalaman di bidangnya.

3. Kebutuhan logistik serta sarana dan prasarana menjadi prioritas memotivasi santri belajar di pondok, dengan desain infra struktur modern dan fasilitas *eletronic card* untuk parkir, belanja (*e-nuqud*), serta *barcode* lainnya dan pemanfaatan gas ibu sebagai berbasis alam.

B. Saran-saran

Berdasarkan temuan penelitian sesuai manfaat penelitian diberikan saran kepada berbagai pihak yang kompeten, yaitu:

4. Bagi para akademisi dosen khususnya pada prodi Manajemen Pendidikan Islam. Hendaknya terus dikembangkan penelitian berhubungan dengan pendidikan unggul di lingkungan pesantren. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pengembangannya.
5. Bagi para pengelola pondok pesantren. Hendaknya terus dikembangkan layanan pendidikan unggul di lingkungan pesantrennya berdasarkan potensi yang dimilikinya.
6. Bagi masyarakat. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi masyarakat yang ingin menyekelohkan putranya dilingkungan pondok pesantren dengan layanan sekolah unggul berstandar international dan tetap memegang teguh nilai-nilai keislaman.

DAFTAR PUSTAKAN

- Abdul Azis, *Ekonomi Sufistik Model Al-Ghazali; Pemikiran Al-Ghazali tentang Moneter dan Bisnis*,
- Afidatul Hasanah, “Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu”, *Jurnal El-Tarbawi*, Volume VIII, No. 2 (2015)
- Al-Mawardi, *Ahkam al-Shulthaniyah fi al-Wilayah al-Diniyah*, (Jakarta: Darul Falah, 2000)
- Amri Marzali, “Kata Pengantar”, dalam James S. Spradley, *Metode Etnografi* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1997)
- Atiqullah, *Kepemimpinan Lora (Kyai Muda) dalam Transpormasi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata Palengaan Pamekasan* (2017)
- Atiqullah, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Surabaya: Salsabila, 2012)
- Clifford Geertz, *The Interpretation of Culture* (New York: Basic Book, 1973)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara Group)
- Dawam Rahardjo, *Pergulatan Dunia Pesantren; Membangun dari Bawah* (Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat – P3M, 1983)
- Dokumen profil penerimaan santri baru IICP Puncak Darussalam tahun pelajaran
- Dubrin, Andrew J., *The Complete Ideal's Guides to Leadership*, (Alpha Book: 2000)
- H. Muhaimin, dkk., *Manajeen Pendidikan; Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah / Madrasah*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group : 2010)
- Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Maudaniyah*, Vol. 7, No. 2 (Agustus 2017)
- Imron Arifin, *Kepemimpinan Kyai, Kasus Pondok Pesantren Tebuireng* (Malang: Kalimasahada Press, 1993)
- Jaja Jahari, *Manajemen Madrasah*, (Bandung: Alfabeta)
- Jurnal el-Tarbawi, volume VIII. No. 2, 2015
- Jurnal Ta'allum; Jurnal Pendidikan Islam, Volume 05, Nomor 02, Nopember 2017
- Karolyn J. Snyder dan Robert H. Anderson,
- Manfred Ziemek, *Pesantren dalam Perubahan Sosial*, terj. Burche B. Sundojo, (Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat – P3M, 1986)
- Matthew B. Miles, dan A. Michael Hubermas, *An Expanded Source Book: Qualitative Data Analysis* (London: Sage Publication, 1995)
- Moh. Khafidz Fuad Raya, “Marketing Jasa Institusi Pendidikan”, *Jurnal Falasifa*, Vol. 7, No. 1 (Maret 2016)
- Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996)
- R. M. Stogdill, *Handbook of Leadership; A. Survey of the Literature* (New York: Free Press, 1974)
- S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif* (Bandung: Tarsito, 1992)
- SofjaN Assuri, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm., 4
- SofjaN Assuri, “Manajemen Pemasaran”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada)
- Stephen P Robbins, *Organizational Behavior* (Mexico : Prentice Hall, 2003)
- Ta'allum; Jurnal Pendidikan Islam, Volume 05, Nomor 02, Nopember 2017
- Ta'allum; Jurnal Pendidikan Islam, Volume 05, Nomor 02, Nopember 2017

- Thomas W. Christ, “*Scientific-based Research and Randomized Controlled Trials, the “Gold” Standard? Alternative Paradigms and Mixed Methodologies*”, *Qualitative Inquiry*, Vol. 20, No. 1 (Januari, 2014)
- Tobias Richter, *International Marketing Mix Management; Theoretical Framework, Contingency Factors and Empirical Findings from Wark-Market*, (Berlin, Logos Verlag : 2012)
- William Strauss dan Neil Howe, *Generations: The History of America's Future Generations, 1584 to 2069* (1991) dan *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000)
- William Tanuwidjaya, *8 Intik Kecerdasan Finansial; Ilmu Kekayaan yang Tidak diajarkan di Sekolah dan Kampus*,
- Yukl, Gary, *Leadership in Organizations* (New Jersey: Education, 2003)
- Yvonna S. Lincoln dan Egon G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (London-New Delhi: Sage Publication Inc., 1985)

RIWAYAT HIDUP

Nama	Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd
NIP	197305041999031015
Tempat/Tgl. Lahir	Pamekasan, 04 Mei 1973
Alamat Rumah / HP	Desa Larangan Badung Palengaan Pamekasan / 08123108158
SK Tenaga Edukatif	Manajemen Pendidikan Islam
Alamat email	atiqullah_mpd@yahoo.com
Alamat Kantor / Telp	Jl. Pahlawan Km 4 Pamekasan / 0324-322551
Jabatan	Sekretaris Jurusan Tarbiyah STAIN Pamekasan
Pendidikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. S1. Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Pamekasan 1997 2. S2. PPs Prodi MPD UNESA Surabaya 2004 3. S3. PPs Prodi MPD UM Malang 2009
Kegiatan Ilmiah	<ol style="list-style-type: none"> 1. LPTNU Cabang Pamekasan 2. Lembaga Kajian Pendidikan Islam (CIES) 3. Transmart_Indonesia 4. Yaspenda
Karya Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tahdzibul akhlaq ladzat talamidz fi al-Madrasati Tarbiyatu Shiblyan</i>, (penelitian) 2. Restrukturisasi Sistem Pendidikan Salaf ke Khalaf Pondok Pesantren Miftahul Ulum Bettet Pamekasan (penelitian) 3. Perilaku Kepemimpinan Kolektif Pondok Pesantren (penelitian) 4. Dasar-Dasar Psikologi Agama (buku) 5. Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam (buku) 6. Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengelola Kelas Unggulan (Penelitian) 7. Manajemen Pembelajaran Tematik Madrasah Diniyah Takmiliyah (Penelitian dan Buku) 8. Budaya Organisasi Pendidikan Tinggi Keagamaan Pesantren (Penelitian) 9. Pandangan dan Harapan Masyarakat Pengguna Alumni ((Studi Rekam Jejak Lulusan Program Studi PAI dan PBA Jurusan Tarbiyah STAIN Pamekasan) 10. Peranan <i>Kobhung</i> Sebagai <i>Panopticon</i> dalam Relasi Kekuasaan Suami Istri Di Madura (<i>Studi Panoptisisme Atas Perilaku Istri Menghadapi Dominasi Suami</i>)

	11. Kepemimpinan <i>Lora</i> (Kyai Muda) Dan Transformasi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata Palengaan Pamekasan
	12. Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Keislaman Kebangsaan dan Kemaduraan (<i>Prophetic Leadership, Management & Local Wisdom</i>) di SDIT ABFA Internasional Pamekasan

Pamekasan, 29 Agustus 2019



Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd
NIP. 197305041999031015

RIWAYAT HIDUP

Nama	Dr. H. Ali Nurhadi, S.Pd., M. Pd
NIP	197801091999111001
Tempat/Tgl. Lahir	Kediri, 9 Januari 1978
Alamat Rumah / HP	Kotem Desa Pangongsean Torjun Sampang/081553530721
SK Tenaga Edukatif	Manajemen Pendidikan Islam
Alamat email	www.nurhadibk@gmail.com
Alamat Kantor / Telp	Jl. Pahlawan Km 4 Pamekasan / 0324-322551
Jabatan	Kaprodi MPI IAIN Madura
Pendidikan	4. S1. PPKn UNIPA Surabaya 2002 5. S2. PPs Prodi MPD UNESA Surabaya 2007 6. S3. PPs Prodi MPD UM Malang 2015
Kegiatan Ilmiah	5. TRAINING OF TRAINERSTIM INTI KABUPATEN KOTA (DISTRICT CORE TEAM)15 Desember 2009 6. TRAINING OF TRAINERSPELATIHAN DISTRICT CORE TEAM PROGRAM BERMUTU27 Juni 2010 7. TRAINING OF TRAINERSPELATIHAN BAGI PROVINCIAL CORE TEAM (PCT) UNTUK SD30 Juli 2010 8. TRAINING OF TRAINERSTRAINING OF TRAINERS GURU PENDAMPING DIKLAT TERAKREDITASI PROVINSI JATIM03 Oktober 2011 9. TRAINING OF TRAINERSPELATIHAN PELATIH TINGKAT PROVINSI JATIM PRAKTIK YANG BAIK DALAM PEMBELAJARAN SD DAN MI (MODUL II)27 Agustus 2014 10. TRAINING OF TRAINERSPELATIHAN PELATIH TINGKAT PROVINSI JATIM PRAKTIK YANG BAIK DALAM MANAJEMEN SD DAN MI07 September 2014 11. ASESOR SD/MI 2015 sd 2018 12. ASESOR SD/MI 2018 sd Sekarang
Karya Penelitian	1. Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Kepala Kekolah Terhadap Disiplin Kerja Guru SDN di Kabupaten Sampang 2007 2. Korelasi Kecerdasan Emosional Anak Dengan Prestasi Belajar PKN Siswa kelas VIII SMP N 2 Sampang 2010

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Manajemen SDM Guru di SMA Negeri 1 Sreseh Sampang 2014 4. Manajemen Pengembangan Pendidik dan Tenaga Kependidikan pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Multi Situs di STKIP-PGRI Bangkalan, STKIP-PGRI Sampang) disertasi 2015 5. PERSEPSI MASYARAKAT MEMILIH PENDIDIKAN ANAK USIA DINI (Studi Kasus di TK Negeri Pembina Sampang Tahun Pelajaran 2015/2016) 6. Kerja Sama Kelembagaan Pada Madrasah Adiwiyata Di Mts Negeri 2 Pamekasan
Buku	<ol style="list-style-type: none"> 13. PROFESI KEGURUAN Menuju Pembentukan Guru Profesional 2016 (Buku) 14. Perubahan Organisasi Bagi Pengelola Madrasah Dalam Menghadapi Persaingan Global (2018) 15. Surga di bawah Telapak Kaki Ibu (2019)

Pamekasan, 29 Agustus 2019



Dr. H. Ali Nurhadi, S.Pd., M.Pd
NIP. 197801091999111001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd
Tempat/Tgl. Lahir : Pamekasan, 04 Mei 1973
NIP : 197305041999031015
Jabatan : Peneliti

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian ini dengan topik :

“Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan”, adalah :

1. Bukan merupakan pengulangan penelitian sebelumnya,
2. Bukan merupakan penelitian skripsi, tesis, ataupun disertasi.

Surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata ditemukan penyimpangan terhadap pernyataan ini, maka kami akan mengikuti ketentuan dan hukum yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini di buat sebagai pernyataan keaslian penelitian yang dibiayai DIPA IAIN Madura tahun 2019.

Pamekasan, 29 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd
NIP. 197305041999031015

SURAT PERNYATAAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd

Tempat/Tgl. Lahir : Pamekasan, 04 Mei 1973

NIP : 197305041999031015

Jabatan : Peneliti

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa saya telah melaksanakan penelitian, dan dengan judul “Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Pemasaran Pendidikan Berkeunggulan di SMP *Internasional Islamic Class Program (IICP)* Pondok Pesantren Darussalam Puncak Pamekasan”, Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata ditemukan penyimpangan terhadap pernyataan ini, maka kami sanggup meanggung segala resikonya.

Demikian surat pernyataan ini di buat sebagai persyaratan pelaporan penelitian yang dibiayai DIPA IAIN Madura tahun 2019.

Pamekasan, 29 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Dr. H. Atiqullah, S.Ag., M. Pd

NIP. 197305041999031015