

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandangan masyarakat bahwa pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar ilmu agama dan identik dengan keterbelakangan. Mungkin fenomena ini terjadi disemua pondok pesantren di Indonesia. Semakin menurunnya daya pemuda dan masyarakat untuk menuntut ilmu dipondok pesantren, disini peran pemasaran sangat dibutuhkan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap pondok pesantren.

Pemahaman masyarakat tentang keterbelakangan pondok pesantren dengan memasarkan dan mengenalkan bahwa pondok pesantren saat ini telah berbeda, dimana saat ini telah banyak pondok pesantren yang berbasis pondok modern yang telah menggunakan fasilitas canggih sama seperti sekolah modern pada umumnya. Maka menjadi penting strategi pemasaran terhadap pondok pesantren agar masyarakat lebih berminat untuk memasukan putra putrinya ke pondok tersebut.

Sedemikian pentingnya manajemen pemasaran untuk menjual dan memasarkan pondok pesantren terhadap masyarakat dan meyakinkan kepada ilmuan dan pemuda untuk menuntut ilmu dipondok pesantren terutama menghadapi era baru yaitu pesantren yang modern, yang bisa mengembangkan keilmuan dan keislaman dengan keilmuan umum. Disinilah selayaknya manajemen pemasaran digunakan untuk menggunakan serta mengembangkan pondok pesantren pemasaran yang baik.

Pondok pesantren Annur Azzuabidi adalah lembaga Islam yang dikelola langsung dalam bentuk yayasan Annur Azzubaidi, yang berlokasi di Desa Larowiu, Kecamatan Meluhu, Kabupaten Konawe, Provinsi Sulawesi Tenggara. yang didirikan langsung oleh KH. Anang Zubaidi Afif pada Tahun 1990. Pondok pesantren Annur Azzuabaidi telah berkiprah ditengah masyarakat dan sekarang (tahun 2019) telah memasuki usianya ke 29 tahun. Pondok pesantren Annur Azzuabaidi memiliki 4 (empat) lembaga formal yaitu : Raudlatul Athfal (RA), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA), dan lembaga non formal yaitu :Tahfidz Qur'an, Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA), Madrasah Diniyah Wostho (MDW) dan Majelis Taklim.

Di Sulawesi Tenggara pemasaran lembaga pendidikan sudah diterapkan oleh pondok-pondok pesantren dengan melakukan berbagai usaha. Salah satunya yaitu dengan menyebarkan kalender, liflet/brosur, dan media sosial tentang pondok pesantren tersebut. Isi dari kalender, liflet/brosur, dan media sosial tersebut pada umumnya berupa profil sekolah, visi dan misi, serta prestasi apa saja yang telah diraih oleh santri. Kegiatan penyebaran kalender, liflet/brosur, dan media sosial dilakukan ketika mendekati tahun baru dan tahun ajaran baru.

Pemasaran lembaga pendidikan Islam telah dilakukan oleh beberapa pondok pesantren yang ada di Sulawesi Tenggara terkhususnya yang ada di Kabupaten Konawe berbagai cara dan strategi yang dilakukan dalam meningkatkan minat masyarakat.

Dari beberapa pondok pesantren yang ada di Kabupaten Konawe , pondok pesantren yang juga melakukan pemasaran yaitu, pondok pesantren Annur

Azzubaidi. Pondok pesantren Annur Azzubaidi melakukan berbagai kegiatan pemasaran dalam rangka memperkenalkan pondok kepada masyarakat melalui berbagai cara, seperti membuat kalender, festival seni, dan acara-acara lainnya.

Pemasaran yang dilakukan pondok pesantren Annur Azzubaidi dalam memperkenalkan pondoknya ternyata belum membawa dampak yang positif terhadap minat masyarakat, jika dilihat dari strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yaitu: (*Marketing Mix, product, price, promotion price*) hal ini disebabkan berbagai faktor yaitu : Hilangnya seorang figur pemimpin yang pada saat itu menjadi suri tauladan bagi masyarakat sekitarnya, dekadensi budaya pesantren yang menjadi ciri khas bagi santri, sehingga produk yang ditawarkan ke masyarakat semakin menurun. Di sisi lain orang tua disekitaran wilayah pondok tersebut beranggapan bahwa pondok pesantren tidak lebih berkualitas dari pada lembaga pendidikan umum. Para orang tua lebih senang anak mereka ke sekolah umum negeri atau swasta.

Minat masyarakat terhadap pondok pesantren Annur Azzubaidi yang kurang, dapat diibaratkan seperti bisnis yang tidak diminati konsumen. Jika bisnis tersebut tidak laku, untuk memajukan bisnis tersebut akan menjadi lebih sulit. Begitu juga dengan pondok pesantren Annur Azzubaidi akan sulit untuk meningkatkan kualitas dan mutu lembaganya.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat di Pondok Pesantren Annur Azzubaidi Desa . Larowiu Kec. Meluhu Kab. Konawe”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, maka peneliti mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat dipondok pesantren Annur Azzubaidi ?
- 1.2.2 Bagaimana implementasi strategi pemasaran pondok pesantren Annur Azzubaidi ?
- 1.2.3 Apa indikator keberhasilan serta dampak strategi pemasaran terhadap pondok pesantren Annur Azzubaidi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam upaya mencapai target peneliti menetapkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui straregi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat dipondok pesantren Annur Azzubaidi.
- 1.3.2 Untuk mengetahui implemntasi strategi pemasaran pondok pesantren Annur Azzubaidi
- 1.3.3 Untuk mengetahui indikator keberhasilan serta dampak strategi pemasaran terhadap pondok pesantren Annur Azzubaidi

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu manajemen pada umumnya dan strategi

pemasaran pada khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang strategi pemasaran dipondok pesantren.

1.4.2 Kegunaan Terapan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan Pondok Pesantren Annur Azzubaidi Kec. Meluhu Kab. Konawe Prov. Sulawesi Tenggara atau pihak yang terkait dalam menentukan kerja lembaga dan tujuan yang harus dicapai berkenaan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat serta meningkatkan mutu yang semakin baik dan memuaskan.

