BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan Islam di Indonesia memiliki berbagai bentuk lembaga, salah satunya adalah pondok pesantren. Pondok pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, telah menjadi bagian penting dalam sejarah pendidikan di Indonesia. Sejak zaman penjajahan hingga pasca-kemerdekaan, pondok pesantren berperan dalam mendidik umat Islam dan mencetak generasi penerus yang memahami ajaran agama secara mendalam (Sulaiman, 2018).

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan islam yang sarat akan pembelajaran ilmu agama, seperti kitab klasik yaitu kitab kuning dan kitab syariat lainya. Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan islam pertama yang memperkuat sistem pendidikan nasional. Meskipun masih eksis berdiri sampai sekarang, namun demikian tidak sedikit di antara pondok pesantren yang dulu memiliki banyak santri kemudian menjadi tidak berpenghuni. Masalah utama yang dihadapi adalah lemahnya konsep manajemen pesantren yang diterapkan dimana masih tetap bertahan dengan konsep manajemen tradisional (Paramansyah dkk., 2022).

Namun, di tengah pesatnya perkembangan zaman, pondok pesantren menghadapi berbagai tantangan, baik dalam hal internal maupun eksternal. Tantangan internal mencakup terbatasnya sumber daya manusia, fasilitas, serta pola pengajaran yang masih menggunakan metode tradisional. Sedangkan tantangan eksternal berkaitan dengan semakin berkembangnya lembaga pendidikan modern yang menawarkan kurikulum yang lebih fleksibel dan berorientasi pada kebutuhan pasar. Lembaga pendidikan umum seperti sekolah dan universitas yang berbasis pada kurikulum nasional atau internasional seringkali dianggap lebih unggul dalam hal fasilitas, metode pengajaran, serta peluang kerja bagi para lulusannya. Dalam konteks ini, pondok pesantren perlu

melakukan inovasi, salah satunya dalam hal pemasaran, agar tetap relevan dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya (Nizar, 2020).

Dengan perubahan yang luar biasa di pondok pesantren khususnya dalam hal fasilitas modern, hal itu tentunya akan menarik perhatian ke khalayak umum (masyarakat) dan merupakan strategi marketing yang sudah dilakukan oleh pondok pesantren. Seiring dengan banyaknya jumlah pesantren hari ini, khusus untuk pesantren salaf harus tetap menjaga eksistensinya, paham mengikuti perkembangan zaman dan terus berusaha untuk melihat teknologi agar apa yang menjadi produk pondok pesantren salaf tersebut dapat tersosialisasi dengan baik kepada masyarakat. Untuk mensosialisasikan dengan baik tentang keberadaan pesantren tersebut, maka kemudian diperlukan strategi marketing yang baik guna menyampaikan informasi ini kepada masyarakat melalui manajemen pemasaran pendidikan pondok pesantren.(Wahyono & Fanani, 2022)

Disini peneliti akan membahas model pemasaran pondok pasantren berbasis pembelajaran kitab kuning sehingga nantinya menjadi acuan dalam proses penelitian sehingga model pemasaran di pondok pasantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati berjalan dengan efektif serta efesien untuk menarik santri baru yang inggin mengembangkan potensi dan keilmuan melalui kitab kuning

Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati adalah sebuah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan Islam, khususnya dalam mengajarkan metode Amtsilati untuk mempercepat pemahaman terhadap kitab kuning. Metode Amtsilati memiliki cabang-cabang di berbagai lokasi di Indonesia, termasuk di Kediri, Jawa Timur. Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati Kediri adalah salah satu pondok yang aktif mengembangkan dan mengajarkan metode ini, menyediakan fasilitas pendidikan dan pembelajaran bagi santri dengan pendekatan yang intensif (Alan Muqilul A, 2020). Metode Amtsilati adalah suatu metode cepat untuk membaca kitab kuning, yang dikembangkan oleh KH. Taufiqul Hakim. Tujuan utama metode ini adalah untuk memudahkan pembelajaran kitab-kitab klasik seperti kitab kuning, Al-Qur'an, dan hadis dalam waktu yang lebih efisien.

Dalam penerapannya, metode ini mengutamakan contoh-contoh konkret, sehingga memudahkan siswa atau santri dalam mempelajari teks-teks agama tersebut. Metode ini digunakan secara luas di berbagai pondok pesantren dan lembaga pendidikan Islam di Indonesia. Selain itu, beberapa sekolah dan madrasah juga mengadopsinya untuk mempercepat proses pembelajaran kitab-kitab agama bagi siswa-siswanya (*Program Amtsilati*, t.t.).

Berdasarkan pengamatan awal, model pemasaran yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati masih terbatas pada pendekatan konvensional, yang lebih mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut dan hubungan personal antara pengasuh pesantren dengan masyarakat sekitar. Meskipun pendekatan ini cukup efektif dalam mempertahankan tradisi dan hubungan keagamaan yang erat, namun tidak cukup untuk memperkenalkan pesantren ini ke kalangan yang lebih luas, terutama bagi calon santri dari luar daerah. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi pondok pesantren dalam memasarkan diri di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Menurut (Surachman, 2021) diperlukan inovasi dalam model pemasaran pondok pesantren berbasis kitab kuning yang dapat memperkenalkan pesantren ini kepada masyarakat lebih luas, baik melalui media sosial, situs web, maupun event-event yang melibatkan masyarakat luas.

Dari latar belakang tersebut, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menjleaskan model pemasaran yang berbasis kitab kuning di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati Gurah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkenalkan pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan yang unggul, relevan, dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya di era digital. Dengan menemukan model pemasaran yang tepat, Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in diharapkan dapat memperluas jangkauan pengajaran dan menarik lebih banyak calon santri dari berbagai daerah, sekaligus menjaga dan memperkuat kualitas pendidikan berbasis kitab kuning yang telah menjadi ciri khas dari model pemasaran pondok pesantren berbasis pembelajaran kitab kuning.

B. Identifikasi Masalah

1. Pemasaran Pondok Pesantren yang Belum Optimal: Banyak pondok pesantren, termasuk di Pondok Hidayatul Mubtadi'in, masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan model pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian calon santri.
2. Pemanfaatan Kitab Kuning dalam Pemasaran**:** Bagaimana kitab kuning, sebagai salah satu identitas utama dalam pendidikan pesantren, dapat dijadikan bagian dari strategi pemasaran yang tepat guna menarik minat masyarakat yang lebih luas.

C. Fokus Penelitian

1. Model Pemasaran Pondok Pesantren: Meneliti berbagai strategi pemasaran yang dapat diterapkan di pondok pesantren, khususnya dalam konteks Pondok Hidayatul Mubtadi'in, dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model pemasaran yang ada.
2. Peran Kitab Kuning dalam Pemasaran**:** Meneliti bagaimana kitab kuning dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari nilai jual pondok pesantren dalam menarik minat calon santri, serta bagaimana hubungan antara tradisi pendidikan Islam dan pemasaran modern.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Model pemasaran Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi’in Amtsilati Kediri?
2. Apa saja faktor penghambat model pemasaran Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi’in Amtsilati Kediri?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis model pemasaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi’in Amtsilati Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat model pemasaran Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi’in Amtsilati Kediri.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
    a. Menambah khazanah ilmu pengetahuan terkait pemasaran Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam memahami model pemasaran pondok pesantren berbasis pembelajaran kitab kuning.
    b. Memberikan kontribusi pada pemasaran pondok pesantren, khususnya dalam konteks pesantren yang berbasis pada pembelajaran kitab kuning. Penelitian ini dapat memperkaya teori-teori pemasaran yang diterapkan dalam lembaga pendidikan Islam tradisional.
2. Manfaat Praktis
    a. Memberikan panduan bagi pengelola pesantren dalam menerapkan pemasaran pondok pesantren untuk mengembangkan pesantren berbasis Pembelajaran kitab kuning. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pondok pesantren dan pengelola pesantren untuk meningkatkan kualitas pemasaran pondok pesantren, dan keberlanjutan pondok pesantren dalam menghadapi perubahan zaman.
    b. Membantu pesantren dalam menghadapi tantangan modernisasi. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pemasaran pondok pesantren dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional yang menjadi landasan utamanya.