ABSTRAK

Amin zainul,2026, model pemasaran pondok pesantren berbasis pembelajaran kitab kuning di pondok pesatren hidayatul mubtadi'in amsilati gurah kediri, manajemen pendidikan islam falkutas tarbiyah institut agama islam al-urwatul wutaqo. Solechan.,M.Pd.I

Kata kunci: Model Pemasaran, Pondok Pesantren, Kitab Kuning, Metode Amtsilati.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model pemasaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati Kediri, serta untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan model pemasaran tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan pondok pesantren di era perkembangan zaman untuk mampu bersaing dengan lembaga pendidikan modern, sehingga pesantren perlu melakukan inovasi pemasaran dengan memanfaatkan pembelajaran kitab kuning sebagai identitas dan nilai jual utama dalam menarik minat calon santri baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain pendekatan studi kasus deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini meliputi pengelola pesantren, ustadz, dan santri. Analisis data yang digunakan mencakup tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Model pemasaran di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati menerapkan pendekatan kombinatif yang memadukan strategi tradisional pesantren (jaringan kiai, alumni, dan dakwah) dengan pemasaran modern melalui internet (Instagram, YouTube, TikTok, Facebook). Pesantren menjadikan metode Amtsilati (cara cepat membaca dan memahami kitab kuning) sebagai keunggulan kompetitif atau unique selling point utama. Strategi ini juga ditunjang dengan bauran pemasaran (marketing mix) yang mencakup kesiapan produk unggulan, biaya yang terjangkau, lokasi strategis, dan promosi yang masif. (2) Faktor penghambat model pemasaran ini meliputi kurangnya sumber daya manusia (SDM) khusus di bidang pemasaran modern, keterbatasan infrastruktur teknologi pendukung, stigma masyarakat yang terkadang menganggap pesantren tradisional terkesan "kuno", serta persaingan yang kuat dengan lembaga pendidikan modern seperti boarding school internasional.

ABSTRACK

Analyzes The Marketing Model Of Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati Kediri And Identifies Its Implementation Challenges

Oleh: zainul amin

Nim:2022.112.20.029

This study by Amin Zainul (2026) analyzes the marketing model of Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Amtsilati Kediri and identifies its implementation challenges. Using a qualitative descriptive case study approach, data were collected through interviews, observations, and documentation involving pesantren administrators, teachers, and students.

Keywords: Marketing Model, Islamic Boarding School, Kitab Kuning, Amtsilati Method.

The results show that the pesantren applies a combined marketing model integrating traditional strategies (kyai networks, alumni, and da'wah) with modern digital marketing through social media. The Amtsilati method, which facilitates quick understanding of kitab kuning, serves as the main competitive advantage. This strategy is supported by an effective marketing mix, including affordable costs, strategic location, and strong promotion. However, the model faces several obstacles, such as limited human resources in modern marketing, inadequate technological infrastructure, public stigma toward traditional pesantren, and competition from modern educational institutions.