

## **Perencanaan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Ilmi Wal Amal**

**Netti Nurlenawati\*<sup>1</sup>, Neni Sumarni<sup>2</sup>, Aji Tuhagana<sup>3</sup>, Haya Maharani Lubis<sup>4</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

\*Correspondence: netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>, neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>, aji.tuhagana@ubpkarawang.ac.id<sup>3</sup>, mn20.hayalubis@mhsbupkarawang.ac.id<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan posisi strategis serta alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang diukur melalui faktor internal (*Internal Strategic Factor Analysis Summary/IFAS*) dan faktor eksternal (*External Strategic Factor Analysis Summary/EFAS*). Hasil yang diperoleh dari *IFAS* dan *EFAS* bahwa Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal berada pada kuadran I, yaitu posisi yang menunjukkan organisasi yang kuat dengan peluang yang besar. Strategi pemasaran yang sesuai dengan posisi ini adalah strategi pengembangan (progresif/agresif/ekspansi) yang meliputi persiapan menuju pondok pesantren berbasis muadalah; perluasan promosi dengan melibatkan berbagai pihak terkait dan menggunakan berbagai cara yang efektif; perluasan kerjasama dengan berbagai pihak terkait terutama dalam penerimaan santri baru, pendidikan dan pelatihan; penetapan harga/biaya yang terjangkau, program beasiswa bagi santri, serta menyelenggarakan proses pembelajaran berdasarkan kemampuan akademik santri yang berbeda-beda dalam bentuk rombongan belajar.

**Kata kunci** : Pososi Strategis; Strategi Pemasaran, Pondok Pesantren

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the strategic positioning and alternative marketing strategy that can be carried out by Darul Ilmi wal Amal Islamic Boarding School. The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach. The data analysis used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) which is measured through internal factors (Internal Strategic Factor Analysis Summary/IFAS) and external factors (External Strategic Factor Analysis Summary/EFAS). The results obtained from IFAS and EFAS show that Darul Ilmi wal Amal Islamic Boarding School is in quadrant I, which is a position that shows a strong organization with great opportunities. The strategy that is in accordance with this position is a development strategy (progressive/aggressive/expansion) which includes preparation towards a muadalah-based boarding school; expansion of promotion by involving various related parties and using various effective methods; expansion of cooperation with various related parties, especially in admitting new students, education and training; determining affordable prices/fees, scholarship programs for students and organizing the learning process based on the different academic abilities of students in the form of study groups.*

**Keywords**: Strategic Positioning , Marketing Strategic; Islamic Boarding Scholl

### **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan bisnis jasa di Indonesia semakin berkembang. Salah satu bisnis jasa yang berkaitan dengan pengembangan sumberdaya manusia adalah sektor pendidikan. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat, terutama dengan adanya kebijakan globalisasi pendidikan yang mengijinkannya pihak luar mendirikan sekolah di Indonesia.

Kebijakan tersebut menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dari sudut pandang pebisnis mungkin dianggap ancaman, namun dari sisi lain hal ini menjadi pemacu bagi pihak yang bergelut dalam bidang pendidikan untuk semakin meningkatkan kualitas lulusannya.

Menurut Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional bahwa jalur pendidikan di Indonesia terdiri dari pendidikan formal, pendidikan non formal dan pendidikan informal. Pendidikan formal bertujuan untuk membentuk intelektual peserta didik, selain memiliki jenjang pendidikan yang terstruktur, juga harus mengikuti kurikulum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pendidikan non formal lebih bertujuan untuk memberikan keterampilan sehingga peserta

didik dapat mandiri. Pendidikan non formal selain tidak mengenal jenjang pendidikan, materi pelajaran disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik dan bersifat praktis serta segera dapat dimanfaatkan. Salah satu contoh pendidikan non formal adalah pesantren. Sedangkan pendidikan informal merupakan pendidikan dalam keluarga yang lebih membentuk moral anak.

Menurut Hurlock (2017), masa transisi pada remaja berkisar antara 13 – 16 tahun, dimana pada masa tersebut kemungkinan menimbulkan masa kritis sangat besar. Usia tersebut kira-kira semasa sekolah SMP sampai dengan SMA atau yang sederajat. Dari pendapat tersebut maka masa pesantren yang sesuai adalah pada taraf SMP sampai dengan SMA. Pada masa ini pengaruh lingkungan sangat besar terhadap pembentukan pribadi remaja tersebut.

Faktor pendidikan di sekolah sebagai bentuk pendidikan formal merupakan tempat untuk menstimulasi berbagai aspek perkembangan remaja disertai membekalinya dengan berbagai kompetensi agar dapat menghadapi lingkungan global. Lulusan suatu sekolah selain memerlukan kemampuan dalam *hardskill* yang berupa kompetensi pada bidangnya, juga sangat memerlukan *softskill*. Mengingat maraknya kasus korupsi di Indonesia, maka salah satu *softskill* yang diperlukan adalah perilaku yang baik berupa kejujuran, bertanggungjawab, sabar, rendah hati, berempati, serta hormat kepada orang lain. Hal ini harus didukung oleh perilaku yang bersifat *ukhrawi* sehingga lulusan tersebut merasa takut kepada Allah dan Rasulnya apabila dia tidak melaksanakan hal-hal yang baik bahkan melanggar ketentuan agama. Kondisi seperti ini tidak akan ditemukan pada sekolah umum, tetapi hanya ditemukan pada pondok pesantren, karena saat di pondok tersebut seluruh nilai-nilai agama akan terserap dan membentuk suatu kepribadian.

Berdasarkan hal itu maka pemerintah melalui Permenag Nomor 18 Tahun 2014 menetapkan satuan pendidikan muadalah pada pondok pesantren, yang menandakan bahwa muadalah sebagai pendidikan formal.

Berdasarkan hal itu maka pondok pesantren yang umumnya memisahkan pondok pesantren dengan pendidikan formal bagi santrinya mulailah beralih ke muadalah. Salah satu pondok pesantren yang sedang mempersiapkan diri menyelenggarakannya adalah Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal (DIWA) yang terletak di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang.

Pendirian pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan selalu berkorelasi dengan lingkungan sekitar. Keberadaan pondok pesantren akan berdampak pada lingkungan sekitar, demikian juga lingkungan eksternal dapat mempengaruhi keberadaan pondok pesantren tersebut.

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya baik keberadaan pondok pesantren baik modern maupun tradisional antara lain oleh Nurfarida dkk (2022) yang memberikan informasi bahwa Pondok Pesantren Al-Ihsan memiliki enam karakteristik yang membedakan dengan pesantren lain yaitu 1) integral, 2) moderat, 3) inklusif, 4) holistik, 5) sederhana dan 6) Islam amali yang merupakan kekuatan pada pondok pesantren tersebut, namun sumberdaya manusia menjadi kelemahannya yang tidak dapat mengimbangi kemajuan teknologi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri, Asy'ari dan Ratnaningsih (2022) yang menemukan hasil analisis SWOT di Pondok Pesantren Al-Qur'an Cijantung Ciamis bahwa pondok pesantren ini memiliki infrastruktur yang baik, tingkat sekolah formal yang lengkap, penggunaan media sosial yang aktif, daya serap lulusan yang tinggi, dan kurikulum unggulan Tahfidz dan Tamyiz, namun kembali kelemahannya adalah kurangnya sumber daya manusia yang mumpuni di bidang informasi dan teknologi dan kurangnya sistem manajemen informasi pesantren. Kelemahan kedua pesantren ini dapat diselesaikan dengan ketersediaan sistem informasi yang sudah direnakan secara strategis pada Pendidikan formal seperti yang telah dilakukan oleh Supriyantoko (2018) di DI SMK Diponegoro 1 Jakarta. Dari berbagai penelitian tersebut dapat disintesis bahwa faktor internal sangat penting bagi perkembangan pondok pesantren terutama sumberdaya manusia dan fasilitas.

Penelitian tentang kaitan pesantren dengan lingkungan telah diteliti oleh Faisal, Mutakin dan Setiawan (2020) yang memberikan hasil bahwa ada hubungan antara pengelolaan lingkungan dengan perilaku santri ramah lingkungan. Penelitian tentang kaitan pondok pesantren dengan lingkungan juga telah diteliti oleh Nisa (2019) yang memberikan hasil bahwa kurikulum pendidikan lingkungan hidup dapat diterapkan dengan memadukan dalam mata pelajaran dan program ekstrakurikuler. Penelitian lainnya tentang kaitan antara pesantren dengan lingkungannya yang berupa destinasi wisata telah dilakukan oleh A'isyah (2020) yang memberikan hasil bahwa

lingkungan daerah wisata berdampak pada kegiatan pondok pesantren. Dampak positifnya adalah adanya pemberdayaan ekonomi, sedangkan dampak negatifnya diduga adanya perilaku menyimpang dari Pondok Pesantren Biharu Bahri 'Asali Fadlail al-Rahmah yang terletak di Malang Jawa Timur. Penyimpangan tersebut mulai dari bangunan unik yang tidak sesuai kaidah pondok pesantren, komersialisasi wisata religi dengan mempekerjakan santri sebagai tenaga kerjanya. Dari berbagai penelitian ini dapat disintesis bahwa faktor lingkungan yang merupakan faktor eksternal dapat mempengaruhi strategi pondok pesantren.

Dari seluruh penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi dalam pengelolaan pondok pesantren sangat tergantung dari faktor internal maupun faktor eksternal tanpa menyimpang dari kaidah-kaidah atau aturan-aturan yang berlaku. Hal tersebut sudah seharusnya menjadi pertimbangan para pengurus Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan posisi strategis serta alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal Karawang.

Penentuan posisi strategis serta perencanaan strategi pemasaran memerlukan analisis faktor internal dan faktor eksternal organisasi.

Faktor internal organisasi adalah faktor-faktor lingkungan yang berada dalam organisasi serta memiliki pengaruh langsung terhadap perusahaan (Susanthi, 2017). Faktor tersebut relatif lebih mudah diatur, diperkirakan dan diantisipasi risikonya. Selanjutnya menurut Riyanto (2018) lingkungan internal meliputi struktur, budaya, dan sumberdaya yang perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada di organisasi.

Menurut Robinson dalam Lestari dan Vikaliana (2021) analisis faktor internal digunakan mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan potensial, mencakup pemasaran, keuangan/akunting, produksi, operasi, dan teknik, personalia, manajemen mutu, sistem informasi, organisasi dan manajemen umum, layanan, pengembangan teknologi, manajemen sumberdaya manusia, serta logistik masuk/logistik kedalam. Sedangkan menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin dalam Lestari dan Vikaliana (2021) analisis faktor internal menganalisis kaitan antara strategi dan tanggapannya dengan semua yang berhubungan dengan internal organisasi, menganalisis setiap masalah utama yang diduga akan berdampak terhadap strategi yang akan digunakan, serta meramalkan setiap kemungkinan yang akan terjadi didalam proses internal perusahaan.

Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan atau organisasi, namun dapat mempengaruhi proses organisasi tersebut. Menurut Sopiah dalam Winarna, Nawangsari dan Rahayu (2019) faktor eksternal ini dapat menjadi keuntungan bagi organisasi apabila organisasi mampu menghadapinya, namun tidak sedikit yang merugikan organisasi karena mungkin dapat menjadi ancaman bagi organisasi jika organisasi tidak dapat memprediksinya dengan tepat. Faktor eksternal ini dapat berupa lingkungan mikro yang terdiri dari pesaing, pelanggan, pasar tenaga kerja, pemerintah dan lembaga keuangan serta lingkungan atau kondisi makro yang terdiri dari kondisi ekonomi, kondisi politik dan hukum, kondisi sosial budaya, kondisi demografi, teknologi dan globalisasi. Menurut Winarna, Nawangsari dan Rahayu (2019) pula terdapat hubungan antara lingkungan dan organisasi. Organisasi berfungsi dalam transformasi input menjadi output, dimana input dapat diperoleh dari internal maupun eksternal organisasi.

Menurut Isnati dan Fajriansyah (2019) analisis faktor internal dan faktor eksternal merupakan salah satu langkah dalam menentukan strategi dalam suatu organisasi. Selanjutnya Isnati dan Fajriansyah (2019) menyatakan bahwa untuk menyusun strategi organisasi, termasuk strategi pemasaran dapat menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti dalam Sumarni dan Faddila (2023) analisis SWOT dapat memaksimalkan peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengurangi ancaman

Menurut Winarna, Nawangsari dan Rahayu (2019) terdapat berbagai alternatif strategi dalam menjalankan roda organisasi yaitu: strategi integrasi yang terdiri dari integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal; strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, strategi diversifikasi; strategi merger; strategi kemitraan; dan strategi *turn around*.

Menurut Tjiptono (2019) dalam strategi pemasaran jasa, perusahaan dapat melakukan diferensiasi kompetitif dalam penyampaian jasa (*service delivery*) melalui bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal, Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang sejak bulan Agustus sampai dengan November 2023.

Partisipan terdiri dari pengurus Yayasan, pengasuh pondok pesantren, ustadz dan guru pengajar serta santri rintisan sebagai pihak internal. Selain itu penelitian ini melibatkan aparat, tokoh dan para pemuka agama Desa Mekarbuana sebagai partisipan.

Pada penelitian ini data kualitatif dan kuantitatif saling melengkapi, sehingga informasi menjadi lebih jelas. Berdasarkan hal itu maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, untuk mengetahui keadaan pondok pesantren secara langsung
2. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi tentang IFAS dan EFAS berdasarkan penilaian dari pengurus yayasan, pengasuh pondok pesantren, utadz dan santri rintisan sebagai pihak internal serta aparat, para tokoh dan pemuka agama Desa Mekarbuana sebagai faktor eksternal.
3. Wawancara dilakukan kepada pengurus Yayasan, pengasuh pondok pesantren, ustadz, dan santri rintisan, bertujuan untuk mengetahui permasalahan secara mendalam.
4. Studi dokumentasi digunakan untuk menelaah data dan dokumen yang terkait dengan penelitian kemudian menyimpulkan data untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan.
5. Studi pustaka dilakukan guna menemukan dasar, penelitian terdahulu dan melakukan pencarian *research gap* serta kebaruan penelitian.

Perencanaan strategi ini terdiri dari tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data (audit faktor internal dan faktor eksternal), tahap analisis yang menggunakan matriks SWOT/matriks IFAS-EFAS dan tahap pengambilan keputusan.

## HASIL

### Posisi strategis Pondok Pesantren Darul Ilmi Wal Amal

Analisis SWOT pada penelitian ini digunakan untuk menentukan posisi strategis Pondok Pesantren DIWA. Posisi strategis suatu organisasi tergantung dari kondisi organisasi tersebut, dilihat dari faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi tersebut serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman bagi organisasi tersebut.

Uraian di atas digunakan untuk menentukan faktor strategis, baik internal maupun eksternal. Agar penilaian itu tepat maka pada setiap faktor strategis tersebut tersebut diberikan bobot sesuai dengan kepentingannya. Semakin besar bobotnya maka faktor tersebut dianggap semakin penting.

### Pembobotan Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Dari penelitian diperoleh bahwa faktor strategi internal terdiri dari 8 (delapan) faktor kekuatan serta 4 (empat) faktor kelemahan yang dimiliki Pondok Pesantren DIWA.

#### *Pembobotan Faktor Internal*

Tabel 1 Faktor Internal Pondok Pesantren DIWA

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Skala	Skor (B x R)
<b>Kekuatan</b>				
1	Semangat pengurus pesantren	0,125	3	0,375
2	Kemampuan pengurus pesantren dalam mengelola	0,125	3	0,375
3	Hubungan pengurus dengan santri, orang tua dan pihak eksternal	0,125	3	0,375
4	Lokasi yang luas, nyaman dan kondusif untuk belajar	0,125	4	0,500
5	Fasilitas belajar yang lengkap	0,125	4	0,500
6	Sistem seleksi yang baik	0,125	4	0,500
7	Ustadz yang kompeten	0,125	3	0,375
8	Menggunakan metode Tamyidz	0,125	4	0,500
	<b>Total Kekuatan</b>	<b>1,000</b>		<b>3,500</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Belum memiliki kyai yang kharismatik dan kepedulian yang tinggi	0,300	2	0,713
2	Ponpes belum memenuhi persyaratan muadalah	0,200	2	0,325
3	Belum memiliki ustadz yang tetap (masih kerjasama dengan Bayt Tamyidz)	0,300	2	0,525
4	Metode Tamyizbelum terlalu dikenal	0,200	2	0,325
	<b>Total Kelemahan</b>	<b>1,000</b>		<b>1,888</b>
	<b>Selisih Kekuatan – Kelemahan</b>			<b>1,613</b>

Dari Tabel 1 Di atas tampak bahwa terdapat selisih positif antara kekuatan dan kelemahan, dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa posisi pondok pesantren ini ada di sebelah kanan.

**Pembobotan Faktor Eksternal**

Dari penelitian diperoleh bahwa faktor strategi eksternal terdiri dari 4 (empat) faktor peluang serta 4 (empat) faktor tantangan/ancaman yang dimiliki Pondok Pesantren DIWA.

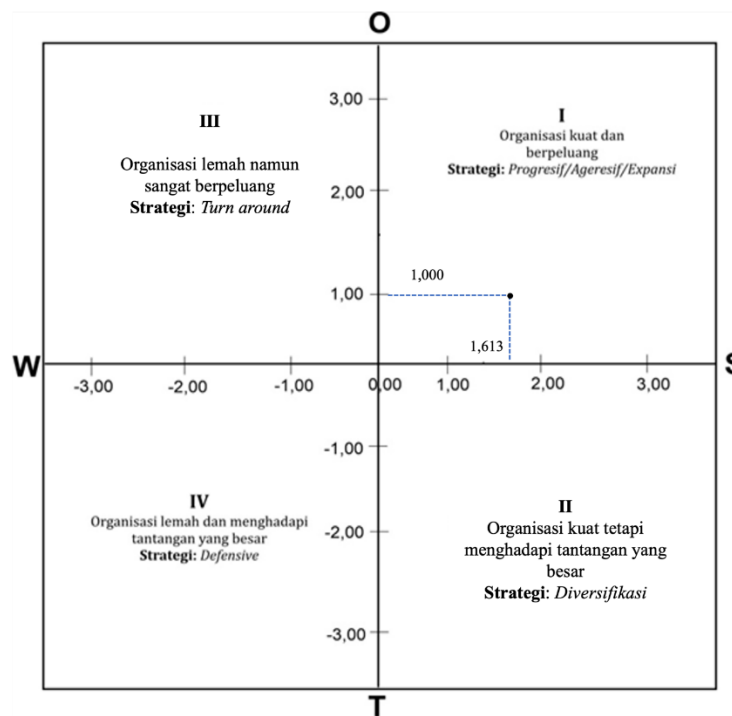
**Tabel 2. Faktor Eksternal Pondok Pesantren DIWA**

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Skala	Skor (B x R)
<b>Peluang</b>				
1	Animo santri dan orang tua santri yang tinggi pada ponpes modern	0,2000	3	0,600
2	Peraturan Pemerintah (Depag) yang mengakui pesantren (muadallah) sebagai pendidikan formal	0,3000	3	0,900
3	Tingginya jumlah siswa lulusan SD yang tidak tertampung oleh SMP dan sekolah setara SMP.	0,2000	3	0,600
4	Dukungan lingkungan dan pemerintah setempat yang tinggi	0,3000	3	0,900
	<b>Total Peluang</b>	<b>1,000</b>		<b>3,000</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Belum memiliki ustadz yang tetap, tetapi masih kerjasama dengan ponpes lain	0,250	2	0,500
2	Minat masyarakat cenderung ke sekolah umum dibandingkan ke pesantren	0,250	2	0,500
3	Beredarnya isu negatif pesantren	0,250	2	0,500
4	Pesantren pesaing	0,250	2	0,500
	<b>Total Ancaman</b>	<b>1,000</b>		<b>2,000</b>
	<b>Selisih Peluang – Ancaman</b>			<b>1,000</b>

Dari Tabel 2 Di atas tampak bahwa terdapat selisih positif antara kekuatan dan kelemahan, dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa posisi pondok pesantren ini ada di sebelah atas garis pembatas.

**Posisi Pondok Pesantren Darul Ilmi Wal Amal**

Dari kedua Tabel di atas tampak bahwa selisih kekuatan-kelemahan maupun selisih peluang-ancaman/tantangan positif. Kedua hal ini menunjukkan bahwa posisi Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal berada pada posisi kuat dengan peluang yang besar. Hal ini dapat ditunjukkan pada Gambar 2 di bawah ini.



**Gambar 2 Posisi strategis Pondok Pesantren DIWA**

**Alternatif Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Ilmi Wal Amal**

Posisi strategis tersebut di atas sangat menentukan strategi yang akan digunakan oleh pondok pesantren.

Posisi di Kuadran I menunjukkan organisasi memiliki kekuatan dan memiliki peluang yang sangat bagus. Pada kuadran ini strategi yang paling sesuai diterapkan adalah progresif atau ekspansi.

Posisi di kuadran II mempunyai arti organisasi memiliki banyak kekuatan namun memiliki banyak tantangan atau ancaman. Strategi yang disarankan untuk organisasi jenis ini adalah diversifikasi dan diferensiasi.

Posisi di kuadran III mempunyai arti organisasi memiliki banyak kelemahan namun memiliki peluang yang sangat besar. Organisasi yang berada pada kuadran ini disarankan untuk menerapkan strategi *turn over* atau perubahan.

Kuadran IV, organisasi memiliki cukup banyak kelemahan dan menghadapi tantangan atau ancaman yang besar. Organisasi dengan kondisi seperti ini, disarankan menggunakan strategi bertahan atau *Defensif* untuk mempertahankan proses bisnis internal.

Tabel di bawah ini menunjukkan analisis SWOT yang berisi tentang IFAS dan EFAS serta alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih.

Tabel 3. Matrik Analisis SWOT Pondok Pesantren Darul Ilmi Wal Amal

Internal	<b>Kekuatan (Strenght)</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>
	A. Lokasi (tempat) dan fasilitas belajar - Tempat yang luas, nyaman serta kondusif untuk belajar - Fasilitas belajar lengkap B. Sumberdaya manusia - Semangat pengurus pondok pesantren yang tinggi - Kemampuan pengurus dalam mengelola pesantren yang tinggi - Kemampuan pengurus dalam membina hubungan dengan santri, orang tua/wali, serta pihak eksternal yang baik - Ustadz dan guru yang kompeten di bidangnya C. Rekrutmen santri serta metode pembelajaran - Sistem seleksi santri yang jelas dan baik - Menggunakan metode tamyiz yang efektif dan efisien	A. Kelembagaan - Pondok pesantren baru berdiri, sedangkan salah satu syarat pengajuan muadalah minimal harus sudah berdiri selama 2 tahun B. Sumberdaya manusia - Belum memiliki kyai yang kharismatik serta kepedulian yang tinggi - Belum memiliki ustadz yang tetap (masih kerjasama dengan Bayt Tamyiz) C. Metode - Metode Tamyiz belum terlalu dikenal masyarakat
Eksternal	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
	1. Mempersiapkan ponpes DIWA menuju ponpes berbasis muadalah 2. Pendekatan pemasaran yang inovatif dengan cara mengadakan kegiatan di pondok pesantren yang mengundang pihak eksternal 3. Perluasan promosi baik offline maupun online 4. Perluasan promosi melalui santri maupun orang tua santri dengan cara demonstrasi dan testimoni 5. Perluasan promosi melalui lembaga terkait 6. Menyelenggarakan pelatihan penggunaan metode Tamyiz kepada guru agama maupun santri dari pondok pesantren lain 7. Perluasan kerjasama (Kemitraan) dengan pihak terkait baik dengan SD, Madrasah, maupun pesantren serta influencer 8. Proses pembelajaran berdasarkan kemampuan akademik santri yang berbeda-beda dalam bentuk pengelompokan rombongan belajar 9. Menetapkan harga/biaya yang terjangkau oleh masyarakat menengah ke bawah 10. Program beasiswa atau orang tua asuh bagi santri.	1. Menyelenggarakan pendidikan dengan kurikulum muadalah DEPAG 2. Menyiapkan seluruh persyaratan pengajuan muadalah 3. Mendemonstrasikan proses belajar metode tamyiz ke majlis talim, SD, 4. Melakukan sosialisasi dan promosi secara langsung pada Majelis Ta'lim, dan kelompok pengajian tentang program Ponpes DIWA 5. Menyiapkan santri rintisan yang seluruh biayanya dijamin oleh ponpes DIWA
<b>Peluang (Opportunity)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
A. Kebijakan pemerintah - Peraturan Pemerintah (Kemenag) yang mengakui pesantren (muadalah) sebagai pendidikan formal B. Dukungan lingkungan - Dukungan lingkungan dan pemerintah setempat yang tinggi C. Animo Masyarakat - Animo santri dan orang tua santri yang tinggi pada ponpes modern D. Jumlah lulusan SD - Tingginya jumlah siswa lulusan SD yang tidak tertampung oleh SMP dan sekolah setara SMP	1. Menyebarluaskan informasi tentang muadalah baik melalui sosialisasi langsung maupun sosial media. 2. Mengirimkan calon ustadz dan santri senior untuk belajar metode Tamyiz di pusatnya yaitu Bayt Tamyiz. 3. Mengadakan kajian agama secara rutin di pondok pesantren yang melibatkan masyarakat dengan mengundang tokoh agama (kyai) yang populer 4. Mengadakan kegiatan secara rutin yang melibatkan masyarakat luar seperti festival, pameran dsb 5. Mengadakan kegiatan yang mendorong santri untuk berinovasi, berkreasi dan mandiri. 6. Menyediakan waktu santai dimana santri dapat bebas berkreasi menggunakan waktunya mengembangkan minat dan bakat.	1. Memberikan informasi tentang profil Pondok Pesantren DIWA. 2. Rekrutmen kyai yang memahami visi Ponpes DIWA 3. Rekrutmen ustadz kompeten dalam metode tamyiz.
<b>Ancaman (Threats)</b>		
A. Pesantren x sekolah umum - Minat masyarakat cenderung ke sekolah umum dibandingkan ke pesantren B. Isu negative - Adanya keluhawatiran apabila beberapa waktu yang akan datang belum juga memiliki ustadz yang stanby dan berkualifikasi maka kesan orang tua santri menjadi negative - Beredarnya isu negative tentang pesantren beraliran sesat C. Pesaing - Pesantren pesaing		

Mengingat posisi strategis pondok pesantren DIWA ini terletak di kuadran I, maka strategi pemasaran yang dipilih adalah strategi progresif atau ekspansi.

**Pembahasan**

Berdasarkan analisis IFAS-EFAS posisi strategis Pondok Pesantren DIWA berada pada kuadran I yaitu posisi dimana Pondok Pesantren DIWA memiliki kekuatan dengan peluang yang tinggi. Menurut strategi yang diperlukan adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang sebanyak-banyaknya, strategi seperti itu disebut strategi progresif atau ekspansi.

Berdasarkan Permenag Nomor 18 Tahun 2014 Bab II Bagian kesatu Pasal 3 ayat (5) persyaratan penyelenggaraan satuan pendidikan muadalah pada pondok pesantren itu harus memiliki

santri mukim paling sedikit 300 orang, maka strategi pemasaran difokuskan untuk penerimaan santri baru.

Kekuatan Pondok Pesantren DIWA terletak pada lokasi/tempat dan kelengkapan fasilitas, sumberdaya manusia serta sistem seleksi santri dan metode pembelajaran. Sedangkan peluang yang dimiliki adalah kebijakan pemerintah tentang muadalah, tingginya animo masyarakat untuk melanjutkan pendidikan anaknya ke pesantren modern serta dukungan pemerintah dan masyarakat setempat.

Apabila mengacu pada 7P bauran pemasaran jasa (Tjiptono, 2019) maka 4P sudah terpenuhi yaitu lokasi/tempat (*place*), sumberdaya manusia (*people*), fasilitas (*physical evidence*) serta sistem seleksi santri dan metode pembelajaran (*process*). Sedangkan 3P lainnya belum terpenuhi. Ketiga P tersebut adalah *product* (belum menghasilkan lulusan), *promotion* (selama ini pengurus belum melakukan promosi), serta *price* (santri rintisan belum membayar biaya pendidikan).

Dengan memadukan kekuatan dan peluang yang dimiliki dan memenuhi 7P bauran pemasaran jasa, maka pengurus Ponpes DIWA dapat memperkenalkan ponpes tersebut dengan target memperoleh santri sesuai kriteria, maka terwujudlah strategi progresif/ekspansi sebagai berikut:

1. Mempersiapkan ponpes DIWA menuju ponpes berbasis muadalah
2. Pendekatan pemasaran yang inovatif dengan cara mengadakan kegiatan di pondok pesantren yang mengundang pihak eksternal
3. Perluasan promosi baik offline maupun online
4. Perluasan promosi melalui santri maupun orang tua santri dengan cara demonstrasi dan testimoni
5. Perluasan promosi melalui lembaga terkait
6. Menyelenggarakan pelatihan penggunaan metode Tamyiz kepada guru agama maupun santri dari pondok pesantren lain
7. Perluasan kerjasama (kemitraan) dengan pihak terkait baik dengan SD, Madrasah, maupun pesantren serta influencer
8. Proses pembelajaran berdasarkan kemampuan akademik santri yang berbeda-beda dalam bentuk pengelompokan rombongan belajar
9. Penetapan harga/biaya yang terjangkau oleh masyarakat menengah ke bawah.
10. Program beasiswa atau orang tua asuh bagi santri.

## SIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Posisi strategis Pondok Pesantren Darul Ilmi wal Amal terdapat pada Kuadran I yaitu memiliki kekuatan dengan peluang yang tinggi.
2. Strategi yang paling sesuai adalah strategi S-O yang yaitu strategi progresif/ekspansi untuk perolehan santri dengan uraian sebagai berikut:
  - a. Mempersiapkan Ponpes DIWA menuju pondok pesantren berbasis muadalah.
  - b. Perluasan promosi dengan melibatkan berbagai pihak terkait dan menggunakan berbagai cara yang efektif.
  - c. Perluasan kerjasama dengan berbagai pihak terkait terutama dalam penerimaan santri baru dan pelatihan.
  - d. Proses pembelajaran diselenggarakan berdasarkan kemampuan akademik santri yang berbeda-beda dalam bentuk rombongan belajar
  - e. Penetapan biaya yang terjangkau serta program beasiswa atau orang tua asuh bagi santri.

Penelitian ini berimplikasi pada perencanaan strategi pemasaran dan pengembangan pondok pesantren yang berbasis muadalah. Berdasarkan hal itu maka perlu adanya evaluasi implementasi program melalui penelitian lanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, I. F., Mutakin, A., & Setiawan, A. Y. (2020). Pengelolaan Lingkungan Berbasis Pesantren (Ekopesantren) dalam Menciptakan Perilaku Santri Yang Ramah Lingkungan Di Ponpes Baiturrahman Kec. Ciparay. *Geoarea Jurnal Geografi*, 3(2).
- Fauziyah, E., & Diniyati, D. (2011). Identifikasi Faktor Utama Pondok Pesantren dalam Pengembangan Hutan Rakyat (Identification Of Main Factors Of Pondok Pesantren In Community Forest Development). *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 8(1), 77–97.

- Hurlock, E. B. (2017). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi Ke – 5). Jakarta: Erlangga
- Isnati, Fajriansyah, M.R. (2019). *Manajemen Strategik. Intisari Konsep Dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lestari, D., & Vikaliana, R. (2021). Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Penurunan Pengiriman Barang Kargo Di PT. Lintas Maju Nusantara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 813–822. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.15790>
- Nisa, Z. K. (2019). Pengembangan Pendidikan Lingkungan Hidup Di Pondok Pesantrenkabupaten Blitar. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 4, 105–113.
- Nurfarida, R., Nugraha, M. T., Suhartini, A., & Ahmad, N. (2021). Karakteristik Pondok Pesantren Al-Ihsan Dalam Tinjauan Analisis Swot. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 162–177. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.334>
- Permenag No 18 Tahun 2014 Pasal 10 Ayat 1 Tentang Satuan Pendidikan Mu'adalah Pada Pondok Pesantren.
- Ponirah, A., Yuliana, R., & Nasution, A. I. (2021). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Umkm Opak Kolontong. *Journal Of Islamic Economics And Business*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.15575/jieb.v1i2.15586>
- Riyanto, S. . (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Madiun. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(3), 159–168. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Safitri, S., As'yari, H., & Ratnaningsih, S. (2022). Analisis Swot Pondok Pesantren Al-Quran Cijantung Ciamis Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 96. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v6i1.860>
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam). *Jurnal Elektronik Rekaman*, 1(1), 30–42.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran. Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Winarna, Nawangsari, E., Rahayu, B. S. (2019). *Manajemen Strategik: Model Permintaan Dan Strategi Memperoleh Keunggulan Kompetitif Bagi Bisnis Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish