

BAB IV

PAPARAN DATA , TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Paparan Data

Pada bab ini, peneliti akan membahas paparan data dan temuan penelitian yang ditemukan setelah paparan teoritis yang disajikan dalam bab sebelumnya, paparan data dan temuan penelitian akan di susun dengan mengkolaborasikan hasil penelitian dengan temuan di lapangan, khususnya di pondok pesantren Ziyadatut Taqwa larangan Tokol Tlanakan Pamekasan, metode yang di gunakan dalam pengumpulan data di lapangan termasuk wawancara, observasi, dan dokumentasi, Kesimpulan dari kolaborasi ini kemungkinan akan menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana teori diterapkan atau relevan dalam konteks praktik di lapangan.

a. Strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai Spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa

Dengan membangunkan nilai citra positif melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren dapat mempromosikan diri sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya mengajarkan ilmu akademis tetapi juga membentuk karakter spiritual yang kuat. Memanfaatkan figur ulama atau kiyai sebagai duta pesantren yang di jadikan simbol spiritualnya sehingga memberikan pengaruh besar dalam menarik minat masyarakat. Seperti halnya pada Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dengan kekentalan ke spiritualnya dan

keistiqomahan seorang pemimpin yang ada didalamnya membuat masyarakat berminat memondokkan anaknya di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

Selain itu juga dengan pengalaman pribadi para santri atau alumni mengenai bagaimana Pondok Pesantren membantu mereka dalam meningkatkan kualitas spiritual dan akademik dapat menjadi daya tarik tersendiri. Dengan menggabungkan nilai spiritual dalam setiap aspek strategi pemasaran, Pondok Pesantren dapat menarik minat masyarakat yang menginginkan pendidikan agama yang holistik dan berorientasi pada pembentukan karakter spiritual. Oleh karena itu peneliti melakukan wawancara dengan Pengasuh Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa untuk mendapat wawasan yang lebih luas terkait dengan Strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Dalam hal ini Kiai Moh Afiful Khair berpendapat bahwa:

Pondok pesantren Ziyadatut Taqwa dalam menyampaikan nilai-nilai spiritual tersebut melalui berbagai media, baik secara langsung maupun digital, diantaranya ketika mengadakan pengajian terbuka atau seminar yang menekankan pentingnya Pendidikan spiritual. Didunia digital kami menggunakan media seperti instagram, Facebook, dan Youtube untuk membagikan konten-konten Islami, kegiatan santri, sehingga masyarakat bisa mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren Ziyadatut Taqwa¹

Untuk lebih memperkuat hasil wawancara peneliti melakukan dokumentasi untuk memperkuat data yang di peroleh saat wawancara dan menghasilkan informasi yang akurat yang dapat kita ketahui dengan melalui akun atau website Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

¹ Moh Afiful Khair, Pengasuh Pondok Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)



Gambar 4.1 Website Pondok Pesantren penerimaan santri baru, foto Ramadhan, dan foto unggahan harl. Pesantren Ziyadatut Taqwa.²

Nurul Asriyah selaku bendahara l Taqwa mengatakan bahwa,

Di Pondok Pesantren ini memang yang mana Upaya yang dilakukan platform penyebaran brosur atau b Ziyadatut Taqwa bisa dengan IG, FB bahkan Youtube yang dimiliki Pesantren dengan cara menyampaikan informasi Pesantren, berupa kegiatan santri setiap harinya, serta nilai-nilai spiritual yang kami ajarkan, seperti halnya mengunggah video ceramah.³

Ustad Nuril Qulub selaku sekretaris umum Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa juga mengatakan,

Dengan adanya akun media sosial yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa kami selaku pengurus menggunakannya sebaik-baiknya dengan cara menggunakan situs web resmi tersebut untuk memberikan informasi detail tentang program, pendaftaran, serta berita terbaru. Hal ini dapat memudahkan Masyarakat untuk bisa lebih mengenal Pesantren lebih jauh tanpa harus datang langsung.⁴

Ustadzah Nafilah Sulfa juga berpendapat bahwa, Sependapat dengan ungkapan ustad Nuril Qulub selain dari pengurus dari pihak alumni juga aktif dalam membantu promosi, terutama

² Dokumentasi Tanggal 19 Oktober 2024

³ Nurul Asriyah Bendahara Pondok Pesantren Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)

⁴ Nuril Qulub Sekretaris umum Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)

melalui jejaring komunitas, seperti halnya menyebarkan program-program Pondok Pesantren melalui akun-akunnya, selain itu kami juga menawarkan program unggulan yang ada pada Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa seperti halnya Tahfidz Al-qur'an, Ngaji Kitab Kuning dan program-program unggulan lainnya.⁵

Selain itu Ketua 1 Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Nurus Shobah juga mengatakan.

Selain dari media sosial kami juga melakukan strategi dengan menjalin kerja sama dengan tokoh agama dan influencer di bidang pendidikan islam. Mereka membantu menyebarkan informasi tentang program-program di pesantren kami melalui ceramah dan media sosial mereka. Selain itu, kami juga sering mengadakan open house atau hari kunjungan, dimana masyarakat bisa datang langsung ke pesantren untuk melihat kegiatan sehari-hari para santri. Ini memberikan gambaran nyata tentang suasana disini dan bagaimana nilai-nilai spiritual diterapkan.⁶

Ustad Zainul Syafaat juga mengatakan bahwa,

Sependapat dengan ustadzah nurus shobah bahwasannya kami ini juga memanfaatkan kolaborasi dengan tokoh Masyarakat yang memiliki pengaruh positif di media sosial. Mungkin dengan melalui mereka nilai-nilai yang ada pada Pondok Pesantren dapat tersampaikan dengan cara yang lebih luas dan relevan bagi generasi muda.⁷

Sejalan dengan pendapatnya ustad hannan mengatakan bahwa, Semua pengurus yang ada di lingkungan pesantren dalam memasarkan pondok pesantren yaitu melakukan kolaborasi dengan masyarakat, jadi pengurus menyambangi tokoh masyarakat atau perangkat desa yang terpenting masyarakat yang mempunyai pengaruh dalam masyarakat itu akan di sambangi dan memberikan pencerahan mengenai pondok pesantren,⁸

Untuk memperkuat hasil wawancara diatas, peneliti melakukan dokumentasi :

⁵ Nafilah Sulfa, Pembina Putri Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (20 Oktober 2024)

⁶ Nurus Shobab, Ketua 1 Pondok Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024).

⁷ Zainul Syafaat Bendahara Pondok Pesantren Putra Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)

⁸ Hannan, Santri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)



Gambar 4.2 Foto Pengasuh dalam acara Maulid Nabi bersama tokoh Masyarakat. Pengasuh menyampaikan tausiyah di depan seluruh Masyarakat dan tokoh Masyarakat.⁹

Ustad Nuril Qulub juga mengatakan bahwa,

Pondok pesantren ziyadatut taqwa selain melakukan strategi melalui media sosial kami dari pihak Asatid dan Asatidah bahkan dari pengasuh juga melakukan semacam pendekatan personal yang mana kami disini melakukan komunikasi langsung dengan orang tua dan calon santri untuk memberikan informasi yang jelas mengenai kurikulum, aktivitas spiritual, serta keunggulan lain yang kami tawarkan. Mungkin dengan pendekatan ini hubungan antara Pesantren dan Keluarga semakin erat. Tidak hanya itu kami juga akan terus melakukan inovasi, baik dalam konten maupun platform yang kami gunakan, kami juga berencana memperluas pengabdian masyarakat agar semakin banyak orang yang merasakan manfaat dari keberadaan Pesantren ini. Dan InsyaAllah dengan strategi yang terus dikembangkan, mungkin kami juga bisa menarik lebih banyak masyarakat untuk bersama-sama membangun generasi yang berakhlak mulia.¹⁰

Ustadzah Husnol Khotimah juga mengatakan bahwa,

Selain dengan pendekatan personal, kami dari pihak pesantren juga melakukan pertemuan rutin dengan orang tua, di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa yang dinamakan MUWASSIT yang diadakan satu tahun sekali yang mana bertujuan untuk membicarakan mengenai perkembangan santri, baik dari segi akademis maupun spiritual. Dalam pertemuan ini, orang tua dapat berkomunikasi langsung dengan pengurus pesantren bahkan pengasuh, sehingga terjadilah hubungan yang lebih personal.¹¹

⁹ Dokumentasi Tanggal (19 Oktober 2024)

¹⁰ Nuril Qulub, Bendara Pondok Putra Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (19 Oktober 2024)

¹¹ Husnol Khotimah Pengurus Ubudiyah Pondok Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (19 Oktober 2024)

Sebagai penguat dari hasil wawancara diatas peneliti juga melakukan observasi:

Pada tanggal 20 Oktober 2024 Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa mengadakan pertemuan wali santri yang dikenal dengan sebutan Muwassit dimana didalamnya dibahas mengenai kegiatan Pondok Pesantren, Keadaan anak di Pondok Pesantren dan juga sumbangan santri dalam rangka Pembangunan Pondok Putri. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar orang tua santri mengetahui apa yang ada di Pondok Pesantren anaknya.¹²

Untuk menguatkan hasil observasi diatas, peneliti juga melakukan dokumentasi:



Gambar 4.3 Foto Muwassit Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa. Musyawarah bersama wali santri.¹³

Dengan wawancara observasi langsung, dan dokumentasi ditemukan bahwasannya kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa sangatlah bagus dan berjalan istiqomah. Peneliti sendiri merasakan secara langsung dan melihat bahwa kegiatan yang ada sangat dijalankan dengan baik oleh Santri bahkan dari Pengasuh itu sendiri. Selain itu

¹² Observasi Partisipan (20 Oktober 2024)

¹³ Dokumentasi Tanggal 20 Oktober 2024s

keistiqomahan yang di bangun dengan rasa penuh keikhlasan dan kesabaran, sehingga para santri tidak enggan untuk mencontohnya.

Setelah strategi pemasaran di jalankan pondok pesantren juga mempunyai tujuan tidak semata-merta melakukan pemasaran melalui media, maka dari itu tujuan dari adanya hal tersebut, seperti pendapatnya Moh Afiful Hair selaku pengasuh Pondok pesantren Ziyadatut taqwa menyatakan,

Yang menjadi tujuan utama dalam pemasaran melalui media yaitu memperkenalkan brand dan Almamater terhadap banyak orang. Dan sebagai Jalin interaksi langsung dengan audiens. Sehingga audiens menjadi pelanggan. misalkan melalui IQ bisa mempromosikan foto-foto atau video pendek dan reels, dan juga masyarakat bisa melihat melalui fitur stories, melalui facebook bisa mempromosikan iklan pondok pesantren lebih luas lagi lokasinya apalagi bergabung tautan grup bisa lebih banyak orang lain melihatnya, melalui youtube bisa membuat kontek informatif sederhana mengenai kegiatan-kegiatan pondok sehingga masyarakat lebih percaya lagi terhadap kegiatan-kegiatan pondok pesantren.¹⁴

Sejalan dengan pendapatnya Nurus Shobah beliau mengatakan,

Tujuan utama dalam menerapkan strategi pemasaran ini yaitu melalui media sosial seperti IG, Facebook dan Youtube untuk menyebarkan pesan tentang pentingnya pendidikan yang berbasis spiritual. Kami sangat menginginkan masyarakat sekitar maupun luar melihat Pondok Pesantren sebagai lembaga Pendidikan agama, tetapi juga sebagai tempat pembentukan karakter yang kuat dan berakhlak mulia. Kami sangat berharap dengan adanya strategi ini, lebih banyak lagi masyarakat yang tertarik untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke Pondok Pesantren.¹⁵

Diperjelas oleh pendapatnya ustdzah Nafilah sulfa ketua pengurus mengatakan,

Menjadi sebuah keharusan bagi kami selaku pengurus untuk Menyebarkan pentingnya pendidikan berbasis spiritual melalui IG, Facebook, dan YouTube. Kami ingin masyarakat melihat pesantren

¹⁴ Moh afiful khair pengasuh pondok pesantren ziyadatut taqwa, wawancara langsung (20 oktober 2024)

¹⁵ Nurus Shobah Ketua Pengurus Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (21 Oktober 2024)

sebagai lembaga agama sekaligus tempat pembentukan karakter mulia. Harapannya, masyarakat bisa menyaksikan langsung dalam menarik lebih banyak orang untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke pesantren.¹⁶

Sejalan dengan pendapatnya ustadzah Waridatut Wardah mengatakan,

Tujuan dalam menyebarkan pesan-pesan tentang pentingnya pendidikan berbasis spiritual melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Strategi ini dirancang agar masyarakat memahami bahwa pesantren bukan hanya lembaga pendidikan agama, tetapi juga tempat untuk membentuk karakter kuat dan berakhlak mulia, Harapan kami, melalui pendekatan ini, lebih banyak orang tertarik dan percaya untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke pesantren, melihat manfaat nyata dari pendidikan spiritual dan pembentukan karakter yang kami tawarkan.

Guna memperkuat dari hasil wawancara diatas peneliti juga melakukan observasi:

Setiap setengah bulan sekali yang dilaksanakan setiap malam selasa dan posting di berbagai akun media seperti IG, Facebook, Youtube Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa melakukan dalam ajang Muhadhoroh dimana didalamnya santri di ajarkan bagaimana menjadi pemandu acara (MC), berpidato depan umum, bahkan bersambutan. Selain dari muhadhoroh juga diadakan gebyar lomba ubudiyah, ma'hadiyah, madrasahiyah, takmiliyah. Selain dari golongan santri yang sudah kuliah dan Mts bagian santri TPQ juga mengikuti lomba mulai dari lomba membaca sifat wajib dan muhal Allah, rukun islam bahkan lomba azan. Hal ini ditujukan untuk melatih mental mereka serta keilmuan yang mereka pelajari setiap harinya.¹⁷

Guna memperkuat hasil observasi diatas, peneliti juga melakukan dokumentasi:

¹⁶ Nafilah Sulfa ketua pengurus pondok pesantren ziyadatut taqwa, wawancara langsung (21 oktober 2024)

¹⁷ Observasi Partisipan, (21 Oktober 2024)



Gambar 4.4 Foto Lailatul Muhadhoroh dan Foto pelaksanaan Gebyar Lomba . Lomba Ubudiyah, Ma'hadiyah, Madrasiyah dan Taklimiyah.¹⁸ Ustad Miftahul Faizin beliau juga mengatakan

Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, selain menggunakan pemasaran melalui akun IG, Facebook, dan youtube pengurus juga menggunakan beberapa pendekatan dalam strategi pemasaran. Yang pertama, kami selalu menekankan nilai-nilai spiritual dan akhlak mulia dalam setiap komunikasi dengan masyarakat. Hal ini mencakup penggunaan ceramah, kegiatan IKS AZ, dan Media sosial. Kami juga mengadakan kegiatan keagamaan yang didalamnya melibatkan masyarakat sekitar, seperti hal nya pengajian umum, harlah Pesantren. Mungkin dengan melalui kegiatan ini kami ingin masyarakat merasakan manfaat langsung dari nilai spiritual yang kami ajarkan.¹⁹

Untuk memperkuat hasil wawancara diatas peneliti juga melakukan dokumentasi:



Gambar 4.5 Foto pengajian umum dalam rangka memperingati Maulid Nabi dan harlah ke 9. Dalam foto harlah saat wisudawati Tahfidz akan di tashih.²⁰

¹⁸ Dokumentasi Tanggal 21 Oktober 2024

¹⁹ Miftahul Faizin Komite Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (21 Oktober 2024)

²⁰ Dokumentasi tanggal 21 Oktober 2024.

Dengan tersebarnya akun media pondok pesantren baik dari IG, Facebook, dan youtube selain untuk mempromosikan pondok pesantren sehingga menjadi tampak hasil dari adanya konten-konten Islami yang disajikan melalui media sosial akun pondok pesantren, seperti halnya dalam pendapatnya bapak Suhadi selaku masyarakat yang selalu mengikuti dari semua akun media pondok pesantren menyatakan bahawa,

Dengan memanfaatkan media sosial, Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dapat memperkenalkan secara lebih luas, dan dapat membangun kepercayaan, dan meningkatkan minat masyarakat untuk lebih percaya terhadap pesantren. Sehingga Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dikenal sebagai lembaga pendidikan agama yang juga membentuk karakter mulia. masyarakat akan semakin percaya dan memiliki keinginan untuk memondokkan anak-anak mereka di pesantren ziyadatut taqwa, karena mereka telah melihat dan memahami kualitas pendidikan serta nilai-nilai yang diajarkan melalui konten-konten yang disajikan di media sosial akun pondok pesantren ziyadatut taqwa,²¹

Sejalan dengan pendapatnya mirul selaku perangkat Desa Larangan Tokol Tlanakan Pamekasan menyatakan bahwa,

Denga adanya media sosial Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, saya bisa mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren ziyadatut taqwa, Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, pesantren dapat membagikan informasi tentang kegiatan pendidikan, acara keagamaan, serta Konten-konten ini tidak hanya menunjukkan kualitas pendidikan agama yang diberikan, tetapi juga nilai-nilai karakter, kedisiplinan, dan akhlak mulia yang menjadi ciri khas pondok pesantren. Seiring berjalannya waktu, masyarakat akan semakin mengenal dan percaya pada kualitas pendidikan di pesantren ini. Mereka akan melihat pondok pesantren tidak hanya sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga sebagai tempat yang membentuk karakter yang kuat dan siap menghadapi tantangan hidup. Dengan demikian, masyarakat, terutama orang tua, akan semakin tertarik untuk memondokkan anak-anak mereka, karena mereka sudah merasa yakin akan manfaat yang didapatkan dari pendidikan yang berbasis spiritual dan karakter ini.²²

²¹ Suhadi, Masyarakat larangan Tokol Tlanakan, wawancara langsung (21 oktober 2024)

²² Mirul Selaku Perangkat Desa Larangan Tokol Talankan, Wawancara Langsung (21 Oktober 2024)

Didukung dengan pendapatnya Musthofa menyatakan bahwa,

Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa memberikan informasi kepada saya melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, pesantren dapat membagikan berbagai informasi tentang kegiatan pendidikan, acara keagamaan, Konten-konten ini tidak hanya menampilkan kualitas pendidikan agama yang diberikan, tetapi juga menekankan nilai-nilai karakter, kedisiplinan, dan akhlak mulia yang menjadi ciri khas pondok pesantren. masyarakat akan semakin mengenal dan percaya pada kualitas pendidikan yang ditawarkan di pesantren ini. Saya bisa melihat pondok pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya mendalami ilmu agama, tetapi juga sebagai tempat yang membentuk karakter anak-anak yang kuat, disiplin, dan siap menghadapi tantangan kehidupan. Dengan demikian, orang tua akan semakin yakin untuk memondokkan anak-anak mereka, percaya bahwa pendidikan di pesantren ini memberikan manfaat nyata dalam membentuk pribadi yang lebih baik dan bermanfaat di masyarakat.²³

Sependapat dengan pendapatnya fiki menyatakan bahwa,

melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, dimanfaatkan sebagai alat untuk mempromosikan pondok pesantren Melalui konten tentang kegiatan pondok pesantren, sehingga saya bisa melihat melalui akun pondok pesantren seperti acara keagamaan, pondok pesantren menonjolkan kualitas pendidikan agama dan nilai-nilai karakter, kedisiplinan, dan akhlak mulia. Masyarakat akan melihat pesantren sebagai tempat yang membentuk anak-anak menjadi pribadi yang kuat, disiplin, dan siap menghadapi tantangan hidup. Dengan demikian, orang tua akan lebih percaya dan tertarik untuk memondokkan anak-anak mereka di pesantren ziyadatut taqwa,²⁴

Dengan adanya sosial media yang di sajikan oleh pondok pesantren ziyadatut taqwa, dapat memberikan daya dorong dan semangat yang tinggi terhadap masyarakat sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk bergabung bersama di pondok pesantren ziyadatut taqwa dan akan di ketahui oleh pihak pondok bahwasanya sajian konten yang sajian di sosial media berhasil menarik minat masyarakat melalui sosila media, dalam hal

²³ Musthofa masyarakat larangan tokol tlanakan pamekasan, wawancara langsung (21 oktober 2024)

²⁴ Fiki masyarakat larangan tokol tlanakan pamekasan, *wawancara langsung* (22 oktober 2024)

ini di dukung oleh pendapatnya bapak sukari serlaku masyarakat yang belum mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren akan tetapi setelah mengetahui konten-konten pondok pesantren bapak sukari mempunyai kepercayaan yang sangat tinggi terhadap pondok pesantren ziyadatut taqwa,

Bapak sukari berpendapat bahwasanya Saya sangat mengapresiasi langkah Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk memperlihatkan kegiatan sehari-hari di pondok pesantren ziyadatut taqwa. Ini sangat membantu kami sebagai orang tua untuk melihat langsung bagaimana pesantren mengedepankan pendidikan agama, kedisiplinan, dan akhlak mulia. Rasanya lebih yakin untuk memondokkan anak-anak di pondok pesantren dan juga banyak masyarakat sekitar mempunyai keinginan untuk memondokkan anaknya di pondok pesantren ziyadatut taqwa,²⁵

Sependapat dengan pendapatnya sukari yang menyatakan bahwa,

Dengan adanya akun sosial media pondok pesantren ziyadatut taqwa dan juga konten seperti acara keagamaan dan kehidupan sehari-hari di pesantren, saya bisa merasakan langsung suasana pesantren tanpa harus datang langsung. Apalagi nilai-nilai yang ditonjolkan seperti disiplin dan pembentukan karakter sangat penting untuk anak-anak saat ini. Media sosial benar-benar menjadi jembatan yang efektif untuk mengenalkan pesantren kepada masyarakat.²⁶

Di perjelas oleh titik Suprapti menjelaskan bahwa,

Saya sebagai masyarakat luar bisa melihat bagaimana Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa menunjukkan kualitas pendidikan agamanya di media sosial membuat saya merasa terinspirasi. Sehingga menjadi lebih yaqin dan percaya kepada pondok pesantren ziyadatut taqwa karena tidak hanya menanamkan ilmu agama, tetapi juga membentuk anak-anak menjadi pribadi yang siap menghadapi tantangan hidup. Semoga pesantren ini terus berkembang dan dikenal luas.²⁷

Didukung oleh pendapatnya Rini yang menyatakan bahwa,

Promosi melalui media sosial ini sangat relevan di era digital. Melalui konten yang diunggah, saya bisa melihat bagaimana pesantren tidak hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga menanamkan kedisiplinan

²⁵ Suhadi masyarakat larangan tokol tlanakan, *wawancara langsung* (22 Oktober 2024)

²⁶ Sukari Masyarakat Larangan Tokol Tlanakan, *Wawancara Langsung* (22 Oktober 2024)

²⁷ Titik Suprapti, Masyarakat Larangan Tokol Tlanakan, *Wawancara Langsung* (22 Oktober 2024)

dan akhlak mulia. Saya jadi lebih percaya bahwa pesantren ini mampu membentuk generasi yang kuat secara mental dan spiritual.²⁸

Sejalan dengan pendapatnya zubaidah yang menyatakan bahwa, Langkah ini sangat inovatif. Media sosial memungkinkan Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa menjangkau masyarakat yang lebih luas. Saya jadi tertarik untuk tahu lebih banyak dan mungkin akan mempertimbangkan memasukkan anak ke pesantren ini. Apalagi jika kualitas pendidikan agamanya memang sebgus yang ditampilkan di media sosial, sehingga semua masyarakat dari kalangan muda ataupun tua bisa mengetahui perkembangan pondok pesantren ziyadatut taqwa, ini tidak lepas dari kolaborasi santri dan tim media pondok pesantren sehingga semua kegiatan biasa disampaikan.²⁹

Untuk memperkuat data diatas penulis mengambil dokumentasi sebagai pendukung data yang penulis ambil pada saat wawancara berlangsung sehingga data yang penulis ambil bisa di pertanggung jawabkan kepada siapapun.



Gambar 4.6 Foto Wawancara saat bersama Masyarakat.³⁰

a. Faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa

Dalam pelaksanaan sebuah strategi untuk mencapai suatu tujuan tidaklah jauh dari yang namanya faktor pendukung dalam mencapai suatu

²⁸ Rini masyarakat larangan tokol tlanakan, *wawancara langsung* (22 oktober 2024)

²⁹ Zubaidah masyarakat larangan tokol tlanakan, *wawancara langsung* (22 Oktober 2024)

³⁰ Dokumentasi Tanggal 23 Oktober 2024

keberhasilan, namun tidak akan jauh juga dari yang namanya faktor penghambat dalam mencapai suatu tujuan. Tetapi semuanya dibutuhkan semangat untuk terus mendukung jalannya sebuah strategi pemasaran yang baik. Namun dengan adanya faktor penghambat dibutuhkan solusi untuk bisa menghadapi hal tersebut.

Dalam hal ini Kiai Afiful Khair berpendapat bahwasannya,

Faktor pendukung dalam berjalannya strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, yang pertama kepercayaan masyarakat, dimana masyarakat disini percaya bahwa Pondok Pesantren memiliki integritas yang tinggi dalam menjaga nilai-nilai keagamaan. Perlu dalam pelaksanaan strategi pemasaran ini ada kepercayaan Masyarakat karena kepercayaan merupakan pondasi utama, bahkan jika Masyarakat sudah tidak percaya terhadap Pondok Pesantren, kemungkinan besar mereka tidak akan menitipkan anaknya di Pondok Pesantren, selain kepercayaan juga mencakup terhadap banyak hal, seperti hal nya kejujuran, bahkan konsistensi dalam menyampaikan nilai-nilai islam³¹.

Sejalan dengan Pendapat K.Moh Afiful Khair, ustad Miftahul Faizin juga mengatakan bahwa,

Salah satu faktor utama dalam strategi pemasaran Pesantren adalah kepercayaan Masyarakat terhadap Pondok Pesantren. Jika Pondok Pesantren itu dikenal memiliki ajaran yang moderat, mendidik santri secara moral dan spiritual, serta memiliki alumni yang sukses, mungkin hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri, selain itu reputasi yang baik biasanya terbentuk dari Sejarah Panjang Pesantren dalam memberikan kontribusi positif kepada Masyarakat. Bahkan jika saya sebagai orang tua, pasti saya akan mempercayakan anak saya itu kepada Lembaga yang memiliki reputasi yang baik. Kepercayaan memastikan bahwa anak-anak kami akan dididik dengan cara yang benar, tanpa adanya pelanggaran nilai agama dan etika³²

Dari hasil wawancara diatas di dukung dengan hasil observasi peneliti :

³¹ Moh Afiful Khair Pengasuh Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (23 Oktober 2024)

³² Miftahul Faizin Komite Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (23 Oktober 2024)

Dilihat kepercayaan Masyarakat itu dukungannya seperti halnya memondokkan anaknya di Pondok Pesantren, ajaran yang ada di pondok Pesantren seperti halnya sholat berjamaah, mengaji al quran, menghafalkan al quran, membaca ratibul Haddad setiap hari jumat sampai selasa dan senin sore pembacaan Munjiat, dan kams sore pembacaan burdah, bahkan dilanjutkan dengan Tasmi' al quran yang dilakukan secara bergantian sesuai jadwal, hal ini menunjukkan adanya kekentalan ilmu kespiritualan di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.³³

Guna memperkuat hasil observasi ini, peneliti melakukan dokumentasi:



Gambar 4.7 Pembacaan Ratibul Haddad dan Tasmi' Al-Qur'an yang dilakukan oleh santri Putri Ziyadatut Taqwa.³⁴

Ustad Nuril Qulub bahkan juga mengatakan bahwa,

Memang Kepercayaan Masyarakat ini menjadi faktor pendukung utama dalam menjalankan strategi pemasaran yang ada di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, maka dengan hal tersebut akan menjadi dukungan terhadap program yang ada Pondok Pesantren, selain itu juga kepercayaan masyarakat ini akan dijadikan duta dalam informal yang mempromosikan Pondok Pesantren terhadap orang lain. Dengan kepercayaan itu membuat Masyarakat merasa yakin bahwa apa yang dijanjikan oleh pesantren benar-benar dijalankan. Seperti di Pondok kami ini dengan menjanjikan pendidikan spiritual yang kuat, maka

³³ Observasi Partisipan (23 Oktober 2024)

³⁴ Dokumentasi Tanggal 23 Oktober 2024

kami harus membuktikan dengan program-program nyata yang konsisten.³⁵

Selain itu Ustad Syafie juga mengatakan bahwa,

Alhamdulillah, dengan adanya kepercayaan Masyarakat dalam penerapan strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini banyak Masyarakat yang ingin mendalami ilmu agama. Serta Banyak orang tua yang menginginkan anak-anak mereka memiliki pondasi spiritual yang kuat. Tanpa kepercayaan, strategi pemasaran tidak akan berhasil. Masyarakat akan lebih mudah memilih pesantren lain yang mereka percaya. Selain itu kepercayaan itu dapat menciptakan hubungan jangka Panjang antara pesantren dan juga masyarakat³⁶

Untuk memperkuat hasil wawancara diatas, peneliti juga melakukan observasi:

Setiap jam 17:00 di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa melaksanakan istighosah pembacaan shalawat Nariyah yang dilaksanakan bersama santri putra dan putri di Majelis Delem yang di Pimpin langsung oleh pengasuh.³⁷

Untuk menguatkan peneliti juga melakukan dokumentasi:



Gambar 4.8 Foto Istighosah Sholawat Nariyah yang dilakukan secara bersama di Majelis delem bersama Pengasuh dan santri putra putri.³⁸

Ustad Hannan juga mengatakan bahwa,

Ya ada, Faktor pendukung lainnya adalah penggunaan media sosial`dimana kami memanfaatkan dengan menggunakan platfom untuk memperkenalkan pesantren kami kepada Masyarakat luas. Kami

³⁵ Nuril Qulub Sekretaris Pondok Putra Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung*(23 Oktober 2024)

³⁶ Syafie Ketua Pengurus Pondok Putra Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (23 Oktober 2024)

³⁷ Observasi Partisipan (23 Oktober 2024)

³⁸ Dokumentasi Tanggal 24 Oktober 2024

menyampaikan nilai-nilai spiritual melalui konten inspiratif seperti halnya kajian Kitab kuning, Ceramah bahkan acara besar Pondok Pesantren. Mungkin dengan hal ini dapat menarik minat orang tua untuk memondokkan anaknya di Pesantren kami.³⁹

Sejalan dengan pendapat Ustad Hannan, Ustad Zainul Syafaat Juga mengatakan bahwa,

Memang Kepercayaan Masyarakat menjadi faktor pendukung utama dalam strategi pemasaran, namun tidak kalah pentingnya faktor pendukung lainnya adalah adanya Media sosial, kami memanfaatkan akun IG,FB, dan youtube pesantren dengan membagikan kegiatan santri baik harian, bulanan dan tahunan. Bahkan kami juga memperkenalkan program unggulan kami yaitu Tahfidz Al-Quran dengan memposting di IG dan FB kegiatan Tasmi' al quran yang dilakukan setiap sore. Mungkin hal ini dapat membantu Masyarakat dalam melihat bahwa pesantren adalah Lembaga pendidikan yang dinamis dan berorientasi pada pengembangan generasi yang berkualitas.⁴⁰

Ustad Farhan selaku operator Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa juga mengatakan bahwa,

Sangat betul sekali apa yang dikatan oleh ustad Zainul syafaat bahwasannya selain dari kepercayaan Masyarakat media sosial yang baik juga menjadi faktor pendukung dalam berjalannya strategi pemasaran pesantren dengan melalui nilai spiritual di Pondok kami ini. Yang mana kami disini menggunakan akun IG,FB,Youtube bahkan WA pada masing-masing pengurus untuk memposting kegiatan, bahkan dari pihak Pengasuh membuat Grup wali sebagai sarana informasi kegiatan yang dilakukan anaknya di Pondok Pesantren.⁴¹

Ustad Fiko selaku pengurus keamanan juga mengatakan bahwa,

Terkait dengan respon Masyarakat terhadap adanya media sosial dalam pemasaran pesantren yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi-informasi pesantren, Masyarakat sangat mendukung bahkan orang tua santri sangat mendukung, apalagi dengan adanya grup wali santri, mereka bisa mengetahui bahwa anak-anaknya benar-benar melaksanakan kegiatan yang sudah ditetapkan. Dan bahkan mereka mendukung untuk dilakukan peningkatan dalam hal strategi pemasaran pesantren.⁴²

³⁹ Hannan Pengurus Putra Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung*(23 Oktober 2024)

⁴⁰ Zainul Syafaat, Sekretaris Putra Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara langsung*(23 Oktober 2024)

⁴¹ Farhan, Operator Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung*(23 Oktober 2024)

⁴² Fiko, Pengurus Keamanan Pondok Pesantren Putra Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung*(23 Oktober 2024)

Dalam menjalankan strategi Pesantren tentunya tidak selalu berjalan mulus sesuai dengan keinginan, pasti juga akan menghadapi sebuah tantangan yaitu adanya penghambat dalam mencapai tujuan strategi pemasaran pesantren.

Nafilah Sulfa selaku Ketua Pondok Putri mengatakan bahwa,

Faktor penghambat yang dihadapi Pesantren dalam mencapai tujuan pesantren yaitu adanya stigma negatif terhadap Pesantren, yang mana dari beberapa kalangan masyarakat masih saja menganggap bahwa Pesantren termasuk Institusi yang ketinggalan zaman, yang hanya terfokus pada pendidikan agama tanpa mengedepankan aspek akademik atau teknologi, hal inilah yang menjadi tantangan dalam mengubah persepsi tersebut.⁴³

Ustadzah Nurul Ashriyah selaku bendahara Pondok Putri juga mengatakan bahwa,

Memang di Pondok Pesantren kami ini yang menjadi penghambat adalah stigma negatif masyarakat, karena masih banyak Masyarakat yang menganggap bahwa Pondok Pesantren sebagai tempat yang kuno, tertutup bahkan ada yang mengatakan bahwa Pondok Pesantren hanya cocok untuk Pendidikan anak yang bermasalah.⁴⁴

Sejalan Pendapat Nurul Ashriyah, Ustadah Lailatus Sa'adah mengatakan bahwa,

Setelah berjalannya strategi pemasaran melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren ini, pasti ada penghambatnya. Ya seperti yang dikatakan ustadzah Asriyah bahwa stigma negatif Masyarakat sangatlah berpengaruh. Karena Masyarakat yang sudah terpengaruh penyakit stigma cenderung akan ragu untuk memondokkan anaknya, jangankan memondokkan mendaftarnya pun mereka akan enggan. Akibatnya kami dari pihak pesantren haruslah lebih bekerja keras lagi untuk bisa membangun citra positif, Misalnya kami disini menunjukkan keunggulan dari hafalan Al-qurannya, Kitab kuningnya bahkan dari akademiknya, bisa juga dari alumninya. Maka perlu dari kami pihak Pesantren untuk merancang strategi pemasaran yang baik agar berjalan dengan maksimal.⁴⁵

⁴³ Nafilah Sulfa Ketua Umum Pondok Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

⁴⁴ Nurul Ashriyah Bendahara Pondok Pesantren Putri Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

⁴⁵ Lailatus Sa'adah Pengurus Kebersihan Pondok Pesantren Putri Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

Ustadzah Asmarani juga mengatakan bahwa,

Stigma negatif Masyarakat ini muncul karena banyaknya Kasus kekerasan yang terjadi di lingkungan pesantren, sehingga berdampak terhadap rendahnya kepercayaan Masyarakat akan lingkungan Pesantren. Dengan hal inilah proses pemasaran menjadi lebih sulit karena Masyarakat cenderung skeptis terhadap pesantren, terutama mereka yang tinggal di daerah perkotaan.⁴⁶

Pondok Pesantren sangatlah memiliki peran penting dalam membentuk karakter serta spiritualitas umat, terutama pada kalangan generasi muda. Namun, dalam perkembangannya, persepsi masyarakat terhadap Pondok Pesantren sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari budaya, sosial, maupun perubahan zaman.

Ustad Nuril Qulub selaku Bendahara Pondok Pesantren mengatakan bahwa,

Faktor penghambat lainnya bisa dari keterbatasan sumber daya, dimana dalam hal ini Pesantren memiliki keterbatasan dalam hal dana dan sumber daya manusianya untuk melakukan kampanye pemasaran yang lebih modern dan menyeluruh, banyak pesantren termasuk disini hanya berbasis mandiri atau berorientasi sosial, memiliki dana operasional yang terbatas sehingga sulit untuk melakukan pemasaran yang luas, bahkan dilihat dari sumber daya manusianya dari tim pemasarannya hanya terdiri dari individu yang tidak memiliki latar belakang khusus dalam hal strategi pemasaran modern, terkadang mereka lebih fokus pada operasional pendidikan dan dakwah, sehingga strategi pemasaran yang kreatif dan berorientasi nilai spiritual kurang maksimal.⁴⁷

Sebagai penguat dari hasil wawancara diatas peneliti juga melakukan observasi:

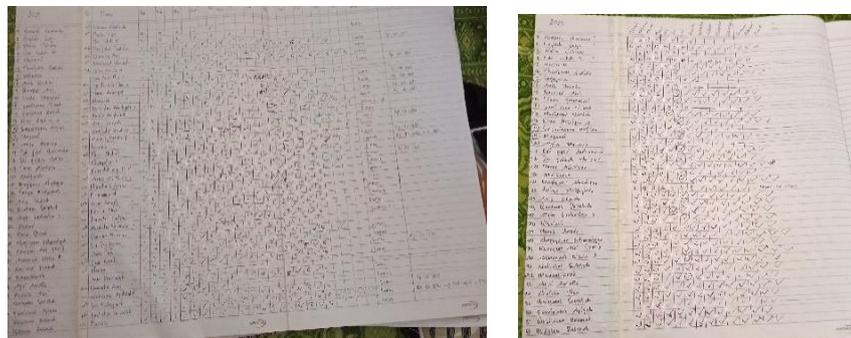
Di pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini dalam penyampaian pemasarannya hanya melalui sosmed dan brosur namun untuk ke jenjang

⁴⁶ Asmarani Pengurus Madrasah Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

⁴⁷ Ustad Nuril Qulub Bendahara Pondok Putra Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024).

yang modern lagi pihak Pondok Pesantren masih mempertimbangkan selain itu uang iuran santri tiap bulan hanya 75.000, uang bangunan 100.000 namun ditambahkan infak seikhlasnya, dari hasil iuran itu hanya bisa membayar uang air, Listrik dan wifi, untuk hal yang lain masih belum bisa memenuhi.⁴⁸

Guna memperkuat hasil observasi diatas peneliti juga melakukan dokumentasi:



Gambar 4.9 Foto buku catatan iuran bulanan dan tahunan santri.⁴⁹

Terkait dengan faktor penghambat yang dihadapi oleh Lembaga Pendidikan termasuk Pondok Pesantren baik secara internal maupun eskternal, pasti memiliki solusi dalam menyikapi hal tersebut.

Sejalan dengan yang disampaikan Ustad Nuril Qulub, Ustad Miftahul Faizin juga mengatakan bahwa,

Menurut saya keterbatasan baik anggaran ataupun manusianya sangatlah berpengaruh sekali, yang mana Pesantren disini sulit untuk bersaing dengan institusi lain yang mana memiliki dukungan dana besar dan tim pemasaran yang profesional. Akibatnya pesantren tidak terlihat atau terdengar di Tengah Masyarakat, meskipun nilai spiritual yang disampaikan ini sebenarnya sangat relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu kurangnya promosi yang efektif membuat Masyarakat kurang mengetahui program-program unggulan yang ditawarkan Pesantren.^{50a}

⁴⁸ Observasi Partisipan di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa (24 Oktober 2024)

⁴⁹ Dokumentasi Tanggal 24 Oktober 2024.

⁵⁰ Ustad Miftahul Faizin Komite Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

Namun Ustad Hannan Juga mengatakan bahwa,

Menurut saya betul apa yang dikatakan Ustad Miftahul Faizin bahwa keterbatasan anggaran bahkan kurangnya sumber daya manusia yang berkompeten akan berdampak terhadap berjalannya strategi pemasaran pesantren, dimana di Pondok kami ini yang mengedepankan nilai-nilai Spiritual, sebagian besar dana kami difokuskan pada operasional dan pengembangan pesantren, akibatnya alokasi anggaran untuk kegiatan sangatlah terbatas, sehingga kami tidak dapat secara optimal dalam membuat kampanye berskala besar. Mengenai sumber daya manusianya di Pondok kami ini sering kali hanya memiliki tim kecil yang menangani berbagai tugas, mulai dari administrasi hingga promosi.⁵¹

Seperti halnya yang disampaikan oleh Ketua Pondok Putra Ustad Syafie mengatakan bahwa,

Dalam menyikapi faktor penghambat tersebut, kami dari pihak pengasuh terutama pengurus, kami biasanya mengedepankan pendekatan personal, dengan cara melibatkan tokoh-tokoh agama yang ada di Desa Larangan Tokol Tlanakan ini yang memberikan pengaruh di daerah, serta mengajak para orang tua siswa untuk memahami pentingnya pendidikan berbasis spiritual bagi anak-anak mereka. Selain itu juga kami berusaha memberikan contoh-contoh nyata dari alumni yang telah berhasil dan menjadi panutan masyarakat. Serta penggunaan media sosial juga kami maksimalkan untuk menarik minat generasi muda.⁵²

Ustad Khairul Anam juga mengatakan bahwa,

Mungkin Solusi terbaik dalam menyikapi hal ini kami perlu melakukan pelatihan khusus bagi tim pemasaran bahkan bisa juga melakukan kolaborasi antara santri dan alumni yang memiliki keahlian di bidang pemasaran sehingga dapat membantu dalam hal promosi, atau bahkan mereka juga bisa mendesain materi promosi atau menyebar luaskan informasi kepada Masyarakat.⁵³

Ustad Zainul Syafaat juga menyatakan mengenai faktor penghambat dan pendukung dalam strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual ini, bahwasannya ternyata selain dari dukungan wali

⁵¹ Ustad Hannan Bendahara 2 Pondok Pesantren Putra Ziyadatut Taqwa Tlanakan, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

⁵² Ustad Syafie Ketua Pondok Putra, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

⁵³ Ustad Khairul Anam pengurus Ubudiyah Pondok Pesantren Putra Ziyadatut Taqwa, *Wawancara Langsung* (24 Oktober 2024)

santri dan masyarakat, faktor pendukung dalam suksesnya strategi pemasaran ini adalah program-program yang mengacu pada nilai spiritual terutama penekanan dalam pendidikan agama, moral, dan akhlak sehingga hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para orang tua yang menginginkan anaknya mondok. Selain itu juga adanya peran tokoh Karismatik, seorang pemimpin Pesantren yang karismatik, yang sering kali di hormati oleh masyarakat dapat menjadi daya tarik tersendiri. Dengan kehadiran tokoh ini bisa membuat masyarakat lebih mempercayai terhadap integritas dan kualitas Pendidikan yang ada di Pondok Pesantren. Disisi lain faktor yang menjadi penghambat suksesnya strategi pemasaran ini persaingan dengan pendidikan lain, dimana pesantren disini harus bersaing dengan sekolah umum dan institusi pendidikan modern yang mungkin menawarkan fasilitas lengkap dan program pendidikan yang global, selain itu juga keterbatasan infrastruktur dan fasilitas. Dan untuk menyikapi ini kami akan lebih mengembangkan lagi program-program yang lebih inovatif, serta juga menyediakan fasilitas yang lebih memadai lagi.

Untuk menguatkan hasil wawancara diatas peneliti juga melakukan observasi:

Setiap jam 13:30 santri Ziyadatut Taqwa melaksanakan Madrasah. Yang didalamnya berisi Pelajaran tentang Akhlak, bagaimana bersosial. Ciri khas dari Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa sebelum memulai Pelajaran diisi dengan membaca nadhom Aqidatul Awam, membaca sholawat dan

membaca doa sebelum belajar, setelah semua dilakukan barulah masuk pada proses belajar mengajar.⁵⁴

Guna memperkuat dari hasil observasi diatas peneliti juga melakukan dokumentasi:



Gambar 4.10 Foto Santri Madrasah.⁵⁵

Dari hasil Penelitian diatas menunjukkan bahwa seorang pemimpin yang karismatik serta dikenal masyarakat dapat membantu dalam strategi pemasaran pesantren, dan juga didukung dengan program-program yang telah istiqomah dijalankan dengan baik dan berjalan sesuai dengan jadwal yang sudah terlampir.

b. Hasil dari strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa

Dalam konteks ini pemasaran yang efektif itu tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas pendidikan lembaga, tetapi juga memastikan bahwa layanan pendidikan yang berkualitas itu mampu untuk diakses oleh para calon santri. Pendidikan di Pondok Pesantren memiliki peran sentral

⁵⁴ Obsevasi Partisipan di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa(24 Oktober 2024)

⁵⁵ Dokumentasi Tanggal 24 Oktober 2024

dalam membentuk karakter dan kepribadian individu, serta menyediakan pendidikan yang berbasis pada nilai keislaman. Dalam perkembangan zaman ini Pondok Pesantren tidak hanya dihadapkan pada tuntutan pada pendidikan yang berkualitas, tetapi juga dikejar oleh persaingan untuk menarik minat calon santri.

Ustad Syafie selaku Ketua Pondok Putra Juga menambahkan mengenai hal tersebut dia mengatakan bahwa,

Peningkatan Kesadaran Masyarakat melalui Informasi tentang Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa lebih mudah diakses oleh masyarakat sehingga nama pesantren semakin dikenal, tidak hanya di lingkungan lokal tetapi juga secara nasional. Kepercayaan Orang Tua Meningkatkan Orang tua lebih percaya pada pondok pesantren ziyadatut taqwa karena mereka bisa melihat langsung kegiatan sehari-hari melalui unggahan foto, video, dan Transparansi kegiatan yang ditampilkan di media sosial menciptakan rasa aman dan keyakinan bagi calon wali santri. Sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk memondokkan anaknya di pondok pesantren ziyadatut taqwa. Dengan meningkatnya Jumlah Santri Baru sehingga semakin banyak orang tua tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka ke pondok pesantren ziyadatut taqwa.⁵⁶

Nurul Asriyah Selaku Bendahara Pondok Putri juga mengatakan bahwa

Strategi ini akan memperluas target calon santri, bahkan dari luar daerah. Segenap berinteraksi langsung dengan masyarakat, dan memberikan informasi terbaru. Hal ini membantu menciptakan hubungan yang baik dan membangun loyalitas. Indikator Keberhasilan Strategi Jumlah pengikut di Instagram, Facebook, dan YouTube meningkat secara signifikan. Jumlah pendaftaran santri baru mengalami kenaikan setiap tahun. Muncul testimoni positif dari orang tua, alumni, dan masyarakat di media sosial. Tingginya engagement pada konten, seperti like, share, dan komentar. Adanya kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat dalam mempromosikan pondok pesantren ziyadatut taqwa.⁵⁷

Didukung oleh pendapatnya nafilah sulfa mengatakan bahwa,

⁵⁶ Syafi'e pengurus pondok pesantren ziyadatut taqwa, wawancara langsung (25 oktober 2024)

⁵⁷ Nurul asriyah pengurus putri pondok pesantren ziyadatut taqwa, wawancara langsung (25 Oktober 2024)

Dengan Langkah seperti itu akan memperluas target calon santri hingga luar daerah, memungkinkan interaksi langsung dengan masyarakat, dan memberikan informasi terbaru untuk membangun hubungan serta loyalitas. Seperti Peningkatan pengikut media sosial, kenaikan pendaftaran santri, testimoni positif, engagement tinggi (like, share, komentar), dan kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat.⁵⁸

Sejalan dengan pendapatnya ustad zainul syafaat yang menyatakan bahwa,

Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dengan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi secara luas. Kegiatan sehari-hari pesantren, seperti pembelajaran agama, pembentukan karakter, dan aktivitas lainnya, ditampilkan melalui unggahan foto dan video. Hal ini membuat pesantren semakin dikenal, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kepercayaan orang tua meningkat karena transparansi yang ditunjukkan melalui media sosial memberikan gambaran nyata tentang kehidupan dan nilai-nilai yang diajarkan di pesantren. Mereka merasa yakin dan aman dengan pilihan untuk memondokkan anak-anak mereka di pondok pesantren Ziyadatut Taqwa. Sebagai hasilnya, jumlah santri baru terus bertambah setiap tahun. Orang tua yang tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka datang dari berbagai daerah, membuktikan efektivitas strategi ini dalam menarik perhatian dan meningkatkan citra positif pesantren.⁵⁹

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas, terlihat bahwa strategi pemasaran Pondok Pesantren sangat berfokus pada penyampaian nilai spiritual kepada masyarakat. Dengan kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung dan pendekatan berbasis agama, Pesantren berhasil menarik minat masyarakat, terutama karena mereka melihat nilai tambah dalam pendidikan berbasis moral dan spiritual yang ditawarkan. Tantangan yang dihadapi lebih banyak berfokus pada bagaimana menjaga relevansi nilai

⁵⁸ Nafilah Sulfa Ketua Pengurus Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, Wawancara Langsung (25 Oktober 2024)

⁵⁹ Zainul Syafaat Pengurus Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, Wawancara Langsung (23 Oktober 2024)

spiritual di tengah perkembangan zaman, namun Pesantren terus berupaya agar tetap adaptif dan inovatif dalam penyampaian pesannya.



Gambar 4.11 Foto Wawancara bersama pengurus.⁶⁰

2. Temuan Penelitian

Dari hasil wawancara peneliti menemukan hasil temuan dengan penelitian yaitu:

- a. Strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.
 1. Langkah-langkah yang dilakukan pengurus dan Pengasuh strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.
 2. Tujuan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.
 3. Manfaat strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

⁶⁰ Dokumentasi Tanggal 23 Oktober 2024

4. Respon masyarakat mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.
- b. Faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa
1. Faktor pendukung
 - a) Kepercayaan masyarakat bahwa Pesantren memiliki integritas tinggi dalam menjaga nilai-nilai keagamaan.
 - b) Penggunaan Media sosial seperti Instagram, Facebook dan youtube yang telah menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan program-program Pondok Pesantren kepada masyarakat luas.
 2. Faktor Penghambat
 - a) Stigma negatif masyarakat terhadap Pesantren
 - b) Keterbatasan sumber daya yang dimiliki pesantren, seperti halnya sarana dan prasaran Pesantren dan prasaran Pemasaran berupa dana dan sumber daya manusia.
- c. Hasil dari strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa
- a) Masyarakat dengan mudah dalam mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren melalui media sosial pondok pesantren ziyadatut taqwa.

- b) Masyarakat mempunyai keinginan untuk memondokkan anaknya ke pondok pesantren ziyadatut taqwa.

B. Pembahasan

Kegiatan spiritual yang dilakukan setiap hari oleh santri Ziyadatut Taqwa merupakan kegiatan kerohanian yang berupa sholat berjamaah setiap waktu dan pembacaan wirid ba'dal maqtubah, serta pembacaan ratibul haddad, mengaji al-quran sehabis magrib dan mengaji kitab, dan pembacaan burdah setiap Kamis sore oleh santri putri dan untuk santri putra pembacaan hizib setiap pagi dan pembacaan istighosah setiap sore menjelang magrib, dan untuk pembacaan burdah setiap malam Selasa bagi santri putra dan yang tak kala penting menghafalkan al quran. Dan untuk kegiatan mengaji kitab dilakukan setiap malam Sabtu sampai malam Kamis dan untuk malam Selasa dan Jumat libur diisi dengan pembacaan burdah dan sholawat bersama. Tujuan utama dengan adanya kegiatan spiritual ini untuk meningkatkan keistiqomahan beribadah, dan untuk mengembangkan dan memperkuat hubungan individu dengan aspek spiritualitas atau keagamaan. Yang mana dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan ketenangan batin, pencerahan, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang makna hidup dan tujuan eksistensi. Selain itu juga, kegiatan spiritual ini juga bertujuan untuk meningkatkan moral dan etika serta membina kedisiplinan, dan membentuk karakter yang lebih baik. Kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren khususnya di Ziyadatut Taqwa ini dapat mempererat tali kebersamaan, menumbuhkan rasa saling menghargai, dan meningkatkan kualitas hidup para santri serta masyarakat sekitar. Seperti halnya yang sudah dipaparkan di atas melalui wawancara kepada santri khususnya kepada

pengasuh, pengurus bahkan pada seluruh ustad yang ada di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan, maka penulis mengkaji dan mengamati tentang proses internalisasi dari nilai-nilai spiritual yang ada di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa yang dijalankan dengan baik pada setiap harinya dan menjadi bagian pokok bagi kehidupan santri di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa tersebut.

Maka dari itu penulis setelah melakukan penelitian dan menganalisis serta mengamati mengenai kegiatan spiritual, penulis menemukan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa

a. Langkah-langkah yang dilakukan pengurus dan Pengasuh dalam strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

Kegiatan nilai spiritual ini merupakan kegiatan yang mengarah pada kegiatan yang didalamnya pasti melibatkan pada tindakan yang membawa ketenangan, kedamaian dan keharmonisan, baik hal itu secara pribadi maupun sosialnya. Misalnya seperti halnya di Pondok Pesantren, kegiatan pengajian, Salat berjamaah dan lain sebagainya. Selain itu kegiatan nilai Spiritual ini merupakan bagian penting dalam pembentukan karakter, karena mendorong individu untuk hidup lebih bermakna, peduli sesama, dan memiliki tanggung jawab sosial. Dari sudut pandang pemasaran, nilai spiritual ini bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi

masyarakat yang menginginkan anaknya berada di Pondok Pesantren yang pendidikannya berbasis pada moral yang kuat. Pondok Pesantren dengan nilai-nilai spiritualnya dapat memiliki keunggulan dalam membentuk individu yang tidak hanya berpedidikan tetapi integritas dan etika yang tinggi, sehingga dapat menarik minat orang tua yang ingin memberikan pendidikan spiritual yang mendalam bagi anak-anaknya.

Strategi Pemasaran melalui nilai spiritual ini yang di sajikan melalui media sosial pondok lewat akun IG, Facebook dan Youtube adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan nilai-nilai spiritual yang lahirnya di masyarakat yang mampu menjadikan hubungan antar produsen dan konsumen yang lebih kuat dengan brand yang digunakannya. Selain itu strategi pemasaran melalui nilai spiritual ini adalah pemasaran tingkatan langit, yang karenanya dalam setiap prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip dan aturan syariat. Oleh sebab itu dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatannya selalu beririsan dengan bisikan rohani, dan tidak lagi bertentangan dengan hati nurani.⁶¹

Maka dari itu sangat penting dalam setiap Pondok Pesantren dalam melakukan strategi pemasarannya melibat nilai spiritual yang ada didalamnya, selain sebagai sarana untuk menarik minat masyarakat, tetapi juga untuk bermanfaat serta diamankan bagi setiap individu, ataupun semua santri bahkan wali santri dan masyarakat sekitar.

Namun dalam hal strategi pemasarannya, Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa menggunakan media sosial sebagai alat promosinya.

⁶¹ Prihatin Dwihantoro & Adi Nur Vianto” Spiritual marketing Sebagai Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Religi” *Jurnal Borobudur Communication Review*, Vol, No.2(2022),96

Media sosial merupakan suatu alat yang efektif dalam proses pemasaran dalam berbagai institusi, termasuk Pondok Pesantren. Dalam pemanfaatan media sosial Pondok Pesantren bisa menggunakan platform sebagai alat untuk memperluas jangkauan, menyampaikan informasi bahkan untuk membangun citra positif. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Pondok Pesantren bisa menggunakan platform berupa Facebook, Instagram, dan Whatsapp, semua platform ini bisa digunakan untuk membagikan jadwal kegiatan Pondok Pesantren, mengumumkan pendaftaran santri baru, bisa juga untuk mendokumentasikan kegiatan santri. Manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan media sosial ini dapat membantu dalam efisiensi biaya, jangkauannya luas, bahkan bisa membantu dalam peningkatan koneksi.⁶²

Selain itu media sosial ini juga alat untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang mana memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dan media sosial ini juga menjadikan keseluruhan Masyarakat global memiliki kesempatan yang sama. Media sosial juga mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga media sosial ini bisa dikatakan sebagai alat komunikasi generasi saat ini. Dengan adanya media sosial ini Pondok Pesantren menggunakannya sebagai medium dan menjadikan

⁶² Sugeng Lubar Prastowo, "Manajemen Marketing Jasa Pendidikan di Era Digital", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol.13, No.2(2022),45-46.

sebagai fasilitator yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.⁶³

Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam suatu strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting, selain mempermudah dalam promosinya tetapi juga membantu memperluas informasi-informasi yang asalnya belum diketahui menjadi sangat mudah untuk diketahui.

b. Tujuan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

Di dalam Pondok Pesantren nilai spiritual disini merupakan salah satu aspek fundamental yang dijadikan sebagai pondasi utama dalam kehidupan pada Pondok Pesantren. Sebagai lembaga pendidikan yang memadukan pendidikan agama dengan pendidikan umum, Pondok Pesantren memiliki tanggung jawab besar dalam pembentukan karakter santri yang tidak hanya cerdas dalam intelektualnya, melainkan juga matang secara spiritualnya.

Selain itu tujuan yang ingin di capai dari adanya nilai spiritual baik bagi Pondok Pesantren ataupun santri yaitu membentuk karakter dan akhlak mulia. Nilai spiritual yang telah ditanamkan di Pondok Pesantren sangat memiliki peran penting dalam pembentukan karakter seorang santri. Seorang santri diajarkan untuk mengedepankan akhlak mulia, seperti halnya nilai kejujuran, kesabaran, keserdahaan bahkan tawakal. Pembelajaran yang diberikan di Pondok Pesantren tidak hanya terbatas pada teori, melainkan

⁶³ Faranza Cendikla dkk, "Pemanfaat Media sosial sebagai sarana digitalisasi informasi dan branding Pondok Pesantren Al-qur'an Al-Bayun" *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, desa dan Masyarakat*, Vol.4, No.1, (Januari, 2023), 25-26.

juga pada praktik kehidupan sehari-hari di Pesantren. Seiring berjalannya waktu santri yang memiliki karakter serta akhlak yang baik akan menjadi individu yang bermanfaat bagi masyarakat.

Tujuan yang dilakukan oleh pengurus dalam setiap kegiatan merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa. Narasi disini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional dan spiritual dengan target audiens. Penggunaan narasi spiritual mengacu pada penggunaan pesan yang berlandaskan terhadap nilai-nilai keagamaan, moralitas, bahkan tradisi islam dalam menyampaikan informasi atau promosi.⁶⁴ Narasi spiritual yang digunakan adalah menceritakan Sejarah awal berdirinya Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dan perjuangan seorang pemimpin dalam membangun Pondok Pesantren menjadi Pondok Pesantren yang mampu bersaing dengan Pondok Pesantren lain.

Selanjutnya dengan adanya tujuan yang jelas sehingga pondok pesantren mendapatkan nilai dalam keunggulan yang dalam menyentuh aspek emosional dan moral Masyarakat. Narasi spiritual ini juga digunakan untuk menonjolkan keunggulan ini sebagai identitas utama yang membedakannya dari Lembaga pendidikan lainnya.⁶⁵ Dalam konteks Ziyadatut Taqwa, nilai-nilai seperti halnya keikhlasan, keberkahan, bahkan pengabdian menjadi elemen utama yang ditonjolkan dalam berbagai materi

⁶⁴ Ani Nur Fadila, "Implementasi Pendidikan Rohani dalam meningkatkan mental spiritual santri di Pondok Pesantren Kalimasada Bangsri Plandaan Jombang", *Jurnal El islam*, Vol.6, No.1 (Januari, 2024), 62.

⁶⁵ Muh. Rizki Zailani & Roma Ulinuha, "Komodifikasi Agama sebagai identitas Kesalehan Sosial" *Jurnal Riset Agama*, No.3, No.1 (April, 2023), 255.

promosi baik melalui media sosial, brosur maupun kegiatan offline seperti pengajian umum. Narasi spiritual yang digunakan Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa adalah berupa menceritakan Sejarah berdirinya Pondok Pesantren, penyampaian visi dan misi bahkan menceritakan kisah Pendidikan seorang pemimpinnya dan keberaniannya dalam mendirikan Pondok Pesantren.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan dalam strategi pemasaran Pondok Pesantren merupakan elemen kunci dalam membangun citra positif, menarik minat Masyarakat bahkan memperkuat emosional dengan calon santri dan orang tua mereka. Dengan cara mengedepankan nilai-nilai spiritual, Pondok Pesantren dapat menghadirkan pesan yang relevan, inspiratif, dan autentik, sehingga mampu menyampaikan keunggulan pendidikan yang ditawarkan sekaligus. Selain itu penggunaan narasi spiritual, khususnya melalui teknologi dan media sosial, juga memungkinkan pesan tersebut menjangkau audiens yang lebih luas. Pendekatan ini juga menciptakan diferensiasi dari pendidikan lain, karena menonjolkan kombinasi antara pendidikan formal dan pembinaan spiritual. Oleh sebab itu narasi spiritual ini memiliki fungsi sebagai alat komunikasi efektif untuk memperkuat daya tarik dan nilai Pondok Pesantren di Tengah Masyarakat modern.

c. Manfaat strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

Dalam dunia pendidikan agama seperti halnya Pesantren nilai spiritual ini merupakan salah satu aspek fundamental dalam pendidikan di Pondok Pesantren. Tidak hanya mencakup aspek ritual ibadah, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan akhlak, karakter, serta pandangan hidup santri. Nilai spiritual ini memiliki tujuan yang mendalam, baik bagi santri maupun bagi Pondok Pesantren sebagai institusi pendidikan dan pengasuhan.

Adanya manfaat nilai-nilai spiritual yang diajarkan di Pondok Pesantren baik bagi santrinya atau Pondok Pesantrennya yaitu untuk penguatan terhadap iman dan taqwa seorang santri. Pondok pesantren ini sangatlah berfungsi sebagai tempat untuk menguatkan iman dan taqwa santri dengan melalui pembinaan spiritual dan intensif. Pendidikan agama yang telah diberikan di Pesantren mencakup pengajaran tentang Al-Qur'an, Hadist, Fiqih bahkan tasawuf yang mana diarahkan untuk memperdalam hubungan antara santri dengan Tuhannya. Selain itu tujuan utama adanya nilai spiritual ini untuk membantu santri memahami dan menginternalisasikan ajaran-ajaran islam, sehingga mereka dapat menjalani kehidupan sehari-hari dengan penuh kesadaran akan tanggung jawab sebagai hamba Allah.

Salah satu manfaat dalam menjalankan strategi pemasaran perlu ada yang namanya kerjasama, terutama dengan pihak tokoh masyarakat. Adanya seorang tokoh Masyarakat akan mampu dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Pesantren, sehingga mampu dalam menarik lebih banyak

perhatian dari calon santri dan orang tua mereka. Selain itu kerjasama dengan pihak tokoh Masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan publik. Tokoh Masyarakat ini sering dianggap sebagai individu yang memiliki pengaruh dan kredibilitas tinggi dikomunitas. Adanya tokoh Masyarakat ini juga dapat memperluas jangkauan promosi, biasanya mereka memiliki jaringan yang luas. Dengan adanya dukungan dari mereka Pesantren bisa dapat menjangkau lebih banyak audiens, termasuk mereka yang belum pernah mengenal Pondok Pesantren.⁶⁶

Dapat disimpulkan bahwa menjalin kerjasama dengan tokoh Masyarakat dapat membantu dalam hal promosi bahkan dapat membantu dalam menyampaikan nilai-nilai spiritual Pesantren, bahkan dapat membantu dalam membangun citra positif Pesantren terhadap Masyarakat.

d. Respon masyarakat mengenai penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

Masyarakat merespons positif terhadap strategi pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai spiritual yang disajikan melalui media sosial. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya aspek spiritual dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih produk atau layanan. Dengan menerapkan pemasaran berbasis spiritual, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat, karena mereka merasa nilai-nilai yang dianut sejalan dengan nilai-nilai yang ditawarkan oleh pondok pesantren ziyadatut taqwa. Sehingga akan memperluas target calon

⁶⁶ Alvin Arifin, "Peran Pembangunan Pesantren berbasis Agrobisnis terhadap masyarakat sekitar", *Socio politica: Jurnal ilmiah jurusan sosiologi*, Vol.8, No.2 (Juli, 2018), 182.

santri, bahkan dari luar daerah. Karena bisa berinteraksi langsung dengan masyarakat, dan memberikan informasi terbaru. Hal ini membantu menciptakan hubungan yang baik dan membangun loyalitas. Indikator Keberhasilan Strategi Jumlah pengikut di Instagram, Facebook, dan YouTube meningkat secara signifikan. Jumlah pendaftaran santri baru mengalami kenaikan setiap tahun. Muncul testimoni positif dari orang tua, alumni, dan masyarakat di media sosial. Tingginya engagement pada konten, seperti like, share, dan komentar. Adanya kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat dalam mempromosikan pondok pesantren ziyadatut taqwa.⁶⁷

Strategi pemasaran berbasis nilai-nilai spiritual merupakan pendekatan yang tidak hanya fokus pada promosi produk atau layanan, tetapi juga menyelaraskan nilai-nilai agama, moral, dan spiritual untuk menarik perhatian masyarakat. Dalam konteks ini, Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menyampaikan nilai-nilai spiritual yang dianut kepada masyarakat luas.

Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, pesantren dapat menjangkau audiens yang lebih besar, termasuk calon santri dari luar daerah. Media sosial memungkinkan pesantren untuk menyajikan konten yang relevan secara visual dan interaktif, seperti video edukasi agama, ceramah ulama, kegiatan santri sehari-hari, serta testimoni dari alumni dan orang tua, sehingga masyarakat dan wali santri bisa sangat percaya terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pondok pesantren,

⁶⁷ Ahmad farid, "Optimalisasi Media Sosial Pesantren untuk Membendung Konten Negatif di Dunia Maya", *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol.5, No.1, (Februari 2019)103

sehingga masyarakat akan mempengaruhi masyarakat lain untuk mengajak orang lain untuk bisa bergabung juga dalam memondokkan anaknya di pondok pesantren ziyadatut taqwa.

2. Faktor Pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa

a. Faktor pendukung

1). Adanya kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren bahwa pesantren memiliki integritas tinggi dalam menjaga nilai-nilai keagamaan.

Dalam Pondok Pesantren kepercayaan masyarakat menjadi faktor pendukung utama dalam proses pemasaran, karena dengan keadaan masyarakat yang modern ini sangat sulit untuk mempercayai pendidikan pesantren. Selain itu dukungan dari masyarakat ini juga memiliki dampak positif terhadap strategi pemasaran melalui nilai spiritual ini.

Didukung oleh tulisan Khoiril Anam dalam jurnalnya dia menulis bahwa Pesantren merupakan lembaga kepercayaan masyarakat, karena pesantren adalah lembaga pendidikan yang penawarannya utamanya adalah pendidikan karakter, dan moral. Pandangan masyarakat saat memondokkan anaknya selain niatnya menuntut ilmu serta memperbaiki karakter dan moralnya masyarakat juga berfikir bahwa Pondok Pesantren tempat untuk mencari berkah atau barokah, barokah ini didapat dengan bukan hanya melalui hal yang sifatnya materil seperti pembelajaran, melainkan melalui pengabdian dimana nilai pengabdian ini sangat melekat

dengan nilai moral yang diajarkan dalam Pondok Pesantren. Disisi lain, kepercayaan masyarakat ini menjadi salah satu kunci kemajuan lembaga pendidikan islam. Ketika masyarakat memilih untuk percaya terhadap pendidikan islam, mereka pasti akan mendukung penuh. Bahkan bukan hanya memondokkan putra-putrinya ke Pondok Pesantren tersebut, melainkan juga mempengaruhi masyarakat untuk melakukan hal sama. Oleh sebab itu masyarakat merupakan komponen strategis yang harus mendapatkan perhatian penuh oleh manajer pendidikan islam. Jadi, masyarakat memiliki posisi ganda yaitu sebagai objek dan juga subyek.⁶⁸

Selain itu kepercayaan Masyarakat sekitar Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini merupakan pondasi utama dalam proses pemasaran. Kepercayaan masyarakat terhadap pesantren telah terbangun melalui sejarah panjang peran pesantren sebagai pusat pendidikan agama dan moralitas. Kepercayaan ini menjadi aset penting dalam mendukung strategi pemasaran berbasis nilai spiritual. Masyarakat disini akan cenderung lebih terbuka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh pesantren karena mereka mempersepsikan pesantren sebagai lembaga yang jujur, adil, dan amanah. Kepercayaan yang kuat ini membuat pesantren memiliki daya tarik tersendiri, terutama dikalangan masyarakat yang mengutamakan nilai-nilai religious dalam kesehariannya.

Jadi disimpulkan bahwa faktor utama dalam strategi pemasaran melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren ini adalah kepercayaan

⁶⁸ Khoirul Anam, dkk "Persepsi Masyarakat Terhadap Mutu Pondok Pesantren Nurul Jadid"
JUMPA: Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol.2, No.1, (Januari,2022),5-6.

masyarakat, dimana kepercayaan masyarakat ini merupakan kekuatan nilai spiritual itu sendiri, kepercayaan yang sudah terbangun di masyarakat, dan keterlibatan komunitas pesantren. Pesantren dapat memanfaatkan nilai spiritual sebagai pembeda utama dalam pemasaran, dengan tetap menjaga etika dan kepercayaan masyarakat.

2) Penggunaan teknologi dan media sosial yang baik.

Di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini dalam strategi pemasarannya selain hal nya dari dukungan alumni, disini juga menerapkan penggunaan media sosial yang berupa Instragram, Facebook, tiktok dan youtube. Dimana dalam penggunaan media sosial ini kami mengenalkan program- program yang terdapat di Pondok Pesantren dengan melalui foto-foto sebagai bukti bahwa kegiatan yang ada di Pondok Pesantren benar-benar dilakukan dengan baik. Selain itu media sosial yang dimiliki ini selain untuk menyebarkan gambar-gambar, tetapi juga terdapat video dalam setiap kegiatan penting yang ada di Pondok Pesantren dengan tujuan agar Masyarakat maupun alumni yang tidak bisa bergabung dapat mengetahui seperti apa perkembangan di Pondok Pesantrennya.

Selain itu penggunaan teknologi dan media sosial yang baik dapat membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas lagi, khususnya bagi pemuda yang aktif dalam platform digital. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran melalui nilai spiritual ini harus terdapat tim tenaga pengelola atau admin media sosial yang terlatih untuk penggunaan teknologi digital ini akan membantu dalam memudahkan

proses pembuatan dan distribusi konten di Platform seperti Instagram, Facebook dan juga YouTube. Kemampuan SDM dalam hal manajemen media sosial, analisis performa konten, dan juga strategi pemasaran digital menjadi faktor penting agar Pesantren dapat berkomunikasi lebih efektif dan menarik terhadap minat Masyarakat.

Adapun pendapat Yogatama dalam artikelnya dia menuliskan bahwasannya media sosial disini merupakan ruang publik yang memungkinkan para penggunanya yang mempunyai suatu yang mana media sosial ini digunakan sebagai sarana pemasaran berupa pemostingian berbagai jenis produk, layanan, serta promosi Lembaga pendidikan.⁶⁹

Jadi dapat ditarik Kesimpulan bahwasannya penggunaan teknologi dan media sosial yang baik dapat membantu dalam menyebarkan informasi Pondok Pesantren bahkan dapat membantu dalam proses promosi program-program Pondok Pesantren.

b. Faktor Penghambat

- 1). Pada Strategi pemasaran dalam menarik minat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini terdapat faktor penghambat berupa adanya stigma negatif terhadap Pondok Pesantren.**

Ketika dalam proses strategi pemasaran sudah terdapat stigma negatif oleh Masyarakat akan mempersulit terhadap jalannya

⁶⁹ Yogatama Waskithoaji & Baziedy Aditya Dermawan, "Peran Teknologi dalam penggunaan Media sosial dan dampaknya terhadap UMKM" *Jurnal Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol.01, No.02, (2022),224.

promosi bahkan proses pemasaran. Terkadang stigma negatif terhadap Pesantren disini sering muncul akibat dari informasi yang kurang tepat, pemahaman yang terbatas, atau bahkan dari pengalaman individu yang kurang representatif terhadap Pondok Pesantren secara keseluruhan. Selain itu Masyarakat sekitar Pondok Pesantren yang memiliki pemikiran modern kadang menganggap bahwa pendidikan yang ada di Pesantren dianggap hanya fokus terhadap pendidikan agama, sehingga lulusannya hanya dianggap kurang memiliki kemampuan dalam ilmu umum. Yang lebih parahnya lagi ada stigma yang mengaitkan Pesantren dengan radikalisme atau ajaran ekstremis. Stigma ini muncul karena ada sebagian kecil Kasus yang berkaitan dengan individu yang terafiliasi dengan ekstremisme. Namun hal ini tentu tidak hanya mewakili seluruh Pesantren. Sebaliknya, mayoritas Pesantren di Indonesia, termasuk Ziyadatut Taqwa justru mengajarkan nilai-nilai Islam yang moderat, cinta terhadap tanah air dan juga toleransi.

Didukung oleh pendapat Asroruddin dalam tulisannya dia menyebutkan bahwa stigma negatif Masyarakat terhadap Pondok Pesantren biasanya berkaitan dengan persepsi yang kurang tepat mengenai kurikulum, lingkungan, dan aktivitas yang ada pada dalamnya. Ada salah satu stigma yang sering muncul yaitu anggapan Masyarakat bahwa Pesantren ini sebagai tempat yang kurang memperhatikan terhadap pendidikan umum melainkan hanya berfokus pada studi agama, sehingga mereka menganggap bahwa

lulusannya kurang kompetitif dalam dunia kerja. Selain itu Masyarakat juga terkadang menganggap Pesantren sebagai Lembaga yang tertutup dan kaku, terutama karena ketatnya aturan yang diterapkan.⁷⁰ Selain itu ditambahkan juga oleh pendapat Azyumardi Azra bahwa Masyarakat juga memandangi bahwa Pesantren itu sebagai tempat yang mendukung ideologi radikal atau eksklusivisme. Meskipun hal ini belum sepenuhnya benar, ada persepsi yang menyatakan bahwa lulusan Pesantren ini lebih mungkin berafiliasi dengan paham tertentu yang tidak sesuai dengan nilai-nilai nasional dan sosial. Padahal yang telah diketahui bahwa banyak Pesantren yang justru menanamkan nilai-nilai yang toleransi dan nasionalisme kepada santri.⁷¹

Ketika Pondok Pesantren sudah mendapatkan stigma negatif dari Masyarakat maka dalam proses pemasarannya akan sedikit terhambat. Karena Masyarakat merupakan kunci utama dalam memperkuat jaringan informasi serta juga sebagai pengguna pelayanan pendidikan. Selain itu jika Masyarakat sudah tidak mendukung maka akan berdampak negatif bahkan juga akan mengganggu terhadap suksesnya strategi pemasaran Pondok Pesantren.

⁷⁰ Muh.Asroruddin al Jumhuri, "Modernisasi Pendidikan Pesantren (Studi Analisis di Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada), *Jurnal Al-Amin*, Vol.4, No.2 (Juli-Desember, 2019), 141.

⁷¹ Azyumardi Azra *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah tantangan milenium III* (Jakarta: KENCANA, 2012), 51.

2). Keterbatasan sumber daya baik dana maupun manusia dalam proses kampanye pemasaran yang lebih modern dan menyeluruh.

Dalam konteks Pesantren seperti halnya Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini keterbatasan dana bahkan manusia sering kali menjadi kendala utama dalam pelaksanaan kampanye yang modern dan komprehensif. Di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini dalam hal dana sangat kurang karena dana yang diperoleh hanya berasal dari uang bulanan santri, infak, bahkan dari sumbangan para wali santri. Namun hal ini tidak menjadi kendala besar bagi Pondok Pesantren untuk terus melakukan perbaikan dalam proses pengembangan Pesantren. Selain itu dalam proses pemasaran yang lebih modern juga dibutuhkan berupa komputer, kamera dan akses internet yang memadai, namun karena biaya peralatan dan infrastruktur digital cukup tinggi, maka Pesantren hanya bisa memberikan apa yang mampu untuk dibeli walaupun kapasitasnya yang dimiliki sangat minim, seperti halnya jaringan wifi.

Selanjutnya mengenai keterbatasan manusia yaitu kurangnya tenaga ahli dalam proses pemasaran digital. Dalam lingkungan Pesantren, seorang pengelola biasanya berfokus pada kegiatan pendidikan dan pembinaan santri. Namun tidak banyak dari mereka yang memiliki keahlian khusus di bidang pemasaran digital, seperti manajemen media sosialnya, dan desain grafisnya.

Jika dalam proses pemasaran yang modern dan menyeluruh ini terdapat kesulitan dalam hal dana dan sumber daya manusia nya maka akan berdampak pada sulitnya jangkauan audiens, bahkan sulit untuk menghasilkan konten yang profesional secara konsisten Dan bisa juga tertinggal dari Lembaga lain. Oleh karenanya mungkin dari pihak Pondok Pesantren perlu mempertimbangkan Solusi alternatif seperti halnya pelatihan internal, kerja sama dengan pihak luar bahkan bisa juga melakukan penggalangan dana khusus untuk kebutuhan pemasaran dengan tujuan agar dapat mengatasi keterbatasan bahkan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran untuk menarik minat Masyarakat dengan tetap menonjolkan nilai-nilai spiritual yang dimilikinya.

3) Hasil yang diperoleh dari strategi pemasaran dalam menarik minat Masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa.

a. Masyarakat dengan mudah dalam mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren melalui media sosial pondok pesantren ziyadatut taqwa.

Para bagian pihak yang terkait di dalam Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa ini mengupayakan untuk bagaimana Masyarakat tidak hanya melihat Pondok Pesantren sebagai Lembaga pendidikan agama, melainkan juga sebagai tempat pembentukan karakter yang kuat dan berakhlak mulia.

Diperkuat lagi oleh pendapatnya Moh sholeh dalam tulisannya dia mengatakan bahwa dalam pemasaran itu, strategi merupakan hal yang sangat penting yang mana dirancang untuk mencapai tujuan Pesantren dengan mempertahankan keunggulan Pesantren serta mampu bersaing secara konsisten melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.⁷²

Adapun salah satu hasil strategi pemasaran Pesantren berbasis nilai spiritual ini untuk menciptakan kesadaran Masyarakat terhadap pentingnya pembentukan karakter dan moral melalui pendidikan yang seimbang antara aspek duniawi dan ukhrawi. Tujuan lain dari strategi pemasaran berbasis nilai spiritual adalah mampu menyebarkan pemahaman bahwa pendidikan spiritual bukan hanya kebutuhan individu tetapi juga pondasi bagi Pembangunan Masyarakat yang lebih baik. Dalam konteks ini Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa berfungsi sebagai media transformasi nilai-nilai spiritual ke dalam kehidupan sehari-hari. Pemasaran yang efektif, terutama melalui media sosial akan mampu menjangkau Masyarakat yang lebih luas, baik itu diperkotaan atau di pedesaan.

Terkadang pendidikan berbasis spiritual ini sering dianggap kuno oleh sebagian Masyarakat. Oleh sebab itu perlu sebuah Pondok Pesantren perlu melakukan strategi yang kreatif sehingga dapat menarik minat generasi muda dengan cara-cara yang lebih relevan, yang tujuannya adalah menciptakan persepsi bahwa pendidikan ini

⁷² Moh Sholeh, Dkk, "Dinamika Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren,1" *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol.1, No.5, (Desember, 2023), 477.

modern, fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan zaman. Dengan strategi pemasaran yang terencana, Lembaga pendidikan berbasis spiritual seperti halnya Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dapat mencapai tujuan penting, mulai dari bagaimana meningkatkan nilai kesadaran, meningkatkan partisipasi, hingga mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam kehidupan Masyarakat. Dengan pemanfaatan teknologi dan media sosial berperan besar dalam menyampaikan pesan ini secara efektif dan relevan dari berbagai kalangan.

b. Masyarakat mempunyai keinginan untuk memondokkan anaknya ke pondok pesantren ziyadatut taqwa.

Penekanan nilai spiritual dan akhlak mulia dalam setiap komunikasi merupakan suatu Langkah strategis yang memiliki dampak signifikan, terutama dalam konteks pemasaran Pondok Pesantren. Hal ini tidak hanya menjadi strategi melainkan juga untuk memperkuat citra positif Pesantren, dan juga menjadi media dakwah yang relevan dengan kebutuhan Masyarakat modern.

Komunikasi yang menekankan nilai spiritual melibatkan penyampaian pesan-pesan yang sarat dengan ajaran agama. Nilai spiritual ini menjadi inti dari keberadaan Pondok Pesantren, yang bertujuan membentuk generasi beriman dan berakhlak mulia. Menurut Imam Al-Ghazali, akhlak yang baik adalah hasil dari pendidikan ruhani yang mendalam, yang mencerminkan hubungan manusia dengan Allah dan sesama manusia.⁷³ Dalam konteks ini,

⁷³ Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, (Jakarta: Fuzan, 1983), 143.

setiap komunikasi Pesantren, baik melalui media sosial maupun interaksi langsung, harus mencerminkan nilai-nilai tersebut, seperti kejujuran, kesabaran dan kasih sayang.

Jadi dapat diambil Kesimpulan bahwa penekanan nilai spiritual dan akhlak mulia dalam setiap komunikasi dengan Masyarakat menjadi strategi yang efektif dan membangun kepercayaan dan hubungan era tantara Lembaga dan komunitasnya. Dengan menghadirkan pesan-pesan yang mencerminkan kejujura, kesederhanaan, dan nilai-nilai Islami, Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa tidak hanya mampu menarik perhatian Masyarakat tetapi juga memperkuat identitasnya sebagai Lembaga pendidikan berbasis agama. Pendekatan ini juga menegaskan bahwa nilai spiritual dan akhlak mulia bukan hanya menjadi bagian dari ajaran, tetapi juga diaplikasikan secara nyata dalam interaksi sehari-hari, sehingga dapat menciptakan daya tarik tersendiri yang berkelanjutan bagi Masyarakat lain, sehingga dengan demikian masyarakat bisa mempunyai tekad dan semangat untuk memondokkan anaknya di pondok pesantren ziyadatut taqwa.