



Pendirian Pendidikan Formal Sebagai Strategi Mempertahankan Eksistensi Pondok Pesantren

Iwan Sopwandin

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Az Zahra Tasikmalaya, Indonesia

E-mail: iwansopwandin8@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-12-03 Revised: 2023-01-15 Published: 2024-02-09	This research aims to analyze the establishment of formal education as a marketing strategy to maintain the existence of the Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya Islamic Boarding School. The method used in this research is qualitative with a descriptive analysis approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews and documentation studies. The research results show that: 1) The choice of MTs as a formal educational institution was established partly because of ease of access; 2) The implementation of the marketing mix at Madrasah Tsanawiyah consists of: a) MTs Miftahul Ulum products are in the form of a vision that contains the characteristics of the Prophet and volleyball extracurriculars; b) The price or cost of education at MTs Miftahul Ulum is only the entrance fee, a one-time infaq during school and an infaq if there are renovations. c) Location; In general, the location is strategic for learning; d) There are 7 media used in promotional activities at MTs Miftahul Ulum e) In general, the human resources at MTs are adequate; f) MTs Miftahul Ulum currently has adequate infrastructure; g) Process; The curriculum used at MTs Miftahul Ulum is the 2013 curriculum, for learning every day starting from 07.00 - 14.00, except for Mondays, Tuesdays and Wednesdays which are only until 12.00 WIB; 3) The presence of MTs as a form of formal education within the Miftahul Ulum Islamic Boarding School has had a very significant impact on the development of Islamic boarding schools, especially in terms of the number of students.
Keywords: <i>Formal Education; Marketing Strategy; Existence Of Islamic Boarding Schools.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-12-03 Direvisi: 2023-01-15 Dipublikasi: 2024-02-09	Penelitian ini bertujuan menganalisis pendirian pendidikan formal sebagai strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data melalui tahapan kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pemilihan MTs sebagai lembaga pendidikan formal yang didirikan salah satunya karena kemudahan akses; 2) Penerapan bauran pemasaran di Madrasah Tsanawiyah terdiri atas: a) Produk MTs Miftahul ulum ialah berupa visi yang mengandung sifat rosul serta ekstrakurikuler bola voli; b) Harga atau biaya pendidikan di MTs Miftahul ulum hanya biaya masuk, infaq satu kali selama sekolah dan infaq jika ada renovasi. c) Lokasi; Secara umum lokasi sudah strategis untuk pembelajaran.; d) Terdapat 7 media yang digunakan dalam kegiatan promosi di MTs Miftahul Ulum e) Secara umum SDM yang terdapat di MTs sudah memadai; f) MTs Miftahul Ulum saat ini memiliki sarana prasarana yang memadai; g) Proses; Kurikulum yang digunakan di MTs Miftahul Ulum adalah kurikulum 2013, untuk pembelajaran setiap harinya dimulai dari jam 07.00 - 14.00, terkecuali hari senin, selasa dan rabu yang hanya sampai jam 12.00 WIB; 3) Hadirnya MTs sebagai salah satu pendidikan formal di lingkungan Pondok Pesantren Miftahul Ulum memberikan dampak yang sangat signifikan bagi perkembangan pondok pesantren terutama dalam jumlah santri.
Kata kunci: <i>Pendidikan Forma; Strategi Pemasaran; Eksistensi Pondok Pesantren.</i>	

I. PENDAHULUAN

Pada awalnya, keberadaan pesantren merupakan tempat kajian tradisional ilmu keislaman sebagai pandangan hidup (*tafaqquh fi al-din*), menyoroti akan utamanya moralitas dalam masyarakat. Pesantren telah lahir jauh sebelum kemerdekaan Indonesia dan telah menjamah semua lapisan masyarakat Islam

(Agama, 1984/1985), khususnya di Pulau Jawa. Sebagai lembaga pendidikan yang unik, eksistensi pesantren saat ini bukan hanya karena Lembaga yang sudah berdiri sangat lama, tetapi juga karena budaya, metode dan jaringan lembaga-lembaga keagamaan tersebut. Sehingga karena keunikannya, C. Geert dan Abdurrahman Wahid berargumentasi pesantren adalah

subkultur masyarakat Indonesia (khususnya Jawa) (Syafe'i, 2017).

Pesantren sebagai salah satu rahim yang melahirkan para mujahid yang tidak hanya pejuang militan tetapi juga bertanggung jawab penuh atas pekerjaan dan sekitarnya. Secara vertikal dan horizontal bertanggung jawab atas kelahiran dan pertumbuhan di Indonesia. Hal tersebut disebabkan lembaga ini sebagai kawah mulut buluh untuk para pembelajar sebelum induksi komunitas yang sebenarnya. Ini ditunjukkan dalam masyarakat, yang penting di saat kekacauan, atau di non-masyarakat saat ini. Lulusan pesantren yang sebenarnya belajar selama karantina cenderung bersemangat, religius sekaligus menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab (Fitriyah, Wahid and Muali, 2018).

Sehingga keberadaan pesantren harus tetap terjaga dan tetap eksis ditengah makin merebaknya pendidikan umum saat ini, karena nilai dan pembelajaran yang didapatkan didunia pesantren lebih bermanfaat bagi bekal kehidupan seseorang bukan hanya untuk kehidupan dunia melainkan kehidupan akhirat pula (Sopwandin, 2019). Berbagai cara dapat dilakukan agar pesantren dapat terus eksis. Seperti yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Bidayah, upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi pesantren salah satunya dapat melalui pemasaran (Wahyono and Fanani, 2022). Bentuk pemasaran tersebut ditawarkan melalui sebuah produk pembelajaran kitab kuning dengan metode Al-Bidayah dimana metode ini merupakan *brand image* yang digunakan oleh pengasuh dalam mengajarkan kitab kuning dengan lebih cepat kepada para santri. Selain itu sebagai perluasan mensosialisasikan produk tersebut kepada Masyarakat, para santri juga diperbolehkan melanjutkan pendidikan formalnya ke jenjang yang lebih tinggi, meskipun pondok pesantren ini berjenis salaf atau klasik.

Hal serupa juga dilakukan oleh salah satu pondok pesantren tertua di Kabupaten Tasikmalaya khususnya kecamatan Sodonghilir yaitu Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut yang berdiri sejak tahun 1946, upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya ialah dengan menggunakan strategi pemasaran melalui pendirian pendidikan formal dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum. Disisi lain strategi yang dilakukan juga terkadang tidak sepenuhnya berhasil, jika pengelolaan dan prosesnya tidak dilakukan dengan benar. Namun hal ini tidak berlaku bagi

Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut, strategi yang dilakukan terbilang cukup berhasil padahal *notabene* lembaga ini termasuk kedalam jenis pesantren tradisional (*salaf*), dimana dari sistem pembelajarannya yang masih menggunakan metode sorogan, bandongan, wetonan, dan hafalan serta materi pelajaran terpusat pada kitab-kitab klasik, selain itu masih terdapatnya santri "negeri" yang belajar di pondok pesantren tersebut (Malik, 2021).

Atas dasar tersebut, hal ini menarik untuk diteliti bagaimana strategi tersebut dilaksanakan dilapangan melalui konsep bauran pemasaran pendidikan, sehingga menjadi salah satu strategi efektif dalam mempertahankan eksistensi pondok pesantren tersebut. Adapun bauran pemasaran pendidikan yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler dalam (Machali and Hidayat, 2018) terdiri dari: *product* (produk) jasa apa yang ditawarkan; *price* (harga) strategi penentuan harga; *place* (lokasi/tempat) dimana jasa diberikan; *promotion* (promosi) bagaimana promosi dilakukan; *people* (SDM) kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang yang terlibat dalam jasa pendidikan; *physical evidence* (bukti fisik) sarana prasarana; dan *process* (proses) manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif deskriptif, yang bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis tentang pendirian pendidikan formal sebagai strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Gunung Bubut Tasikmalaya (Moleong, 2014). Data dikumpulkan dengan beberapa teknik, diantaranya: 1) teknik observasi, Selama berada di lokasi, peneliti menjadi pengamat yang secara terbuka dan diketahui oleh umum agar memudahkan dalam penarikan informasi; 2) teknik wawancara, Informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah ketua Yayasan Miftahul Ulum, pendiri Pendidikan formal (MTs Miftahul Ulum), pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Ulum, kepala Madrasah Tsanawiyah, peserta didik, dan alumni; dan 3) teknik dokumentasi, yang berfungsi untuk pengambilan data melalui dokumen publik maupun privat (Sugiyono, 2014).

Model interaktif digunakan sebagai alat analisis data, yang terdiri dari tahapan kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan (Huberman and Saldana, 2014). Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk

pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian menurut Moleong dalam (Sopwandin, 2020) ini antara lain: ketekunan pengamatan, triangulasi, kecukupan bahan referensi, audit untuk kriteria kebergantungan, audit untuk kriteria kepastian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendidikan formal yang terdapat di lingkungan pondok pesantren Miftahul Ulum dan berdampak pada perkembangan Pondok Pesantren salah satunya ialah MTs. Pemilihan jenis lembaga pendidikan ini pasalnya bukan tanpa alasan yang jelas, justru karena pertimbangan yang sangat matang. Misalnya dalam pendirian MTs, pendiri menyampaikan bahwa selain memahami bagaimana prosedur yang berkaitan dengan MTs, faktor relasi, dan kemudahan akses sebenarnya menjadi alasan kuat. Tentu faktor itu bukan dibangun dalam waktu singkat, namun sudah beliau rawat sejak awal menjadi ASN, sehingga komunikasi yang baik itulah menghasilkan relasi dan akses yang mudah. Hal tersebut sesuai dengan yang dijelaskan oleh (Hendra and Siti Saputri, 2020), bahwa komunikasi di dunia pendidikan bukan hanya dilakukan untuk saling tukar menukar informasi saja. Akan tetapi adanya tujuan membangun dan memelihara relasi.

1. Penerapan Bauran Pemasaran Pada Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya

a) *Product* (produk)

Produk adalah hal yang sangat utama yang ditawarkan dan dijual sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan nya. Menurut Kotler dalam (Laksamana, 2021), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dalam kata lain produk merupakan point dari keseluruhan upaya yang memberikan nilai kepada konsumen. Dalam jasa pendidikan, yang dijadikan produk oleh sekolah yakni berupa reputasi, prospek, dan pelayanan pendidikan yang bervariasi. Produk sekolah juga merupakan ciri khas tersendiri bagi sekolah dalam menarik minat calon peserta didik serta mempertahankan eksistensi sekolah di mata masyarakat.

Produk yang ditawarkan oleh MTs Miftahul Ulum kepada peserta didik atau orangtua dapat terlihat dari visinya "menciptakan insan madrasah yang Siddiq, Amanah, Fatonah, Tabligh". Sehingga orangtua dapat memahami bahwa nantinya

peserta didik akan dibentuk menjadi seseorang yang memiliki sifat terpuji Nabi Muhammad SAW dan posisi sekolah ini juga berada di lingkungan pondok pesantren terdapat sinkronisasi antara MTs dan pesantren. Hal ini menjadi daya tarik para orangtua ditengah kerasnya arus modernisasi.

Selain itu, salah satu ciri khas yang menjadi daya tarik peserta didik ialah adanya ekstrakurikuler olahraga yaitu bola voli. Ekstrakurikuler olahraga adalah suatu kegiatan yang dilakukan di luar jam pembelajaran sekolah. Menurut Sri Rumini dalam (Cahyono, 2017), factor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor instrinstik dan faktor ekstrinstik, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tumbuh kembangnya minat, antara lain: 1) Motivasi dan Cita-cita, 2) Sikap Terhadap Suatu Objek, 3) Keluarga, 4) Fasilitas, 5) Teman Pergaulan.

Selain itu, MTs Miftahul Ulum dalam kegiatan promosinya didalam brosur atau pamflet selalu mencantumkan prestasi-prestasi yang pernah diraihnyanya. Menurut (Machali and Hidayat, 2018), produk dalam pemasaran pendidikan adalah sebuah hasil yang diperoleh melalui proses pendidikan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan mempengaruhi persepsi pelanggan untuk membeli jasa pendidikan tersebut. Produk dalam pemasaran pendidikan ini dapat berupa reputasi, prospek, citra positif yang dihasilkan oleh lembaga dari prestasi yang diraihnyanya. Dalam hali ini, pencantuman prestasi yang didapat dalam brosur dan pamflet merupakan bagian dari pembentukan citra dan reputasi dimata masyarakat.

b) *rice* (harga)

MTs Miftahul Ulum membebaskan biaya bulanan bagi peserta didik, karena sudah ter-cover oleh bantuan operasional dari pemerintah. Namun ada beberapa biaya yang tetap harus dibayar oleh peserta didik, yaitu *pertama*, biaya masuk yang dialokasikan untuk pendaftaran, matsama, kaos olahraga, batik, sampul raport, dan atribut. *Kedua*, infaq sebesar Rp. 300.000 selama peserta didik bersekolah disana (3 tahun), dan biaya tak terduga jika ada perbaikan atau Pembangunan di sekolah. *Ketiga*, biaya akhir tahun yang besarnya ditentukan tergantung isi acara.

c) *Place* (lokasi/tempat)

Secara umum, MTs Miftahul Ulum berada pada tempat yang cukup strategis. Akses jalan yang dilewati cukup mudah hanya sedikit menanjak dari jalan utama karena lokasinya yang berada di daerah perbukitan. Namun Kawasan ini cukup nyaman bagi peserta didik dalam melaksanakan pembelajaran karena masih dikelilingi pepohonan sehingga membuat suasana menjadi sejuk. Tentunya ini sangat berpengaruh terhadap belajar peserta didik. Menurut (Hermes, Saragih and Idali, 2020), lingkungan sangat mempengaruhi motivasi dan prestasi belajar peserta didik, karena lingkungan yang nyaman membuat belajarpun menjadi tenang.

d) *Promotion* (promosi)

Media yang digunakan oleh MTs Miftahul Ulum dalam promosi diantaranya: Pemasangan banner, pembuatan brosur, komunikasi dengan wali kelas 6 SD, Jaringan alumni, bekerjasama dengan tokoh masyarakat/DKM, mengikuti turnamen, pengajian atau haol pesantren. Namun sejak pandemi melanda, pemasangan banner sudah tidak dilanjutkan dan anggarannya dialihkan untuk optimalisasi media lain yakni penguatan Kerjasama dengan para tokoh masyarakat/ DKM, hal tersebut juga dapat dikatakan sebagai pemasaran langsung (*Direct marketing*). *Direct marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan media untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di berbagai lokasi (Sari and Wijaya, 2020). Karena dengan begitu, informasi yang disampaikan kepada masyarakat akan lebih menyeluruh dan biasanya beberapa masyarakat tunduk patuh pada perintah atau himbauan ketua DKM.

e) *People* (orang/SDM)

Peran SDM di lembaga pendidikan sangat menentukan keberlangsungan proses belajar mengajar, selain itu perkembangan lembaga pendidikan juga ditentukan oleh kuantitas dan kualitas SDM. Saat ini SDM di MTs Miftahul Ulum berjumlah 23 orang Dimana 21 orang sebagai pendidik dan tenaga kependidikan sebanyak 2 orang. Dari jumlah pendidik 21 orang tersebut, sebanyak 19 orang sudah Sarjana dan 7 orang sudah tersertifikasi. Sehingga hal tersebut menandakan bahwa

secara kuantitas dan kualitas SDM di MTs Miftahul Ulum sudah memadai. Sertifikat pendidik adalah bukti formal sebagai pengakuan yang diberikan kepada guru dan dosen sebagai tenaga profesional. Sertifikasi guru dapat diartikan sebagai suatu proses pemberian pengakuan bahwa seseorang telah memiliki kompetensi untuk melaksanakan pelayanan pendidikan pada satuan pendidikan tertentu, setelah lulus uji kompetensi yang diselenggarakan oleh lembaga sertifikasi (Tusriyanto, 2014).

f) *Physical evidence* (bukti fisik)

Sarana dan prasarana merupakan salah satu sumber daya pendidikan yang perlu dan sangat penting dikelola dengan baik serta merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari manajemen pendidikan. Seperti gedung, tanah, perlengkapan administrasi sampai pada sarana yang digunakan langsung dalam proses belajar mengajar di kelas. Sehingga mau tidak mau sarana tersebut harus memadai agar proses belajar mengajar dapat berjalan dengan baik (Megasari, 2014). Di MTs Miftahul Ulum sendiri, sarana prasarana untuk saat ini sudah memadai, hanya saja secara kondisi ada yang sudah rusak dalam kategori ringan. Tetapi, hal tersebut tidak biarkan begitu saja, pihak sekolah biasanya melakukan renovasi secara langsung, namun bila rusaknya sudah parah, maka sekolah berkoordinasi dengan komite untuk mempertimbangkan agar meminta infaq kepada orangtua peserta didik dengan nominal sesuai kesepakatan hasil rapat komite dan orangtua.

g) *Process* (proses)

Kegiatan pendidikan yang dilakukan MTs Miftahul Ulum dimulai dari proses promosi, penerimaan peserta didik baru, pengelompokan kelas, pembinaan dan kelulusan. Sedangkan didalam penyelenggaraan pendidikan MTs Miftahul ulum menerapkan sistem semi fullday yang terintegrasi dengan pesantren, yakni dimulai dari jam 07.00 – 13.45 WIB, dan khusus untuk hari senin, selasa dan sabtu setelah dzuhur peserta didik melaksanakan pengembangan pendidikan keagamaan dan budi pekerti dilingkungan pesantren mengikuti jadwal pesantren. Adapun untuk kurikulum masih menggunakan kurikulum 2013. hal tersebut dipilih karena pihak sekolah belum sepenuhnya paham

mengenai kurikulum Merdeka, sehingga daripada ada kesalahan lebih baik memakai yang sudah digunakan. Pemerintah pun untuk saat ini belum mewajibkan setiap sekolah menerapkan kurikulum Merdeka, tergantung kesiapan sekolah dalam pelaksanaannya. Jadi tidak perlu memaksakan jika memang semua pihak belum siap menerapkannya (Hehakaya and Pollatu, 2022).

2. Dampak Adanya Madrasah Tsanawiyah Terhadap Eksistensi Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya

Pendidikan formal dan pesantren adalah dua lembaga yang berbeda tetapi sama-sama mempunyai tujuan yang sama, dan pada perkembangannya pendidikan formal menjadi salah satu kegiatan yang ada di pesantren dan harus diikuti oleh para santri pada setiap jenjangnya, dan adanya pendidikan formal ini menjadi salah satu magnet pertambahan jumlah santri di suatu pesantren, hal ini dilakukan agar pesantren tidak tergerus oleh pendidikan formal yang jumlahnya lebih banyak, dan menyeimbangkan pendidikan, antara pendidikan agama yang didapatkan dari pesantren dan pendidikan umum yang didapatkan dari pendidikan formal, sehingga ketika seorang anak sudah menyelesaikan pendidikannya di lembaga pendidikan formal yang ada di pesantren, anak tersebut masih bisa melanjutkan pendidikan ke lembaga pendidikan yang lebih tinggi atau bekerja dengan menggunakan ijazah yang didapatkan dari pendidikan formal. Hal ini juga membuktikan bahwa pesantren bukan lagi lembaga pendidikan yang dianggap *ndeso* dan kumuh, tetapi dapat bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain yang ada di luar sana (Nulhakim, 2012).

Pondok pesantren Miftahul ulum yang pada saat ini memiliki pendidikan formal dilingkungannya merasakan pengaruhnya terhadap eksistensi pesantren, terbukti dalam 11 tahun terakhir pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut setiap tahunnya selalu menerima santri tidak kurang dari 40 orang, bahkan dalam 3 tahun terakhir tidak kurang dari 90 orang setiap tahunnya. Hal tersebut sejalan dengan napa yang disampaikan oleh (Nulhakim, 2012), bahwa pesantren yang mempunyai lembaga pendidikan formal mempunyai santri yang lebih banyak dibandingkan pesantren yang tidak mempunyai lembaga pendidikan formal karena orang tua lebih

memilih memasukkan anaknya ke pesantren yang mempunyai lembaga pendidikan formal. Bahkan sebagian besar santri dari yang saat ini ada di Pondok Pesantren kebanyakan adalah peserta didik MTs.

Tetapi meski sudah terdapat pendidikan formal, kegiatan di Pondok Pesantren Miftahul Ulum tetap menjadi yang utama, hal ini terbukti pada hari senin, selasa, dan sabtu kegiatan sekolah hanya sampai dzuhur dan dilanjut dengan pengajian di pesantren. Selain itu, untuk jadwal liburpun sekolah harus mengikuti pesantren. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi sekolah, karena niat awal pendirian sekolah juga untuk mempertahankan eksistensi Pondok Pesantren Miftahul Ulum, dal tersebut tentunya akan dapat tercapai jika adanya integrasi antar kedua lembaga tersebut. Integrasi pendidikan pesantren dan sekolah ini bukan hanya sekedar bagaimana kedua institusi pendidikan ini bersatu, namun lebih jauh dari itu yang lebih penting adalah bagaimana keduanya bisa saling membantu untuk sama-sama meningkatkan kualitas pendidikan didalamnya (Wicaksono, 2022).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pemilihan pendirian Madrasah tsanawiyah sebagai salah satu pendidikan formal di lingkungan Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya salah satunya dilatar belakangi karena pada saat itu hanya lembaga tersebut yang aksesnya paling mudah dan peluang pengembangannya yang terbuka lebar.

Penerapan bauran pemasaran pada lembaga pendidikan formal terdiri atas: 1) Produk; Untuk MTs Miftahul ulum ialah berupa visi yang mengandung sifat rosul serta ekstrakurikuler bola voli; 2) Harga: MTs Miftahul ulum sendiri tidak adanya biaya bulanan yang dibebankan kepada peserta didik hanya biaya masuk, infaq satu kali selama sekolah dan infaq jika ada renovasi. 3) Lokasi; Secara umum lokasi sudah strategis untuk pembelajaran. Namun akses untuk dapat dilihat orang-orang agak sulit, karena MTs berada diperbukitan kurang lebih 3 menit dari jalan raya; 4) Promosi; Media yang digunakan sebagai promosi oleh MTs Miftahul ulum terdiri atas pemasangan banner, pembuatan brosur, komunikasi dengan wali kelas 6 SD, Jaringan alumni, bekerjasama dengan tokoh masyarakat/DKM, mengikuti

turnamen, pengajian atau haol pesantren; 5) SDM; Secara umum SDM yang terdapat di MTs sudah memadai dan memenuhi kualifikasi dengan jumlah 23 orang; 6) Sarana/bukti fisik; Untuk sarana prasarana di MTs Miftahul Ulum saat ini sudah memadai namun tidak ada sarana unggulan; 7) Proses; Kurikulum yang digunakan di MTs Miftahul Ulum adalah kurikulum 2013 dan untuk pembelajaran setiap harinya dimulai dari jam 07.00 - 14.00, terkecuali hari senin, selasa dan rabu yang hanya sampai jam 12.00 WIB. Selanjutnya peserta didik melanjutkan kegiatan pengajian di pesantren. Dengan adanya pendidikan formal salah satunya MTs ini memberikan dampak signifikan terhadap jumlah santri di Pondok Pesantren Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai pengaruh Pendidikan formal terhadap pesantren, alangkah lebih baik jika meneliti perkembangan pesantren yang ada Pendidikan formalnya dengan pesantren yang tidak terdapat Pendidikan formal, sehingga nantinya akan didapat perbedaan yang lebih *real*. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan rujukan bagi pesantren-pesantren untuk mengembangkan lembaganya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurahman, A., 2020. *Sejarah Pondok Pesantren Gunungbubut*. II ed. Tasikmalaya.
- Abdurahman, K., 2023a. *Wawancara dengan Pengasuh Pondok Pesantren mengenai dampak Pendidikan formal terhadap Eksistensi pondok pesantren*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Abdurahman, K., 2023b. *Wawancara mengenai kegiatan kepesantrenan Miftahul Ulum Gunungbubut*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Cahyono, T.Y., 2017. Standar Nasional Perpustakaan Perguruan Tinggi. *UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*, (1), pp.1-14.
- Choliq, A.A., 2023. *Wawancara mengenai Pendirian MTs Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya*. 2023.
- Fauzi, S., 2022. *Profil Madrasah Tsanawiyah Miftahul Ulum Gunung Tasikmalaya*.
- Fauzi, S., 2023. *Studi Dokumentasi mengenai produk didapatkan dari brosur MTs Miftahul Ulum Gunungbubut*. Translated by I. Sopwandin.
- Fauziah, S., 2023. *Wawancara dengan peserta didik MTs Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Fitriyah, W., Wahid, A.H. and Muali, C., 2018. Eksistensi Pesantren dalam Pembentukan Kepribadian Santri. *PALAPA*, 6(2), pp.155-173.
<https://doi.org/10.36088/palapa.v6i2.73>.
- Hasbullah, D., 2023a. *Wawancara mengenai biaya di MTs Miftahul Ulum dengan wakil kepala madrasah bidang Kurikulum*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Hasbullah, D., 2023b. *Wawancara mengenai kegiatan promosi MTs Miftahul Ulum dengan wakil kepala madrasah bidang Kurikulum*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Hasbullah, D., 2023c. *Wawancara mengenai produk MTs Miftahul Ulum dengan wakil kepala madrasah bidang Kurikulum*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Hasbullah, D., 2023d. *Wawancara mengenai proses pendidikan MTs Miftahul Ulum dengan wakil kepala madrasah bidang Kurikulum*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Hasbullah, D., 2023e. *Wawancara mengenai SDM di MTs Miftahul Ulum dengan wakil kepala madrasah bidang Kurikulum*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Hehakaya, E. and Pollatu, D., 2022. Problematika Guru Dalam Mengimplementasikan Kurikulum Merdeka. *Jurnal Pendidikan DIDAXEI*, 3(2).
- Hendi, C., 2023. *Studi dokumentasi di MTs Miftahul Ulum Gunungbubut*.
- Hendra, T. and Siti Saputri, 2020. Korelasi Antara Komunikasi dan Pendidikan. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*, 2(1),

- pp.51-63.
<https://doi.org/10.32939/ishlah.v2i1.21>.
- Hermes, C.D., Saragih, K.W. and Idali, L., 2020. Pengaruh Sekolah Terhadap Peningkatan Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Pkn Di Smp Swasta Teladan Pematangsiantar. *Jurnal Moralita: Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 1(1), pp.40-48.
<https://doi.org/10.36985/jma.v1i1.297>.
- Huberman, M. and Saldana, 2014. *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications.
- Laksamana, A., 2021. *Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di Sma An-Nurmaniyah (Yapera) Ciledug*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Machali, I. and Hidayat, A., 2018. *The Handbook Of Education Management*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Malik, R.K., 2021. Pesantren Modern dan Tradisional Cermin Komunikasi Pembangunan. *Al-Munzir*, 14(2).
- Megasari, R., 2014. PENINGKATAN PENGELOLAAN SARANA DAN PRASARANA PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DI SMPN 5 BUKITTINGGI. *Bahana Manajemen Pendidikan | Jurnal Administrasi Pendidikan*, 2(1), pp.636-831.
- Moleong, L., 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Munawar, 2023. *Profil Pondok Pesantren Mifathul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya*.
- Nulhakim, L., 2012. Pengaruh Pendidikan Formal Terhadap Eksistensi Pesantren Salafiah Di Pesantren An-Nur Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut. *Jurnal Pendidikan Universitas Garut*, 06(01), pp.32-51.
- Pitriani, A., 2023. *Wawancara dengan peserta didik MTs Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya*. Interview by Iwan Sopwandin. 2023.
- Sari, E.A. and Wijaya, L.S., 2020. Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), p.16.
<https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2608>.
- Sopwandin, I., 2019. Manajemen Pemasaran Pondok Pesantren Berbasis Program Pengabdian Masyarakat. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 4(2), p.78.
<https://doi.org/10.18860/jmpi.v4i2.8020>.
- Sopwandin, I., 2020. *Manajemen pelayanan perpustakaan perguruan tinggi Islam: Penelitian di Pusat Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. [Tesis] UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Available at: <<https://digilib.uinsgd.ac.id/31393/>> [Accessed 28 October 2023].
- Sopwandin, I., 2023a. Letak geografis MTs Miftahul Ulum Gunungbubut Tasikmalaya. [www.googlemaps.com] Available at: <<https://www.google.com/maps/@-7.4852972,108.1063002,206m/data=!3m1!1e3!5m2!1e1!1e4?entry=tту>> [Accessed 12 October 2023].
- Sopwandin, I., 2023b. *Observasi di MTs Miftahul Ulum Tasikmalaya*. Gunungbubut.
- Sugiyono, 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafe'i, I., 2017. PONDOK PESANTREN: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), p.61.
<https://doi.org/10.24042/atjpi.v8i1.2097>.
- Tusriyanto, 2014. Sertifikasi Guru Sebagai Upaya Menciptakan Mutu Pendidikan. *Jurnal Tarbawiyah*, 11(1).
- Wahyono, I. and Fanani, A.A., 2022. Strategi Marketing Pondok Pesantren Salaf (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Bidayah Tegal Besar Kaliwates Jember). *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 3(1), pp.081-093.
<https://doi.org/10.59689/incare.v3i1.389>.
- Wicaksono, H., 2022. Integrasi Pesantren dan Sekolah (Kajian atas Pemikiran Abdurrahman Wahid). *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 3(1), pp.79-88.
<https://doi.org/10.21154/sajiem.v3i1.85>.