

ISU GLOBAL MARKETING PENDIDIKAN DAN ENTREPRENEURSHIP PENDIDIKAN WCE (PONDOK PESANTREN AL-ASHRIYYAH NURUL IMAN ISLAMIC BOARDING SCHOOL)

Getar Rahmi Pertiwi^{1*}, Mukhtar Latief², Kasful Anwar²

Program Studi Doktor Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Corresponding author email: rahmiipertiwi@gmail.com

Article History

Received: 20 January 2024

Revised: 30 January 2024

Published: 27 February 2024

ABSTRACT

The globalization of educational development through science and technology in the current era is moving so fast and great. Moreover, with the presence of the industrial revolution era 4.0 and welcoming the era of society 5.0. Globally, education on an international scale is generally based on the concept of enriching knowledge, honing independence and developing students' soft and hard skills. Likewise, with Islamic boarding schools, with their independence, they will become autonomous educational institutions, both from the learning system and funding. So how Islamic boarding schools manage their finances, including the strategies used to raise funds to continue the educational process in Islamic boarding schools. In the early stages of education in Islamic boarding schools, it was focused solely on teaching religious knowledge through classical books or the yellow book. Religious sciences consisting of various branches are taught in Islamic boarding schools in the form of wetonan, sorogan, memorization, or muzakarah. However, after the introduction of the ideas of reforming Islamic thought to Indonesia, this also influenced changes in the Islamic education system in Islamic boarding schools. Islamic boarding school education, which was initially only oriented towards deepening religious knowledge, began to include general subjects. It is hoped that the inclusion of general subjects will broaden the thinking horizons of the students and better prepare the students to face developments in the times.

Keywords: *Educational Marketing, Entrepreneurship, Global Marketing*

Copyright © 2024, The Author(s).

How to cite: Pertiwi, G. R., Latief, M., & Anwar, K. (2024). ISU GLOBAL MARKETING PENDIDIKAN DAN ENTREPRENEURSHIP PENDIDIKAN WCE (PONDOK PESANTREN AL-ASHRIYYAH NURUL IMAN ISLAMIC BOARDING SCHOOL). *NUSRA: Jurnal Penelitian Dan Ilmu Pendidikan*, 5(1), 383–392. <https://doi.org/10.55681/nusra.v5i1.2258>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

LATAR BELAKANG

Di tengah era globalisasi yang gejalak ini, kemajuan pendidikan melalui Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEKS) berkembang pesat, terutama dengan adanya revolusi industri 4.0 dan pergeseran menuju era society 5.0. Seiring dengan perubahan zaman dan kompleksitas modernisasi, pola pikir dan paradigma manusia dapat terpengaruh, baik dalam peningkatan ilmu pengetahuan, keimanan, ketaqwaan, maupun godaan nafsu duniawi. Oleh karena itu, menjadi sangat penting untuk memperkenalkan dan mengajarkan pendidikan Islam kepada generasi muda sejak dini sebagai bentuk perisai dalam menghadapi kehidupan saat ini dan masa depan. Menurut Munir, pendidikan dianggap sebagai kebutuhan pokok bagi setiap individu dalam menjalani kehidupannya. Melalui pendidikan yang terfokus di lembaga-lembaga pendidikan, manusia dapat menjadi insan kamil yang memiliki pengetahuan bermanfaat untuk kehidupan di dunia dan akhirat. Lembaga pendidikan Islam, seperti pesantren atau Islamic boarding school, memiliki ciri khas mewajibkan pesertanya tinggal di asrama selama program pendidikan. Pendidikan di tingkat internasional biasanya bertujuan untuk memperkaya pengetahuan, mengembangkan kemandirian, serta mengasah keterampilan lunak dan keras peserta didik.

Sebagai contoh, Leysin American School (LAS) merupakan sekolah berasrama internasional yang telah memberikan pengalaman pendidikan untuk memperkaya pengetahuan siswa sejak 1961. Dengan melibatkan akademisi di dalam kelas dan mengadopsi pembelajaran berbasis pengalaman dalam perjalanan budaya internasional, LAS berupaya

menyatukan siswa dari berbagai belahan dunia dan memberikan pendidikan yang dapat memicu keingintahuan mereka, mendorong mereka menjadi warga global yang terbaik. Penerapan kemandirian juga berlaku pada pesantren, yang dapat menjadi lembaga pendidikan yang otonom baik dalam sistem pembelajaran maupun pendanaan. Oleh karena itu, pesantren perlu merancang strategi keuangan yang efektif untuk menghimpun dana demi kelangsungan proses pendidikan. Kendala keuangan di pesantren menjadi isu penting, dan sumber dana pesantren tidak hanya bersumber dari santri, tetapi juga melibatkan strategi lain guna memastikan eksistensinya.

Menurut Munir pendidikan merupakan kebutuhan utama bagi setiap insan manusia dalam menjalani kehidupannya. Dengan melalui proses pendidikan di suatu lembaga pendidikan secara terfokus, maka manusia akan menjadi insan kamil yang memiliki ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi kehidupannya di dunia ataupun diakhirat kelak. Istilah Islamic boarding school atau yang biasa disebut dengan pesantren yaitu merupakan salah satu wadah pendidikan islam yang dapat mendidik pesertadidiknya menjadi manusia yang seutuhnya (insan kamil). Dan ciri khas dari lembaga pendidikan ini yaitu mewajibkan para peserta didiknya untuk tinggal di asrama selama program pendidikan dilaksanakan. Secara global, pendidikan di skala internasional umumnya di dasarkan pada konsep memperkaya pengetahuan, mengasah kemandirian dan menumbuhkembangkan soft skill maupun hard skill para peserta didik. Seperti yang ada di negara swiss, di negara ini sangat

identik dengan sekolah asrama yang berkualitas dan bermutu tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut, Leysin American School adalah sekolah berasrama internasional yang telah menghadirkan pengalaman pendidikan untuk memperkaya pengetahuan kepada Siswa sejak 1961. Idealnya melibatkan akademisi di dalam kelas hingga pembelajaran berdasarkan pengalaman dalam perjalanan budaya internasional, kami percaya dalam menyatukan siswa dari seluruh dunia dan memberi mereka pendidikan yang memicu keingintahuan mereka dan mendorong mereka untuk menjadi warga global terbaik yang mereka bisa.

LAS "Leysin American School"; menawarkan program siswa yang menantang secara akademis, berdasarkan tujuan yang realistis, untuk mempersiapkan mereka untuk studi universitas. Hal ini menyebabkan hampir 100% siswa melanjutkan pendidikan universitas, 80% di antaranya bersekolah di Universitas di AS. Di LAS, siswa melakukan program pembelajaran, olahraga, rekreasi, dan perjalanan budaya yang seimbang, didukung oleh lingkungan yang stabil, penuh perhatian, dan kekeluargaan. Begitu pula dengan adanya Pesantren, dengan kemandiriannya, ia akan menjadikan sebagai lembaga pendidikan yang otonom, baik dari sistem pembelajaran maupun pendanaan. Maka bagaimana pesantren mengatur keuangannya termasuk strategi yang digunakan dalam menghimpun dana demi kelanjutan proses pendidikan yang ada dalam pesantren. Kurangnya dana pesantren merupakan isu penting dan masalah yang signifikan dalam konteks pembiayaan. Sepintas, sumber dana pesantren bersumber hanya dari santri,

namun kenyataannya beberapa pesantren justru bisa tetap eksis hanya dengan sumber yang tersebut.

Pada tahap awal pendidikan di pesantren, fokus utamanya adalah mengajarkan ilmu-ilmu agama melalui kitab-kitab klasik atau kitab kuning. Ilmu agama diajarkan dalam berbagai bentuk, seperti wetonan, sorogan, hafalan, dan muzakarah. Namun, seiring masuknya ide-ide pembaruan pemikiran Islam ke Indonesia, terjadi perubahan dalam sistem pendidikan pesantren. Pendidikan pesantren yang awalnya berorientasi pada ilmu agama mulai memasukkan mata pelajaran umum. Penambahan mata pelajaran umum ini diharapkan dapat memperluas pemahaman santri dan mempersiapkan mereka lebih baik menghadapi perkembangan zaman.

Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman Parung Bogor, yang didirikan oleh Abah (Habib Saggaf bin Mahdi bin Syekh Abi Bakar bin Salim) bersama istrinya Umi Waheeda, memiliki pendekatan pendidikan yang unik dengan mengkombinasikan unsur pendidikan agama, umum, dan kewirausahaan secara terpadu. Selain pembelajaran ilmu agama yang mencakup kitab-kitab salaf, santri juga diberikan pembelajaran keterampilan khusus seperti komputer, menjahit, teknisi, bahasa asing, dan lain-lain. Pesantren ini juga memiliki filosofi "Free and Quality Education Supported by Entrepreneurship," yang menekankan pendidikan kewirausahaan sebagai bagian integral dari proses pembelajaran. Melalui berbagai usaha seperti pabrik roti, air dalam kemasan, tahu, tempe, susu kedelai, dan lain-lain, pesantren ini berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan kewirausahaan santri.

Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School adalah contoh nyata pesantren yang menggabungkan sistem pembelajaran salafiyah dengan pendidikan modern sesuai kurikulum Kementerian Pendidikan Nasional. Dengan jajaran pendidikan mulai dari tingkat PAUD, SD, SMP, SMA, hingga perguruan tinggi (STAI Nurul Iman), pesantren ini membentuk generasi santri yang dinamis dan siap menghadapi tantangan zaman. Di samping itu, pesantren ini juga memperkenalkan berbagai jurusan alternatif sesuai dengan potensi dan bakat santri.

Lemania International School Altdorf juga menjadi contoh sekolah internasional yang berfokus pada keunggulan akademis. Dengan pendekatan modern dan metode pengajaran yang ditujukan untuk sukses di dunia saat ini, sekolah ini menekankan pembangunan pribadi siswa untuk mencapai potensi sebenarnya. Dalam konteks pendidikan di pondok pesantren dan sekolah internasional ini, terdapat upaya untuk mendorong siswa untuk berpartisipasi aktif dan menghadapi tantangan di luar kelas. Mereka berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang mendorong pengembangan dan pertumbuhan pribadi setiap siswa.

Berdasarkan uraian ini, penulis mengangkat tema "Isu Global Marketing Pendidikan Dan Entrepreneurship Pendidikan WCE (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School Parung)."

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian adalah cara-cara terstruktur, terencana dan terprosedur untuk

melakukan sebuah penelitian ilmiah dengan memadukan semua potensi dan sumber daya yang telah disiapkan. (Mukhtar, 2013:8). Penelitian ini akan dilakukan di Pondok Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Parung. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pimpinan pondok pesantren, yayasan pondok pesantren, bendahara pondok pesantren, dewan guru pondok pesantren dan bagian administrasi.

Teknik pengumpulan data merupakan satu hal yang sangat penting bagi sebuah penelitian sehingga data yang di peroleh benar-benar sesuai dengan judul yang ditentukan. Seperti yang telah di ungkapkan oleh Sugiyono bahwa teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), dokumentasi. (Sugiyono, 2009:62-63).

Aapun teknik analisis data peneliti menggunakan metode analisis model analisis interaksi atau *interactive analysis models* dengan langkah-langkah yang ditempuh yaitu Pengumpulan Data (*Data Collection*) merupakan yang berlangsung sepanjang penelitian dengan menggunakan seperangkat instrument yang telah disiapkan, guna untuk memperoleh informasi data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Mukhtar, 2007:141). Kemudian dilanjutkan dengan Reduksi Data (*Data Reduction*) yang akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan. Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami dan mengambil tindakan. (Sugiyono, 2009:330). Setelah

dilakukan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau *Verification*.

Uji keterpercayaan data yang digunakan adalah triangulasi teknik. Menurut Sugiyono, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi marketing pendidikan dan interpreneurship pendidikan di pondok pesantren Nurul Iman Parung

Menurut The American Marketing Association dalam jurnal yang ditulis oleh Imam Faizin, pemasaran adalah suatu proses perencanaan yang melibatkan eksekusi konsep, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, serta jasa. Tujuan dari proses ini adalah menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan kebutuhan individu dan organisasi. (Imam Faizin, 2017:263).

Pendidikan adalah upaya yang disadari dan direncanakan untuk menciptakan lingkungan belajar dalam proses pembelajaran. Tujuannya adalah agar peserta didik dapat aktif mengembangkan potensi dirinya, termasuk kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk kepentingan pribadi, masyarakat, bangsa, dan negara.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan melibatkan proses penetapan tujuan dan sasaran dalam suatu sistem kegiatan bisnis. Sistem ini dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, melakukan promosi, dan

mendistribusikan barang dan jasa dalam konteks pendidikan, dengan maksud menarik dan memuaskan pelanggan. Dalam kerangka bauran pemasaran, terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal sebagai 4P, yang mencakup produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi. Sedangkan dalam pemasaran jasa, terdapat beberapa alat pemasaran tambahan, termasuk orang, fasilitas fisik, dan proses, sehingga konsep ini dikenal dengan istilah 7P. (Kotler, 2012:62).

Kebenaran yang terjadi di lingkungan pondok pesantren nurul iman parung mengenai tentang marketing pendidikan, hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ust. Ali selaku Waka kurikulum pondok pesantren nurul iman parung. Memang dalam dunia pendidikan sangat di butuhkan marketing untuk menarik konsumen agar tertarik dengan produk kita atau sekolah kita, di sini pada awalnya marketing pendidikan hanya dilakukan di kalangan masyarakat saja belum ke masyarakat secara luas, untuk menarik santri dari kalangan masyarakat dari sabang sampai merauke kami hanya melalui pesan yang di sampaikan oleh santri ketika pulang kampung dan jika ada yang tertarik maka akan di bawa untuk menuntut ilmu di pondok pesantren kami.

Dari uraian di atas terlihat bahwa strategi marketing dalam dunia pendidikan untuk memperkenalkan pondok pesantren nurul iman secara luas di kalangan masyarakat hanya dilakukan melalui mulut ke mulut melalui santri-santri ketika pulang kampung dan belum dilakukan pemasaran secara luas sebelumnya.

Strategi pemasaran yang efektif bagi lembaga pendidikan Islam melibatkan pengembangan merek yang kuat, penekanan pada nilai-nilai Islam, dan

pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran. Pentingnya strategi pemasaran untuk lembaga pendidikan Islam terletak pada usaha untuk menjangkau lebih banyak calon siswa dan mempertahankan siswa yang sudah terdaftar dengan menyediakan layanan pendidikan yang berkualitas dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap lembaga pendidikan Islam, maka semakin penting bagi lembaga tersebut untuk mengadopsi strategi pemasaran yang sesuai dan berhasil (Latifah, 2022:22).

Dalam upaya mempromosikan lembaga pendidikan Islam, strategi pemasaran harus dapat mengomunikasikan nilai-nilai dan keunggulan yang dimiliki oleh lembaga tersebut. Ini akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan lembaga pendidikan Islam dan mempermudah calon siswa dalam memilih lembaga yang sesuai untuk kebutuhan mereka. Namun, pentingnya strategi pemasaran tidak hanya terbatas pada promosi semata. Strategi pemasaran juga berperan membantu lembaga pendidikan Islam dalam mengenali kebutuhan pasar dan merancang layanan pendidikan yang sesuai dengan harapan calon siswa. Dengan memahami kebutuhan pasar, lembaga pendidikan Islam dapat memperluas cakupan dan meningkatkan kualitas layanan yang disajikan. Dalam menjawab kebutuhan dan menghadapi persaingan di industri pendidikan, strategi pemasaran menjadi fokus utama bagi lembaga pendidikan Islam. Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu diperbarui dan disesuaikan secara terus-menerus dengan tren dan perkembangan pasar serta profil calon siswa.

Berikut juga yang di sampaikan oleh salah satu dosen stai nurul iman mengenai marketing dan pemasaran di pondok pesantren nurul iman parung

Benar apa yang di sampaikan oleh ust ali selaku waka kurikulum pesantren bahwa pondok pesantren nurul iman parung pada awalnya tidak melakukan marketing atau pemasaran secara luas mengenai pondok pesantren, kita hanya mengandalkan santri saja ketika mereka pulang ke kampung halamannya maka mereka bisa menceritakan kepada masyarakat lain tentang pondok pesantren nurul iman parung dan begitu juga untuk sekolah TK dan paud hanya melalui cerita orangtua saja tapi semenjak terjadi wabah covid barulah kami melakukan marketing atau pemasaran melalui media sosial karena dampak covid selama 2 tahun kami meliburkan santri sangat terasa ketika itu, maka pihak pondok berinesiatif untuk melakukan marketing atau pemasaran melalui media sosial baik itu facebook, google, instagram dan youtube tapi kami tidak melakukan pemasaran atau marketing melalui spanduk dan brosur yang di sebar ke masyarakat.

Pemaparan di atas dapat penulis ambil bahwa marketing secara meyeluruh kepada masyarakat luas belum di adakan seperti brosur dan spanduk tentang pondok pesantren tapi marketing pondok berjalan juga melalui media sosial.

2. Tujuan pendidikan kewirausahaan di Pesantren al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School Parung Bogor

Pendidikan entrepreneur adalah kerangka pendidikan yang mengarahkan peserta didik untuk bisa cepat dalam memahami dan menelisik kebutuhan sosial sekitar. Peserta didik diharapkan

dapat menggali potensi dirinya dengan sedemikian mendalam dan serius.

Sejak munculnya desentralisasi pendidikan yaitu segala bentuk kebijakan-kebijakan akan diatur oleh setiap lembaga pendidikan masing-masing. Hal ini akan membuat setiap penyelenggara pendidikan lebih leluasa dalam hal mengembangkan kreatifitas dan meningkatkan mutu pendidikan tersebut, sama halnya dengan pondok pesantren Nurul Iman Parung. Program pendidikan kewirausahaan di Pesantren al-Ashriyyah Nurul Iman berawal dari ide pendirian yang muncul sebagai respons terhadap kasus kerusakan Semanggi pada 12 Mei 1998, yang menyebabkan kemerosotan ekonomi di Indonesia. Kejadian ini ditandai dengan banyaknya remaja yang terpaksa putus sekolah, krisis moral, dan tingginya tingkat pengangguran sebagai dampak dari krisis moneter.

Menghadapi masalah ini, Syekh Habib Saggaf memutuskan untuk mendirikan pesantren dengan pendekatan kewirausahaan. Tujuan utama pendirian pesantren ini adalah untuk memberikan pendidikan keagamaan, membentuk akhlak mulia, dan membantu masyarakat yang tidak mampu dengan menyediakan pendidikan gratis. Dengan niat yang luhur, beliau mendirikan pesantren dan sekolah di Kabupaten Bogor, tepatnya di Desa Waru Jaya, Kecamatan Parung, Jawa Barat, yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai peternak dan petani. Mencetak generasi yang mahir dalam bidang kewirausahaan bukanlah tugas yang mudah, menghadapi berbagai kesulitan dan kegagalan merupakan bagian dari proses percobaan. Hal ini juga berlaku untuk sekolah bisnis yang berusaha mengarahkan siswanya

menjadi wirausahawan yang ahli dan inovatif.

Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan yang terarah dan tepat. Peran pondok pesantren, seperti Pondok Pesantren Nurul Iman Islamic Boarding School, sangat penting dalam membina santri. Pondok pesantren ini berhasil menyatukan pendidikan agama dengan ilmu umum, di mana santri mendapatkan pelajaran ilmu umum di pagi hari, sementara di siang hari fokus pada pembelajaran ilmu agama ditekankan melalui studi kitab-kitab sebagai bagian dari pendidikan di Pondok Pesantren Nurul Iman.

Selain itu, pendidikan keterampilan juga menjadi fokus utama dengan memasukkan berbagai jenis kewirausahaan ke dalam kurikulum. Pencapaian ini sejalan dengan misi Pondok Pesantren Nurul Iman, yang bertujuan memberikan pengetahuan keterampilan produksi kepada santri untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan. Tujuan ini diharapkan dapat menciptakan santri yang menjadi penggerak positif dalam kehidupan sosial di masa depan. Sama seperti yang di jelaskan oleh salah satu dosen di STAI Nurul Iman Parung

Pondok Pesantren Nurul Iman Islamic Boarding School menggabungkan prinsip-prinsip pendidikan salafi dan modern secara terintegrasi. Dalam konteks pendidikan salafi, santri didorong untuk memahami kitab-kitab klasik dengan bimbingan langsung dari pengasuh, serta dibantu oleh ustad dan ustadzah. Selain itu, pendekatan pendidikan modern juga diterapkan di pondok pesantren ini. Santri diperkenalkan pada pengetahuan umum dan kemajuan teknologi. Pendidikan kewirausahaan menjadi fokus utama untuk setiap santri, dengan tujuan agar mereka

dapat mengembangkan jiwa dan keterampilan berwirausaha secara menyeluruh.

Memberikan pendidikan secara optimal dengan pendekatan yang bijaksana merupakan modal utama yang terstruktur di dalam diri santri, sehingga mereka mampu menerapkan pengetahuan dunia dan akhirat serta mewujudkannya dalam masyarakat. Fokus utamanya adalah menyiapkan generasi penerus yang memiliki penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), semangat juang yang tinggi, kreativitas, inovasi, dan tetap mempertahankan iman dan taqwa yang kokoh.

Ustaz Ali juga menyampaikan bahwa kewirausahaan di Pondok Pesantren Nurul Iman Parung sangat mendukung kemampuan santri, terutama ketika mereka berada di luar pondok. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan mereka dalam menghadapi masyarakat, bersaing di dunia pendidikan, dan berwirausaha. Keterampilan kewirausahaan ditanamkan kepada peserta didik sejak tingkatan aliyah hingga perguruan tinggi. Pendidikan ini diperkenalkan pada tingkatan yang lebih rendah dan kemudian diajarkan, dengan harapan menghasilkan produk-produk yang dapat dipamerkan dalam acara besar, baik tingkat nasional maupun internasional. Dari uraian di atas, penelitian mencatat bahwa selain memberikan dukungan bagi karier santri di luar pondok pesantren, program kewirausahaan di Pondok Pesantren Nurul Iman juga bertujuan untuk membekali mereka dengan tanggung jawab dalam mengelola hal-hal besar yang akan dihadapi di masyarakat. Pemberdayaan santri tidak hanya terbatas pada aspek pendidikan dan keagamaan, tetapi juga melibatkan pelatihan kewirausahaan. Salah satu dewan pembimbing kewirausahaan menyatakan

bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan studi sarjana diwajibkan mengabdikan diri selama dua tahun. Tujuan pengabdian ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dan memperoleh pengalaman sebelum lulus.

Pondok Pesantren Nurul Iman tidak hanya memikirkan persaingan santri di dunia kerja atau masyarakat luar, tetapi juga menciptakan inovasi di bidang pendidikan. Meskipun memiliki puluhan ribu santri, pesantren ini mampu menyediakan pendidikan gratis dengan membiayai lewat hasil usaha kewirausahaan atau entrepreneurship. Melalui kerjasama dengan keluarga Cendana dan usaha tambang batubara, pesantren dapat memenuhi segala kebutuhan santri di Pondok Pesantren Nurul Iman Parung.

3. Pelaksanaan marketing pendidikan dan entrepreneurship pendidikan WCE di Pondok Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School Parung

Manajemen pengelolaan yang handal dan terorganisir dengan baik sangat penting meskipun produk suatu lembaga memiliki kualitas yang sangat baik. Pondok pesantren, sebagai lembaga yang memiliki potensi untuk berkontribusi pada regenerasi mutafaqquhfi ad-din, memiliki peran yang signifikan dan terbukti. Selain berperan sebagai lembaga pendidikan, pesantren juga berkontribusi besar dalam pemberdayaan santri, terutama bagi mereka yang telah aktif terlibat dalam masyarakat. Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School, yang saat ini menampung 18.000 santri, memiliki alasan mendasar mengapa pemberdayaan pesantren lebih efektif dalam memberdayakan santrinya dibandingkan dengan sekolah

konvensional. Ini disebabkan oleh manajemen pengelolaan yang tertata rapi, didukung oleh keberadaan santri yang tinggal menetap 24 jam di pondok.

Selain itu, sebagai lembaga swasta dengan mayoritas orang tua murid berasal dari lapisan ekonomi menengah ke bawah, Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School terus berusaha untuk mandiri dan inovatif dengan mendirikan unit-unit usaha kewirausahaan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam usaha ini, manajemen strategis yang terorganisir dan terarah dalam pemberdayaan kewirausahaan santri sangat diperlukan.

Pondok pesantren ini melaksanakan fungsi manajemen dengan langkah-langkah yang teratur, di antaranya adalah perencanaan. Perencanaan dianggap sebagai dasar dari seluruh fungsi manajemen sumber daya manusia. Pendidikan kewirausahaan untuk santri dimulai sejak awal perkuliahan, di mana mereka diperkenalkan dengan teori kewirausahaan.

Pada akhir semester, mereka diminta untuk melakukan observasi langsung ke berbagai unit usaha dan mengevaluasi kinerja setiap unit wirausaha. Hal ini dapat dilakukan dengan mudah karena tempat tinggal santri tidak jauh dari asrama mereka.

Pengenalan teori kewirausahaan sejak awal masuk kuliah, meskipun bersifat mendasar, memiliki manfaat sebagai bekal bagi mahasiswa sebelum mereka terlibat langsung dalam praktik di setiap unit usaha yang akan mereka tempati. Selanjutnya, dalam proses perekrutan anggota pengabdian, Setiap akhir tahun, pondok pesantren telah menyiapkan calon santri yang akan bergabung dengan kegiatan pengabdian. Sebelum memasuki tahun ajaran baru, perekrutan calon anggota

pengabdian telah disiapkan untuk berbagai bidang utama di pondok. Koordinasi dilakukan dengan setiap bidang, dan sebelum menjadi anggota tetap dengan status magang, santri telah melalui pelatihan dalam pembuatan tahu dan tempe. Mereka yang memenuhi kriteria pelatihan akan dipilih sebagai anggota. Dapat diamati bahwa setelah mahasiswa menyelesaikan magangnya di setiap unit tertentu, kemampuan yang telah dimiliki akan terlihat, dan ini akan membantu mengarahkan pengembangan keterampilan sesuai dengan unit usaha terkait, dan di sampaikan juga mengenai marketingnya dalam dunia pendidikan.

Kalau untuk marketing di dunia pendidikannya kami mengusungkan media sosial sebagai wadah untuk menyampaikan kepada masyarakat bahwa ada pondok pesantren yang di dalamnya memiliki kewirausahaan dan tidak hanya berbicara tentang pendidikan saya dan melalui event-event baik bekerjasama dengan kementerian pendidikan ataupun kementerian pendidikan di samping mempromosikan hasil usaha yang sudah di olah kami juga memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa produk-produk yang kami pasarkan ini dari pondok pesantren nah dari situlah nanti bakalan memberikan hal yang bisa menarik konsumen untuk menitipkan anaknya di pondok pesantren kami.

Dapat di tarik kesimpulan bahwa dengan adanya interpreneurship, Pesantren nurul iman parung ketika mengikuti event-event besar tidak hanya memperkenalkan atau mamarketkan produk saja melainkan juga memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang perkembangan pondok pesantren nurul iman sendiri. Dengan adanya kewirausahaan tentunya ada yang memperkuat di belakang berdirinya pondok

pesantren nurul iman parung ini, seperti bekerja sama dengan lembaga lain sebagai penunjang.

Tentunya dengan adanya WCE dapat lebih meningkatkan perkembangan pondok pesantren nurul iman parung di kalangan masyarakat, apalagi ketika hendak melakukan kerjasama dengan instansi-instansi di luar negeri tentunya membutuhkan skill bahsa yang baik serta ketika ada santri yang di datangkan dari luar negeri untuk menuntut ilmu di pesantren nurul iman para santri langsung bisa berkomunikasi dengan baik dan benar tanpa penghalang komunikasi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, SR (2018). Pendidikan Kewirausahaan di Pesantren Sirajul Huda. *Jurnal COMMEDU*, 1(2), 83.
- Asmani, A. M. (2003). Dialektika Pesantren dengan Tuntutan Zaman, dalam *Seri Pemikiran Pesantren. Menggagas Pesantren Masa Sepan*. Yogyakarta: Qirtas.
- Buchari Alma, (2009), *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Chotimah, C. (2014). Pendidikan Kewirausahaan di Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(1).
- Dedy Takdir S, dkk, (2015), *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya.
- Emzir (2010), *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press.
- Fuji Koes, Ciri Umum, Karakteristik dan Nilai Hakiki Kewirausahaan,(online) tersedia: <https://Wordpress.Com/Perihal/Ciri-Umum-KarakteristikDan-Nilai-Hakiki-Kewirausahaan/>. (29 April 2016).
- Hoernasih, N. (2017). Penerapan Nilai-Nilai Agama Islam dalam Menerbitkan Pendidikan Kewirausahaan di Pondok Pesantren. *Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu*, 1(1), 95.
- Kasmir, Kewirausahaan, Raja Grafindo Utama, Jakarta, 2006. _____, *Kewirausahaan-Edisi Revisi*, Raja Grafindo Persada, Depok, 2013 Cet. VIII.
- Lexy J. Moleong, (2010), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Mukhtar, (2013), *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, Jakarta: Referensia/ GP. Press Group.
- Nadzir, M. (2015). Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren. *Jurnal Conomica*, 6(1).
- Pierre-Andre Julien, (2007), *A Theory of Local Entrepreneurship in the Knowledge Economy, USA*: Edward Elgar Publishing Limited.
- Sugiyono. (2015), *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kualitatif Kuantitatif. dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wahidah Evita Yuliatul, Reontruksi Pendidikan Pesantren, Mibarda Pustaka Utama, Kudus, 2016.