

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-Undang Dasar 1945 telah mengamanatkan pemerintah untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal tersebut jelas tertuang dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 pada alenia keempat.

Dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa tersebut, pemerintah bersama rakyat, melalui Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), telah menetapkan arahan dan tujuan pendidikan nasional melalui pasal 3 Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU SISDIKNAS) No. 20 Tahun 2003 yaitu menjadikan peserta didik beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, demokratis, dan bertanggung jawab.

Berkaitan dengan tujuan pendidikan tersebut maka pendidikan yang menekankan pada pendidikan yang beriman dan bertakwa kepada Allah swt. merupakan keniscayaan. Oleh karena itu semua aspek pendidikan harus berlandaskan kepada keimanan dan ketakwaan kepada Allah swt. Dengan landasan keimanan dan ketakwaan tersebut diharapkan dapat menghasilkan manusia-manusia yang berakhlak mulia.

Untuk menjamin hak rakyat dalam mendapatkan pendidikan yang berlandaskan keimanan dan ketakwaan tersebut tertuang dalam pasal 12 ayat 1 poin (a) UU SISDIKNAS No. 20 Tahun 2003 yang berbunyi “Setiap peserta didik pada setiap satuan pendidikan berhak: (a) mendapatkan pendidikan agama sesuai dengan agama yang dianutnya dan diajarkan oleh pendidik yang seagama; ...” (Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 pasal 12 ayat 1) Pasal tersebut memberikan kebebasan kepada rakyat, dalam

hal ini peserta didik, untuk mendapatkan pendidikan dan pengajaran agama sesuai agama yang dianutnya dan diajarkan oleh guru yang seagama dengan peserta didik. Di sisi lain, pemerintah memiliki kewajiban untuk menyediakan perangkat pendidikan yang berlandaskan keagamaan sesuai dengan agama peserta didik termasuk di dalamnya adalah guru yang seagama dengan peserta didik.

Dalam hal pendidikan agama, khususnya pendidikan agama Islam, secara historis Indonesia telah memiliki sebuah lembaga pendidikan yang dinamakan pondok pesantren, selanjutnya disebut pesantren. Keberadaan pesantren pada awal kehadirannya merupakan sebuah bentuk pendidikan Islam tradisional khas Indonesia.

Dalam sebuah kajian yang dilakukan Kementerian Agama disebutkan bahwa pesantren merupakan perpaduan dari dua budaya, yaitu budaya Jawa dan dunia Islam (Asrahah et al., 2002: 28). Kajian tersebut dapat dipahami mengingat penyebaran agama Islam di Jawa cukup pesat terutama pada masa-masa kepemimpinan Wali Songo meskipun sejarah mengakui bahwa masuknya Islam ke Indonesia melalui semenanjung Aceh.

Perpaduan dua budaya tersebut menjadikan pesantren merupakan sebuah tradisi keilmuan Islam yang dalam perkembangannya tradisi tersebut menjadi sebuah lembaga pendidikan Islam asli Indonesia dan merupakan warisan budaya bangsa Indonesia (Dhofier, 2011: 41). Tradisi keilmuan tersebut menjadi ciri umum pesantren yang memiliki lima komponen yaitu kiai, santri, masjid, pondok, dan pendidikan agama.

Kyai adalah seseorang yang memiliki keahlian di bidang ilmu agama yang memiliki posisi sebagai pimpinan pesantren, bahkan ada beberapa kyai yang juga bertindak sebagai pendiri dan pemilik sebuah pesantren. Hal ini umumnya terdapat pada pesantren-pesantren *salafiyah* (tradisional), sementara pada pesantren-

pesantren *khalafiyah* (modern), kepemilikan dan pendiri pesantren tidak selalu bertindak sebagai kyai. Namun demikian kedua jenis pesantren tersebut memiliki kesamaan, yaitu pesantren dipimpin oleh seorang kyai.

Berdasarkan kelembagaan terdapat pesantren tradisional (*salafiyah*) dan pesantren modern (*khalafiyah*). Penggolongan ini dikelompokkan berdasarkan tidak saja pada sistem pengelolaan pesantren melainkan juga pada sistem pembelajaran yang diberikan kepada santri.

Sistem pengelolaan pada pesantren tradisional relatif sederhana dan tidak memiliki hirarki yang jelas dan terstruktur. Oleh karena itu pada pesantren tradisional kyai memiliki otoritas penuh terhadap semua kebijakan di pesantren, sekalipun ada staf atau pembantu kyai umumnya hanya sebatas membantu dalam memberikan pengajaran saja bukan pada pengelolaan administrasi pesantren. Oleh karena itu sistem layanan pesantren pada pesantren tradisional tidak menggunakan manajemen modern. Hal tersebut dapat terlihat pada kebersihan, kenyamanan, kesehatan, dan keamanan di pesantren yang cenderung tidak dikelola dengan baik. Sedangkan dalam sistem pengajarannya menggunakan metode *sorogan* dan *bandongan*.

Sorogan adalah sistem belajar yang dilakukan oleh santri dengan membawa kitab yang dipelajarinya kepada kyai/ustadz secara individual dengan tatap muka dan berhadapan langsung dengan kyai/ustadz, sedangkan *bandongan* adalah sistem belajar yang dilakukan di mana kyai/ustadz membacakan kitab tertentu dan menerjemahkannya serta menjelaskan seperlunya di hadapan sejumlah santri sementara santri mendengar, mencatat, dan memberi tanda pada kitabnya agar suatu saat nanti santri dapat membaca dan memahaminya kembali.

Pada awal keberadaannya pesantren tradisional tidak menyediakan pendidikan formal seperti SD, SMP, maupun SMA namun seiring dengan kebutuhan masyarakat saat ini sudah banyak pesantren tradisional yang telah menyelenggarakan pendidikan formal (sekolah). Sekalipun pesantren tersebut sudah menyelenggarakan pendidikan formal namun dalam pengelolaannya masih terpisah antara pesantren dan sekolah.

Lain halnya dengan pesantren modern (*pesantren khalafiyah*), pengelolaan pesantren dilakukan dengan menggunakan manajemen modern. Layanan pesantren seperti kenyamanan dan kebersihan di lingkungan pesantren bahkan kesehatan menjadi perhatian pengelola pesantren. Pesantren modern juga melakukan integrasi dalam sistem pembelajarannya yang memadukan pendidikan agama dengan pendidikan umum. Program tersebut biasanya dinamakan pendidikan *mu'allimin*.

Dalam menjalankan kegiatan di pesantren modern, umumnya kyai dibantu oleh beberapa staf, baik staf administrasi maupun staf pengajar, yang disebut dengan istilah ustadz. Jika seseorang yang mengajar di pesantren memiliki sebutan ustadz (untuk guru laki-laki) atau ustadzah (untuk guru perempuan) maka orang yang belajar disebut dengan santri. Dengan demikian, jika sekolah formal dikenal dengan istilah pendidik, tenaga kependidikan, dan siswa, maka dalam tradisi pesantren hanya mengenal istilah ustadz (pendidik, dan/atau tenaga kependidikan) dan santri.

Pada awal kehadirannya, pesantren hanya memberikan pendidikan agama yang oleh Dhofier (2011: 41) disebut sebagai pengajaran kitab-kitab Islam klasik. Sejalan dengan perkembangan sosial masyarakat terhadap kebutuhan keilmuan maka dalam perkembangannya pesantren tidak saja mengajarkan pendidikan agama melainkan pendidikan yang umumnya diajarkan di sekolah-sekolah. Oleh sebab itu

kemudian banyak pesantren yang mendirikan lembaga-lembaga pendidikan formal mulai dari pendidikan usia dini hingga perguruan tinggi, baik lembaga pendidikan formal yang berafiliasi ke kementerian agama seperti Raudhatul Athfal (RA), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs.), dan Madrasah Aliyah (MA), maupun lembaga pendidikan formal yang berafiliasi ke kementerian pendidikan nasional seperti Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), maupun Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Perkembangan tersebut tidak saja terbatas pada keterlibatan pesantren secara langsung dalam pendidikan formal, melainkan timbulnya modernisasi pendidikan Islam dan perubahan sosial ekonomi yang meliputi pembaruan pada materi pendidikan di pondok pesantren, metodologi pendidikan, serta fungsi pendidikan yang tidak hanya fokus pada masalah agama melainkan juga dalam hal perkembangan sosial ekonomi (Gamal Abdul Nasir Zakaria, 2010: 48–49).

Hal tersebut kemudian didukung oleh kebijakan pemerintah yang menjadikan pesantren sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional. Hal tersebut sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) Tahun 2003 Pasal 30 ayat 4 dan diperkuat oleh Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 2007 tentang pendidikan agama dan pendidikan keagamaan. Kesetaraan pesantren dengan lembaga pendidikan lainnya diperkuat oleh peraturan pemerintah tersebut khususnya pasal 11 ayat 1 yang berbunyi:

Peserta didik pada pendidikan keagamaan jenjang pendidikan dasar dan menengah yang terakreditasi berhak pindah ke tingkat yang setara di Sekolah Dasar (SD), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat setelah memenuhi persyaratan. (PP No. 55 Tahun 2007 pasal 11 ayat 1)

Peraturan pemerintah tersebut di satu sisi memberikan pengakuan formal terhadap keberadaan pesantren sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional dan di sisi lain menjadikan pesantren memiliki daya saing dengan lembaga pendidikan yang bukan pesantren. Namun demikian untuk mendapatkan daya saing (*competitive advantage*) tersebut pesantren harus dikelola dengan baik dan profesional.

Berdasarkan data EMIS (*Education Management Information Systems*) Kementerian Agama pada tahun 2008/2009 jumlah pesantren di Indonesia tercatat sebesar 21.521 pesantren dengan jumlah santri sebesar 3.818.469 santri yang tersebar dari Aceh hingga Papua yang berarti rasio pesantren dan santri di Indonesia adalah 1:177. Pada tahun 2009/2010 tercatat 25.785 pesantren dengan jumlah santri sebanyak 3.652.083 atau rasionya sebesar 1:142. Rasio tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pertumbuhan pesantren di Indonesia yang rata-rata mencapai 12,09% per tahun pada 5 (lima) tahun terakhir tidak diikuti oleh tingkat pertumbuhan santri yang hanya 3,67% per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadinya persaingan antarpesantren yang cukup tinggi untuk mendapatkan santri. Oleh karena itu pesantren harus memiliki strategi yang tepat agar mendapatkan jumlah santri yang lebih banyak.

Dalam posisinya sebagai lembaga pendidikan di Indonesia, pesantren juga dihadapkan pada persaingan tidak hanya dengan lembaga pesantren itu sendiri melainkan dengan lembaga pendidikan lainnya seperti madrasah dan sekolah-sekolah umum. Lembaga pendidikan perspektif manajemen dapat dianggap sebagai lembaga penyedia jasa sedangkan masyarakat pengguna lembaga pendidikan dalam hal ini adalah siswa atau santri, adalah sebagai pelanggannya. Menurut Sallis (2002: 22) siswa adalah pelanggan utama (*primary customer*) dari jasa pendidikan. Oleh

karena itu fokus pada kebutuhan dan keinginan siswa atau santri sebagai pelanggan utama menjadi hal yang penting.

Dengan demikian, dalam konteks ini pesantren sebagai lembaga penyedia jasa perlu meningkatkan upaya minat santri sebagai pelanggannya dengan berbagai macam strategi, salah satunya melalui peningkatan loyalitas santri. Oleh karena itu menjaga serta meningkatkan loyalitas santri (*customer loyalty*) menjadi hal yang sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Loyalitas pelanggan pada suatu lembaga pendidikan dapat terwujud apabila lembaga pendidikan tersebut fokus pada pelanggan sehingga mampu mendorong minat siswa untuk memilih lembaga tersebut dan memberikan informasi positif kepada orang lain (*getok tular*). *Getok tular* (*word of mouth*) juga dapat mengurangi biaya promosi karena informasi tentang lembaga pendidikan didapat dari mulut ke mulut.

Seperti halnya Pesantren Darunajah Jakarta yang terletak di Jl. Ulujami Pesanggrahan Jakarta Selatan, pada tahun pelajaran 2012/2013 memiliki jumlah santri sebanyak 2304 orang untuk tingkat Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, dan SMA. Secara formal, pesantren Darunajah memiliki jenjang pendidikan mulai dari kelompok bermain (*playgroup*) hingga perguruan tinggi. Namun demikian saat ini santri (siswa yang tinggal di asrama) adalah santri yang sekolah pada jenjang Madrasah Tsanawiyah (MTs.), Madrasah Aliyah (MA), dan Sekolah Menengah Atas (SMA).

Berdasarkan jumlah santri yang masuk pesantren Darunajah terjadi peningkatan dari tahun ke tahun, terutama dalam tiga tahun terakhir sebagai mana disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Jumlah santri Pesantren Darunnajah dalam empat tahun terakhir

Tahun Pelajaran	Jumlah Santri		
	L	P	TOTAL
2009/2010	964	941	1905
2010/2011	1004	999	2003
2011/2012	1034	1090	2124
2012/2013	1089	1214	2304

Sumber: sekretaris Pesantren Darunnajah 2012

Data di atas menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan jumlah santri pada tahun pelajaran 2010/2011, 2011/2012, dan tahun pelajaran 2012/2013 masing-masing adalah sebesar 5.14%, 6.04%, dan 8.47%. Tingkat pertumbuhan yang positif tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih menjadikan Pesantren Darunnajah sebagai alternatif pilihan untuk sekolah.

Pondok pesantren Darunnajah memiliki sistem pendidikan enam tahun yang disebut dengan pendidikan *Tarbiyatul Mu'allimin/at al-Islamiyah* (TMI). Program pendidikan ini memadukan jenjang pendidikan menengah pertama atau madrasah tsanawiyah (MTs.) dan pendidikan menengah atas atau madrasah aliyah (MA). Artinya lulusan santri pesantren Darunnajah adalah santri yang telah menyelesaikan pendidikan TMI selama enam tahun, mulai dari tingkat menengah pertama sampai tingkat menengah atas.

Namun demikian, sebagian santri memilih keluar setelah menyelesaikan pendidikan pada jenjang MTs yang artinya mereka hanya mengikuti pendidikan selama tiga tahun. Berdasarkan informasi dari tata usaha diperoleh data bahwa pada tahun pelajaran 2011/2012 jumlah santri yang memilih keluar dari pesantren Darunnajah dan tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan menengah atas pada institusi yang sama adalah sebanyak 172 santri dari 382 santri lulusan MTs. atau 45,03% santri lulusan

MTs. di pesantren Darunnajah lebih memilih institusi pendidikan (sekolah atau pesantren) yang lain untuk melanjutkan studinya. Jumlah tersebut meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 43,20%.

Dalam perspektif pemasaran, jumlah pelanggan yang beralih tersebut merupakan kehilangan proporsi laba yang cukup besar, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Griffin (Griffin, 2002), kehilangan pelanggan merupakan pedang bermata dua, selain kehilangan profit organisasi juga dapat membahayakan masa depan organisasi karena berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang negatif.

Dalam konteks pendidikan laba yang dimaksud dapat dipahami sebagai pendapatan lembaga pendidikan yang kemudian digunakan untuk membiayai semua kegiatan di lembaga pendidikan tersebut seperti gaji pendidik dan tenaga kependidikan, pengembangan fasilitas pendidikan, dan pengembangan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan yang pada akhirnya ditujukan untuk meningkatkan hasil pendidikan yang bermutu.

Pada kajian awal tentang pemasaran disebutkan bahwa pelanggan yang tidak lagi menggunakan jasa pada institusi yang sama biasanya disebabkan karena pelanggan merasa tidak puas atas layanan yang dihasilkan oleh sebuah institusi.

Namun saat persoalan kepuasan pelanggan pendidikan, termasuk pesantren, belum dianggap cukup untuk melakukan penyelidikan penyebab pindahnya mereka ke pesantren atau lembaga pendidikan lain. Hal itu disebabkan karena santri, sebagai pelanggan pendidikan di pesantren, yang merasa puas belum tentu akan menggunakan layanan yang ditawarkan pesantren tersebut di masa mendatang, karena santri tersebut dapat saja beralih kepada pesantren atau sekolah lain yang memberikan kepuasan santri. Dengan kata lain, masalah kepuasan pelanggan tidak dapat menahan santri terhadap

“godaan” para kompetitor. Oleh karena itu pengukuran loyalitas santri sebagai pelanggan pesantren menjadi sangat penting.

Lebih lanjut persoalan loyalitas pelanggan menjadi kajian para ahli manajemen, khususnya bidang pemasaran, sebagaimana dikemukakan Kotler dan Amstrong (2012: 13) yang menyatakan bahwa tingkat loyalitas pelanggan disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan kinerja organisasi yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kinerja pesantren adalah dengan meningkatkan dan memperkuat loyalitas santri sebagai pelanggan yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing pesantren.

Menurut Setiawan (2011: 31) setidaknya terdapat empat faktor yang mendasari peningkatan profit tersebut dari pelanggan yang loyal, yaitu peningkatan pembelian oleh setiap pelanggan baik karena seiring bertambahnya jumlah keluarga maupun karena mereka semakin makmur. Kedua, biaya operasional yang berkurang, rekomendasi positif kepada yang lainnya sehingga menghemat biaya promosi, dan kesediaan pelanggan untuk membayar harga yang tinggi.

Dengan demikian, santri yang loyal tidak hanya menggunakan layanan pendidikan yang ditawarkan pesantren tersebut secara terus menerus tetapi yang terpenting adalah ia akan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Jika seorang santri yang memberikan rekomendasi kepada satu orang temannya dan kemudian menjadi pelanggan baru maka pesantren, sebagai lembaga pendidikan swasta, dapat meningkatkan penggalangan dana (*fundraising*) pada pesantren tersebut. Hal ini terus bertambah lagi jika jumlah yang direkomendasikan juga meningkat.

Kajian tentang loyalitas pelanggan (Setiawan, 2011: 25) pada dasarnya terbagi menjadi tiga kategori yaitu (1) loyalitas dipandang sebagai perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa, (2) loyalitas sebagai sikap yang mengkaji keterlibatan

psikologis, favoritisme, dan *sense of good will* atas produk atau jasa, dan (3) loyalitas sebagai integritas antara sikap dan perilaku.

Sebagai sebuah sikap dan perilaku tentu ada beberapa faktor yang mendahului sebelum timbulnya loyalitas pelanggan atau anteseden loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, kajian tentang anteseden loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan oleh para peneliti.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Helgesen dan Nettet (2007: 38) terhadap loyalitas mahasiswa Norwegian University College misalnya, menunjukkan bahwa ada 3 (tiga) faktor yang memberikan pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa di universitas tersebut, yaitu kualitas layanan (*service quality*), kepuasan (*satisfaction*), dan citra (*image*).

Sementara itu Méndez *et.al.* Mendez, Parraga, Kara, dan Urrutia (2009: 21) mengatakan bahwa persepsi kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa memberikan pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa yang dimediasi oleh tingkat kepercayaan dan komitmen.

Senada dengan Mendez dan Wong (2011: 3) mengajukan model penelitiannya yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan dengan komitmen hubungan (*relationship commitment*) antara mahasiswa terhadap institusi pendidikan sebagai mediasi.

Atas dasar permasalahan di atas, penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan pesantren, citra pesantren, dan kepuasan santri terhadap loyalitas santri di Pesantren Darunnajah layak untuk diteliti.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut: (1) Kultur akademik yang belum optimal. (2) Pengelolaan fasilitas sarana dan prasarana yang belum maksimal. (3) Sistem pengawasan yang belum

mendukung. (4) Kualitas layanan yang belum mendukung maksimal. (5) Citra pesantren yang belum mendukung. (6) Kepuasan santri yang belum maksimal. (7) Sistem pembinaan yang berkelanjutan yang belum mendukung.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan sebagaimana paparan di atas, maka penelitian ini dibatasi pada 3 (tiga) variabel yang diduga berpengaruh pada loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Kualitas layanan

Sebagai penyedia jasa murni (*pure service*) sudah seharusnya pesantren mengedepankan kualitas layanan dalam penyampaian layanan pendidikan. Layanan yang berkualitas menjadi 'nilai jual' pesantren untuk menarik banyak santri yang belajar di lembaga tersebut. Pesantren yang mampu menyampaikan layanan berkualitas tentu membuat santri sebagai pelanggan, menggunakan layanan pendidikan tersebut secara berkelanjutan yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka pesantren. Dengan demikian permasalahan kualitas layanan pada pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan menjadi hal yang krusial dalam peningkatan loyalitas santri.

Dalam beberapa literatur menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pendidikan (*customer loyalty*) dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013: 79) kualitas layanan merupakan salah satu prediktor kepuasan pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Leonard, Daryanto, Sukandar, dan Yusuf (2017: 65) dapat membuktikan secara empirik bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas siswa. Berdasarkan uraian tersebut pemilihan kualitas layanan sebagai salah satu batasan masalah dalam penelitian ini layak untuk diajukan.

2. Citra pesantren

Citra pesantren menjadi hal yang penting dalam menarik minat masyarakat untuk belajar di pesantren. Masyarakat tentu tidak akan tertarik pada pesantren yang memiliki citra negatif. Mereka akan mencari dan memilih pesantren atau lembaga pendidikan yang memiliki citra positif. Bagi pesantren menjaga citra lembaga agar tetap positif dalam pandangan *stakeholder* menjadi suatu keniscayaan untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan pendidikan.

Pada pesantren-pesantren yang mengandalkan pada kharismatik kyai, citra kyai menjadi dominan dan sangat bergantung kepada sosok kyai. Hal ini tidak saja memengaruhi dalam pengelolaan pesantren melainkan sosok kyai juga memberikan warna keilmuan yang berkembang di pesantren. Artinya kyai yang ahli pada bidang fikih misalnya maka pesantrennya akan menitikberatkan kepada fikih, begitu pula kyai yang ahli pada bidang tasawwuf, *nahwu* dan *sharaf* (ilmu tata bahasa Arab), dan lainnya turut memengaruhi kurikulum pengajaran di pesantren (Ahyadi, 2001: 33).

Pesantren yang bercorak pada figur kyai sebagaimana disebutkan umumnya akan meredup dan ditinggalkan oleh masyarakat di saat kyai meninggal dunia. Berbeda halnya dengan pesantren modern. Pesantren modern (*ashariyah*) menggunakan pengelolaan manajemen modern sehingga kekuatan pesantren bukan berada pada kharismatik kyai melainkan pada sistem tata kelola pesantren, salah satunya adalah pengelolaan citra organisasi.

Sebagai pesantren modern, kekuatan citra Pesantren Darunnajah tidak terletak pada sosok pimpinan (kyai) seperti umumnya pesantren-pesantren tradisional melainkan pada citra organisasi. Dalam hal ini, Pesantren Darunnajah telah cukup dikenal masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari tamu-tamu negara yang pernah singgah di

Pesantren tersebut seperti beberapa menteri Republik Indonesia, tamu negara asing seperti mantan Perdana Menteri Inggris, Tony Blair, duta besar Amerika Serikat untuk Indonesia, serta tamu-tamu negara dari Timur Tengah. Kunjungan tamu-tamu tersebut setidaknya dapat dipahami sebagai pengakuan mereka atas keberadaan Pesantren Darunnajah yang pada akhirnya dapat memberikan kesan positif dalam benak masyarakat terhadap Pesantren Darunnajah.

Penelitian tentang citra organisasi sebagai prediktor loyalitas pelanggan di lembaga pendidikan berhasil dibuktikan oleh Hoyt dan Howell. Dalam penelitiannya Hoyt dan Howell (2011) berhasil membuktikan adanya pengaruh citra organisasi terhadap loyalitas pelanggan pendidikan yang berarti bahwa citra organisasi memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pendidikan.

Berdasarkan hal tersebut pengukuran citra Pesantren Darunnajah perlu dilakukan sebagai anteseden dari loyalitas santrinya.

3. Kepuasan santri.

Tingginya jumlah santri yang melanjutkan studi ke lembaga pendidikan lain sebagaimana telah disebutkan diduga karena tingkat kepuasan santri atas layanan pendidikan yang diberikan oleh Pesantren Darunnajah belum maksimal sehingga mereka kemudian beralih ke lembaga pendidikan lainnya sebagai pilihan studi lanjut. Pengukuran kepuasan santri sebagai pelanggan pendidikan menjadi hal yang penting karena secara umum pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang telah mencapai kepuasan atas layanan yang diterima.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013) sesungguhnya pelanggan yang merasakan kepuasan atas layanan yang diterima berdampak kepada tingkat loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam hal santri sebagai pelanggan layanan pesantren, pentingnya melakukan penelitian tentang loyalitas santri melalui kepuasan santri atas layanan pesantren yang diterima menjadi sesuatu yang perlu dilakukan karena kepuasan santri merupakan salah satu prediktor loyalitas santri. Dengan demikian masalah kepuasan pelanggan pendidikan di Pesantren Darunnajah menjadi hal yang relevan dalam penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan pesantren berpengaruh langsung terhadap loyalitas santri?
2. Apakah citra pesantren berpengaruh langsung terhadap loyalitas santri?
3. Apakah kepuasan santri berpengaruh langsung terhadap loyalitas santri?
4. Apakah kualitas layanan pesantren berpengaruh langsung terhadap kepuasan santri?
5. Apakah citra pesantren berpengaruh langsung terhadap kepuasan santri?
6. Apakah kualitas layanan pesantren berpengaruh langsung terhadap citra pesantren?
7. Apakah kualitas layanan pesantren berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas santri melalui citra pesantren?
8. Apakah kualitas layanan pesantren berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas santri melalui kepuasan santri?
9. Apakah citra pesantren berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas santri melalui kepuasan santri?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Dalam tatanan teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur ilmu pengetahuan bidang manajemen pendidikan mengenai variabel-variabel yang memengaruhi loyalitas pelanggan, khususnya kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra organisasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Para pengelola pesantren dan lembaga pendidikan lainnya sebagai alat untuk mengukur kualitas layanan, kepuasan santri (*student satisfaction*), citra pesantren (*institutional image*), dan loyalitas santri (*student loyalty*) yang pada akhirnya menjadi bahan untuk pengambilan keputusan.
2. Para staf layanan pendidikan, dalam hal ini pendidik dan tenaga kependidikan untuk memberikan layanan prima sehingga dapat memberikan kepuasan bagi santri maupun *stakeholder* lainnya.
3. Para peneliti masalah-masalah manajemen dan kependidikan dapat memanfaatkan sebagai bahan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas santri (*student loyalty*), khususnya di pesantren atau lembaga pendidikan Islam lainnya.