



# SINERGI MANAJEMEN MUTU HAFALAN DAN PEMASARAN PESANTREN DALAM MENUMBUHKAN MINAT SANTRI MENGHAFAL AL-QUR'AN

Muhammad Zidan Al-Azmy<sup>1</sup>, Suwandi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Hasyim Asy'ari, Indonesia

Email: [zidanazmy@mhs.unhasy.ac.id](mailto:zidanazmy@mhs.unhasy.ac.id)



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2681>

## Sections Info

### Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 11 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 26 June 2026

### Keywords:

Memorization quality management, marketing strategy, students' interest, Qur'an memorization, Islamic boarding school.



## ABSTRACT

**Objective:** This study aims to analyze the influence of memorization quality management and marketing strategy on students' interest in memorizing the Qur'an at Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang. The study focuses on examining both partial and simultaneous effects of the two independent variables on students' interest in the tahfiz program. This research employed a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to students participating in the Qur'an memorization program. The data were analyzed using IBM SPSS Version 27 through classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. The findings show that memorization quality management has a positive and significant effect on students' interest, with a t-value of 5.199. Marketing strategy also has a positive and significant effect, with a t-value of 2.333. Simultaneously, both variables significantly influence students' interest, as indicated by an F-value of 34.579. The coefficient of determination shows that memorization quality management and marketing strategy contribute 49.0% to students' interest, while the remaining 51.0% is influenced by other factors. This study offers a distinctive perspective by integrating internal quality management of Qur'an memorization with institutional marketing strategy as a combined framework for increasing students' interest in tahfiz-based Islamic boarding schools.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an di Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang. Fokus penelitian diarahkan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat santri dalam mengikuti program tahfiz Al-Qur'an. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada santri yang mengikuti program tahfiz, kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Versi 27. Teknik analisis data meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen mutu hafalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dengan nilai t hitung sebesar 5,199. Strategi pemasaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri dengan nilai t hitung sebesar 2,333. Secara simultan, manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat santri dengan nilai F hitung sebesar 34,579. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi sebesar 49,0%, sedangkan 51,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan manajemen mutu hafalan sebagai faktor internal dan strategi pemasaran sebagai faktor eksternal dalam menjelaskan minat santri pada program tahfiz pesantren.

**Kata kunci:** Manajemen mutu hafalan, strategi pemasaran, minat santri, tahfiz Al-Qur'an, pesantren

## PENDAHULUAN

Pesantren memiliki peran penting dalam menjaga tradisi keilmuan Islam, membentuk akhlak, dan menguatkan budaya Qur'ani di masyarakat. Perkembangan sosial, kemajuan teknologi, dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan Islam yang berkualitas membuat pesantren tidak lagi cukup bertumpu pada reputasi tradisional. Pesantren perlu menunjukkan mutu layanan, keunggulan program, serta kemampuan mengomunikasikan identitas kelembagaannya secara lebih terbuka. Salah satu program yang banyak menjadi daya tarik masyarakat adalah tahfiz Al-Qur'an, karena program ini tidak hanya bernilai religius, tetapi juga menjadi indikator kualitas pendidikan Islam dan daya saing pesantren (Maimunah & Manilet, 2024; Zulfadli et al., 2022).

Program tahfiz Al-Qur'an menuntut pengelolaan yang terarah karena proses menghafal tidak hanya bergantung pada kemampuan mengingat, tetapi juga pada konsistensi pembinaan, kualitas pendampingan, metode pengulangan, dan evaluasi hafalan. Mutu hafalan tidak dapat diukur hanya dari jumlah juz yang dicapai, melainkan juga dari kelancaran, ketepatan tajwid, kekuatan muraja'ah, dan kemampuan santri menjaga hafalan dalam jangka panjang. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa metode muraja'ah, talaqqi, tasmi', dan tahsin berperan penting dalam memperkuat kualitas hafalan, terutama ketika dijalankan melalui jadwal yang konsisten, target yang jelas, dan bimbingan pembina yang memadai (Afidah & Anggraini, 2022; Badruzaman, 2019; Hendrawati et al., 2020; Kartika, 2019; Murniyanto et al., 2022; Rustiana & Hidayat, 2022; Saifuddin, 2022; Saragih et al., 2021; Thontawi et al., 2022; Yusra, 2020).

Dalam perspektif manajemen pendidikan Islam, mutu tahfiz perlu dipahami sebagai sistem pembinaan yang mencakup perencanaan target, pengorganisasian pembimbing, pelaksanaan setoran, pengawasan muraja'ah, dan evaluasi capaian santri. Sistem yang tertata dapat membantu santri memahami arah belajar, mengurangi kejenuhan, memperkuat kedisiplinan, dan meningkatkan kepercayaan diri dalam mencapai target hafalan. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa manajemen pembelajaran, evaluasi program, supervisi, dan penguatan karakter memiliki kontribusi penting terhadap efektivitas program tahfiz dan mutu keluaran santri (Alwi et al., 2023; Ayyusufi et al., 2022; Fatmawati, 2019; Kosim et al., 2019; Maimunah & Manilet, 2024; Mashari & Prabowo, 2023; Muntiarti et al., 2020; Pakpahan & Habibah, 2021; Paridi, 2019; Zulfadli et al., 2022).

Selain mutu internal, pesantren juga menghadapi kebutuhan untuk membangun strategi pemasaran pendidikan yang lebih adaptif. Pada era digital, masyarakat menilai pesantren tidak hanya melalui figur kiai atau tradisi kelembagaan, tetapi juga melalui informasi program, citra lembaga, prestasi santri, testimoni alumni, fasilitas, dan transparansi layanan pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan berfungsi untuk memperkenalkan nilai program, membangun kepercayaan, dan memperluas jangkauan pesantren kepada calon santri maupun wali santri. Karena itu, pesantren yang memiliki program tahfiz berkualitas tetap perlu mengomunikasikan keunggulannya secara tepat agar dikenal dan dipercaya oleh masyarakat (Liriwati et al., 2024; Mujahidan & Ruhenda, 2022; Prastowo & Manunggal, 2022; Putera et al., 2025; Riyanto, 2024; Setyaningsih et al., 2025; Sopwandin, 2019).

Strategi pemasaran pesantren perlu ditempatkan sebagai komunikasi nilai, bukan sekadar promosi. Publikasi prestasi santri, dokumentasi kegiatan tahfiz, pemanfaatan media digital, hubungan masyarakat, dan testimoni alumni dapat memperkuat citra lembaga apabila didukung oleh mutu program yang nyata. Tanpa mutu pembinaan, pemasaran berisiko menjadi klaim; sebaliknya, mutu yang tidak dikomunikasikan dengan baik dapat membuat keunggulan pesantren kurang dikenal. Dengan demikian, strategi pemasaran yang etis dan berbasis bukti menjadi bagian penting dari penguatan daya saing pesantren tahfiz (Liriwati

et al., 2024; Mujahidan & Ruhenda, 2022; Prastowo & Manunggal, 2022; Setyaningsih et al., 2025; Sopwandin, 2019).

Minat santri dalam menghafal Al-Qur'an merupakan aspek penting karena menentukan keterlibatan, ketekunan, dan keberlanjutan santri dalam mengikuti program tahfiz. Minat tidak hanya lahir dari dorongan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman belajar, kualitas bimbingan, lingkungan pesantren, dukungan keluarga, kedisiplinan, dan citra lembaga. Santri cenderung memiliki minat yang lebih kuat apabila proses hafalan terasa terarah, suasana belajar mendukung, pembimbing hadir secara konsisten, dan pesantren memiliki reputasi positif. Sebaliknya, minat dapat menurun ketika santri menghadapi kejenuhan, target yang tidak realistis, lemahnya pendampingan, atau lingkungan belajar yang kurang kondusif (Fadllurrohman et al., 2022; Idris, 2025; Pratiwi & Sunarti, 2025; Sariwulan, 2026; Sirin et al., 2021; Zamzamy et al., 2018; Farida et al., 2021; Zahra et al., 2025).

Kajian sebelumnya telah membahas tahfiz dari berbagai sisi, seperti metode muraja'ah, talaqqi, tasmi', manajemen pembelajaran, evaluasi program, problematika santri, dan penguatan karakter. Kajian lain juga telah menyoroti pemasaran jasa pendidikan, branding lembaga, strategi digital, dan citra pesantren. Namun, sebagian besar penelitian masih menempatkan mutu tahfiz dan pemasaran pendidikan sebagai dua kajian yang terpisah. Belum banyak penelitian yang menguji bagaimana manajemen mutu hafalan sebagai faktor internal dan strategi pemasaran sebagai faktor eksternal bekerja secara simultan dalam memengaruhi minat santri menghafal Al-Qur'an.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengintegrasikan manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran dalam satu model kajian. Integrasi ini relevan karena minat santri tidak hanya dibentuk oleh kualitas pembinaan hafalan di dalam pesantren, tetapi juga oleh cara pesantren membangun citra, menyampaikan keunggulan program, dan menghadirkan nilai pendidikan yang dipercaya oleh santri serta wali santri. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian manajemen pendidikan Islam sekaligus memberikan dasar empiris bagi pesantren dalam mengembangkan program tahfiz yang bermutu dan memiliki daya tarik kelembagaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh manajemen mutu hafalan terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an, serta menganalisis pengaruh manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran secara simultan terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an di Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *ex-post facto* asosiatif kausal. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an tanpa memberikan perlakuan langsung kepada responden. Data penelitian berbentuk angka dan dianalisis secara statistik agar hubungan antarvariabel dapat dijelaskan secara objektif dan terukur (Creswell, 2010; Sugiyono, 2019).

Partisipan penelitian adalah santri putra Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang yang mengikuti program tahfiz Al-Qur'an. Populasi penelitian berjumlah 75 santri, dan seluruhnya dijadikan sampel melalui teknik *sampling* jenuh. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi relatif terbatas dan memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi responden secara lebih utuh (Sugiyono, 2013).

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert. Kuesioner disusun

berdasarkan indikator tiga variabel, yaitu manajemen mutu hafalan, strategi pemasaran, dan minat santri menghafal Al-Qur'an. Manajemen mutu hafalan mencakup perencanaan, pelaksanaan, bimbingan, pengawasan, dan evaluasi hafalan. Strategi pemasaran mencakup pengenalan program, promosi, citra lembaga, dan daya tarik layanan pendidikan. Adapun minat santri diukur melalui perhatian, ketertarikan, motivasi, keterlibatan, ketekunan, dan keinginan untuk mengikuti program tahfiz secara berkelanjutan. Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan setiap butir pernyataan layak serta konsisten dalam mengukur variabel penelitian (Ghozali, 2021; Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh responden. Data yang terkumpul kemudian diperiksa, diberi kode, ditabulasi, dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Versi 27. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan data setiap variabel. Uji asumsi klasik mencakup normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran terhadap minat santri. Pengambilan keputusan dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Responden penelitian ini berjumlah 75 santri putra Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang yang mengikuti program tahfiz Al-Qur'an. Karena seluruh responden berjenis kelamin laki-laki, karakteristik tersebut tidak ditampilkan dalam tabel terpisah dan cukup dijelaskan secara naratif. Penyajian karakteristik responden difokuskan pada asal daerah dan lama belajar, karena dua aspek tersebut lebih menunjukkan keragaman latar belakang responden. Berdasarkan asal daerah, mayoritas santri berasal dari dalam kabupaten atau kota sebanyak 43 orang atau 57%. Sementara itu, 20 santri atau 26% berasal dari luar kabupaten atau kota, dan 12 santri atau 16% berasal dari luar provinsi. Dari sisi lama belajar, sebagian besar responden telah mondok selama 4 tahun, yaitu sebanyak 43 santri atau 57%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang cukup dalam mengikuti pola pembinaan dan sistem tahfiz di pesantren.

Tabel 1 : Distribusi Responden Berdasar Asal Daerah

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Presentase
Asal Daerah	Dalam kabupaten	43	57%
	Luar kabupaten	20	26%
	Luar provinsi	12	16%
Total		75	100%

Tabel 2 : Distribusi Frekuensi Berdasar Lama Belajar/Mondok

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Presentase
---------------	----------	-----------	------------

	1 tahun	3	4%
Lama belajar atau mondok	1-2 tahun	4	5%
	3-4 tahun	25	33%
	4 tahun	43	57%
	Total	75	100%

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran umum mengenai kecenderungan jawaban responden pada setiap variabel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen mutu hafalan memperoleh nilai rata-rata sebesar 44,56 dengan standar deviasi 6,005. Strategi pemasaran memperoleh nilai rata-rata sebesar 41,08 dengan standar deviasi 6,390. Sementara itu, minat santri memperoleh nilai rata-rata sebesar 43,13 dengan standar deviasi 5,662. Ketiga nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap manajemen mutu hafalan, strategi pemasaran, dan minat menghafal Al-Qur'an berada pada kecenderungan positif. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata juga menunjukkan bahwa sebaran jawaban responden relatif konsisten.

Tabel 3 : Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Manajemen Mutu Hafalan	75	29	54	44,56	6,005
Strategi Pemasaran	75	19	51	41,08	6,39
Minat Santri	75	26	57	43,13	5,662

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data diuji melalui beberapa uji asumsi klasik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, hubungan antarvariabel bersifat linear, tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, data penelitian dinyatakan memenuhi syarat untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Tabel 4 : Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Kriteria	Hasil
Normalitas	Data berdistribusi normal	Terpenuhi

Linearitas X1 terhadap Y	Hubungan linear	Terpenuhi
Linearitas X2 terhadap Y	Deviation from Linearity > 0,05	Terpenuhi
Multikolinearitas	Tidak terjadi hubungan kuat antarvariabel bebas	Terpenuhi
Heteroskedastisitas	Tidak terdapat pola gangguan varians residual	Terpenuhi

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an. Secara parsial, manajemen mutu hafalan berpengaruh signifikan terhadap minat santri dengan nilai t hitung sebesar 5,199 dan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik manajemen mutu hafalan yang diterapkan pesantren, semakin tinggi pula minat santri dalam menghafal Al-Qur'an.

Strategi pemasaran juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,333 dengan nilai signifikansi 0,022. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis kedua diterima. Artinya, strategi pemasaran yang dijalankan pesantren ikut memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat santri dalam mengikuti program tahfiz.

Secara simultan, manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat santri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 34,579 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Selain itu, nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi sebesar 49,0%. Dengan demikian, manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran mampu menjelaskan 49,0% variasi minat santri, sedangkan 51,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Tabel 5 : Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Nilai Uji	Signifikansi	Keterangan
Manajemen Mutu Hafalan → Minat Santri	t = 5,199	0	Signifikan
Strategi Pemasaran → Minat Santri	t = 2,333	0,022	Signifikan

Manajemen Mutu Hafalan dan Strategi Pemasaran → Minat Santri	F = 34,579	< 0,05	Signifikan
Kontribusi Model	R <sup>2</sup> = 49,0%	-	Cukup kuat

Berdasarkan seluruh hasil tersebut, dapat ditegaskan bahwa minat santri menghafal Al-Qur'an tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan hafalan di dalam pesantren, tetapi juga oleh strategi pesantren dalam membangun citra dan daya tarik program tahfiz. Manajemen mutu hafalan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan strategi pemasaran, tetapi keduanya tetap berperan penting dalam menjelaskan minat santri.

### *Pembahasan*

#### Pengaruh Manajemen Mutu Hafalan terhadap Minat Santri Menghafal Al-Qur'an

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen mutu hafalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an. Temuan ini menegaskan bahwa minat santri tidak hanya terbentuk dari dorongan personal, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas sistem pembinaan yang mereka alami secara langsung di pesantren. Manajemen mutu hafalan yang mencakup perencanaan target, keteraturan setoran, bimbingan ustaz, pengawasan muraja'ah, dan evaluasi hafalan memberikan arah yang jelas bagi santri dalam menjalani proses tahfiz. Ketika santri merasakan bahwa program hafalan berjalan teratur, terukur, dan didampingi secara konsisten, mereka cenderung memiliki keyakinan yang lebih kuat untuk melanjutkan proses menghafal.

Temuan ini sejalan dengan kajian Afidah dan Anggraini (2022) yang menegaskan bahwa muraja'ah memiliki peran penting dalam menjaga kualitas hafalan santri. Zulfadli et al. (2022) juga menunjukkan bahwa pembinaan tahfiz yang efektif memerlukan pelaksanaan tahsin, tahfiz, dan tasmi' secara terstruktur. Dengan demikian, mutu hafalan tidak cukup dipahami sebagai capaian jumlah hafalan, tetapi juga sebagai kualitas proses yang membuat santri merasa terbimbing, terarah, dan memiliki kontrol terhadap perkembangan hafalannya. Sistem pembinaan yang baik dapat menekan kejenuhan, memperkuat kedisiplinan, serta membangun kepercayaan diri santri dalam menghadapi target hafalan.

Dalam perspektif manajemen mutu pendidikan, hasil ini memperkuat pandangan bahwa layanan pendidikan yang berkualitas harus berorientasi pada keteraturan proses, kepuasan peserta didik, dan perbaikan berkelanjutan. Pada konteks pesantren tahfiz, mutu tidak hanya berkaitan dengan administrasi program, tetapi juga menyentuh aspek psikologis santri. Santri yang memperoleh bimbingan konsisten, evaluasi yang jelas, dan lingkungan hafalan yang mendukung akan lebih mudah mempertahankan minatnya. Oleh karena itu, penguatan manajemen mutu hafalan menjadi strategi penting dalam menjaga keberlanjutan program tahfiz di pesantren.

#### Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Santri Menghafal Al-Qur'an

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemasaran pendidikan tidak hanya berfungsi menarik calon santri baru, tetapi juga ikut membentuk persepsi, kepercayaan, dan kebanggaan santri terhadap program yang sedang mereka ikuti. Strategi pemasaran yang baik membantu pesantren memperjelas keunggulan program tahfiz, memperkuat citra lembaga, dan menghadirkan informasi yang dapat meningkatkan keyakinan santri maupun wali santri terhadap kualitas pesantren.

Dalam konteks pendidikan Islam, pemasaran tidak dapat dipersempit sebagai aktivitas

promosi semata. Pemasaran pesantren perlu dipahami sebagai proses komunikasi nilai, mutu, dan identitas kelembagaan secara etis. Pesantren yang mampu memperkenalkan program tahfiz melalui publikasi prestasi santri, testimoni alumni, dokumentasi kegiatan, pemanfaatan media digital, dan hubungan sosial dengan masyarakat akan memiliki peluang lebih besar untuk membangun kepercayaan. Prastowo dan Manunggal (2022) menjelaskan bahwa pemasaran jasa pendidikan di era digital perlu memperhatikan kualitas layanan, komunikasi publik, dan pemanfaatan media. Sementara itu, Sopwandin (2019) menegaskan bahwa pemasaran pesantren dapat diperkuat melalui kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung.

Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat santri dapat dipahami melalui hubungan antara citra lembaga dan persepsi santri terhadap nilai program tahfiz. Santri yang berada dalam lembaga dengan citra positif cenderung merasa bahwa aktivitas menghafal yang mereka jalani memiliki nilai sosial, spiritual, dan kelembagaan yang kuat. Dengan kata lain, strategi pemasaran yang tepat dapat memperkuat rasa bangga dan keterikatan santri terhadap pesantren. Namun, pemasaran tetap harus berpijak pada mutu program yang nyata. Apabila promosi tidak didukung oleh kualitas pembinaan yang kuat, maka pemasaran hanya akan menjadi klaim. Sebaliknya, apabila mutu program sudah baik tetapi tidak dikomunikasikan secara efektif, keunggulan pesantren sulit dikenal secara luas.

Secara simultan, manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat santri menghafal Al-Qur'an. Temuan ini menunjukkan bahwa minat santri terbentuk melalui perpaduan antara pengalaman internal dan persepsi eksternal. Manajemen mutu hafalan memberikan pengalaman belajar yang terarah, sedangkan strategi pemasaran membangun keyakinan bahwa program tahfiz memiliki nilai, keunggulan, dan daya saing. Keduanya saling melengkapi dalam membentuk minat santri secara lebih utuh.

Kontribusi kedua variabel sebesar 49,0% menunjukkan bahwa manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran memiliki peran cukup kuat dalam menjelaskan minat santri. Namun, masih terdapat 51,0% faktor lain di luar model penelitian yang juga berpotensi memengaruhi minat, seperti motivasi intrinsik, dukungan keluarga, kualitas pembimbing tahfiz, lingkungan teman sebaya, kedisiplinan pribadi, fasilitas pesantren, dan kondisi psikologis santri. Hal ini menunjukkan bahwa minat menghafal Al-Qur'an merupakan fenomena multidimensional yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui dua variabel. Zamzamy et al. (2018) juga menunjukkan bahwa problematika tahfiz dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal santri.

Temuan simultan ini memperlihatkan bahwa pengembangan program tahfiz membutuhkan keseimbangan antara mutu internal dan komunikasi eksternal. Manajemen mutu hafalan menjadi substansi utama yang dirasakan santri dalam proses belajar, sedangkan strategi pemasaran menjadi sarana untuk memperkuat nilai dan daya tarik program. Pesantren yang mampu mengelola keduanya secara seimbang akan lebih mudah membangun minat santri, menjaga loyalitas, serta memperkuat posisi lembaga di tengah persaingan pendidikan Islam.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang perlu terus memperkuat sistem manajemen mutu hafalan melalui target yang realistis, jadwal muraja'ah yang konsisten, pendampingan ustaz yang intensif, serta evaluasi hafalan yang tidak hanya menilai kuantitas, tetapi juga kualitas bacaan. Di sisi lain, strategi pemasaran perlu diarahkan pada komunikasi program tahfiz yang etis dan berbasis bukti, misalnya melalui publikasi capaian santri, dokumentasi kegiatan pembinaan, testimoni alumni, dan pemanfaatan media digital.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian manajemen pendidikan Islam dengan

menempatkan minat santri sebagai hasil dari integrasi antara mutu layanan internal dan strategi komunikasi kelembagaan. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan dua aspek yang sering dibahas secara terpisah, yaitu manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran pesantren, ke dalam satu model untuk menjelaskan minat santri. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model ini dengan memasukkan variabel lain, seperti motivasi religius, dukungan orang tua, kualitas guru tahfiz, budaya pesantren, atau iklim belajar. Selain itu, pendekatan campuran dapat digunakan agar hasil kuantitatif mengenai pengaruh antarvariabel dapat diperdalam melalui wawancara dengan santri, ustaz, pengelola pesantren, dan wali santri.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat santri menghafal Al-Qur'an dipengaruhi oleh kualitas manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran pesantren. Manajemen mutu hafalan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri, begitu pula strategi pemasaran. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 49,0% terhadap minat santri. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan program tahfiz tidak cukup hanya ditopang oleh semangat santri, tetapi juga memerlukan sistem pembinaan hafalan yang terarah serta komunikasi kelembagaan yang mampu membangun kepercayaan.

Capaian penelitian ini mengisyaratkan bahwa pesantren perlu memperkuat pengelolaan tahfiz melalui target hafalan yang jelas, pendampingan ustaz yang konsisten, muraja'ah terjadwal, dan evaluasi bacaan yang berkelanjutan. Pada saat yang sama, pemasaran pesantren perlu diarahkan pada penyampaian keunggulan program secara etis dan berbasis bukti, seperti publikasi capaian santri, dokumentasi kegiatan, testimoni alumni, serta pemanfaatan media digital. Dengan demikian, strategi pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai penguat citra dan mutu lembaga.

Penelitian ini terbatas pada satu pesantren dengan responden santri putra yang mengikuti program tahfiz di Pondok Pesantren Safinatul Huda Jombang. Selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan belum menggali pengalaman santri, pandangan ustaz, maupun persepsi wali santri secara mendalam. Variabel penelitian juga masih terbatas pada manajemen mutu hafalan dan strategi pemasaran.

Temuan berikutnya dapat memperluas objek pada beberapa pesantren tahfiz agar hasilnya lebih komparatif. Kajian lanjutan juga dapat menambahkan variabel lain, seperti motivasi religius, dukungan keluarga, kualitas pembimbing, budaya pesantren, dan fasilitas pembelajaran. Pendekatan campuran juga dapat digunakan agar temuan statistik dapat diperdalam melalui wawancara atau observasi.

## REFERENSI

- Afidah, S. I., & Anggraini, F. S. (2022). Implementasi metode muraja'ah dalam peningkatan kualitas hafalan Al-Qur'an di Pondok Pesantren Amanatul Qur'an Pacet Mojokerto. *Al-Ibrah: Jurnal Pendidikan dan Keilmuan Islam*, 7(1), 114–132. <https://doi.org/10.61815/alibrah.v7i1.192>
- Alwi, T., Badaruddin, K., & Febriyanti, F. (2023). Pelaksanaan pembelajaran tahfidz Al-Qur'an dalam membentuk karakter Islami siswa. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(3), 756–766. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i3.466>
- Ayyusufi, A. U. M. Z., Anshori, A., & Muthoifin, M. (2022). Evaluation of the CIPP model on the tahfidz program in Islamic boarding schools. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 466–484. <https://doi.org/10.31538/nzh.v5i2.2230>
- Badruzaman, D. (2019). Metode tahfidz Al-Qur'an di Pondok Pesantren Miftahul Huda II

Kabupaten Ciamis. *Idea: Jurnal Humaniora*, 245–253.  
<https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4888>

- Fadllurrohman, M., Hidayat, M., & Suryadi, A. (2022). Problematika pembelajaran tahfidz Al-Qur'an dalam meningkatkan kualitas hafalan santri. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2). <https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.2553>
- Farida, N. R. N., Ma'arif, M. A., & Kartiko, A. (2021). Implementation of the Wahdah method in improving students' ability to memorize the Qur'an. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(3), 518–530. <https://doi.org/10.31538/nzh.v4i3.1084>
- Fatmawati, E. (2019). Manajemen pembelajaran tahfidz Al-Qur'an. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 4(1), 25–38. <https://doi.org/10.15575/isema.v4i1.5255>
- Hendrawati, W., Rosidi, R., & Sumar, S. (2020). Aplikasi metode tasmi' dan muraja'ah dalam program tahfidzul Qur'an pada santriwati di Ma'had Tahfidz Hidayatul Qur'an Desa Puding Besar. *LENTERNAL: Learning and Teaching Journal*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.32923/lenternal.v1i1.1272>
- Idris, M. (2025). Upaya meningkatkan minat menghafal Al-Qur'an dengan metode pembelajaran tahfidz. *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v4i1.484>
- Kartika, T. (2019). Manajemen pembelajaran tahfidz Al-Qur'an berbasis metode talaqqi. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 4(2), 245–256. <https://doi.org/10.15575/isema.v4i2.5988>
- Kosim, M., Kustati, M., Sabri, A., & Mustaqim, M. (2019). Strengthening students' character through tahfidz Qur'an in Islamic education curriculum. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 69–94. <https://doi.org/10.14421/jpi.2019.81.69-94>
- Liriwati, F. Y., Ilyas, M., Mulyadi, M., Syahid, A., & Kafrawi, K. (2024). Manajemen pemasaran jasa pendidikan Islam di pondok pesantren: Harmonisasi nilai-nilai keislaman dengan strategi pemasaran berkualitas. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.30868/im.v7i01.5923>
- Maimunah, M., & Manilet, S. (2024). Upaya pengembangan mutu lulusan IAIN Ambon melalui program menghafal Al-Qur'an. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 9(1), 220–237. <https://doi.org/10.33477/alt.v9i1.6723>
- Mashari, A., & Prabowo, S. L. (2023). Pengembangan konsep model supervisi pembelajaran sebagai upaya peningkatan profesionalisme guru dalam pengendalian mutu pendidikan. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 7(1), 35–48. <https://doi.org/10.32332/tapis.v7i1.3496>
- Mujahidan, P. A., & Ruhenda, R. (2022). Analisa strategi pemasaran Koppontren Al-Ittifaq dengan metode analisis SWOT. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1). <https://doi.org/10.15575/jb.v1i1.17200>
- Muntiarti, T., Ernawati, E., & Indriyanto, B. (2020). Evaluasi program tahfidz Al-Qur'an di SMAIT Buahati Jakarta. *Jurnal Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.22236/jppp.v3i1.5913>
- Murniyanto, M., & Siswanto, S. (2022). Tahfidz learning management at pesantren-based higher education. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(3), 814–825. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i3.3481>
- Pakpahan, P. L., & Habibah, U. (2021). Manajemen program pengembangan kurikulum PAI dan budi pekerti dalam pembentukan karakter religius siswa. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.31538/tijie.v2i1.19>
- Paridi, A. (2019). Implementasi program pengembangan karakter Islami melalui program tahfidz. *Khazanah Pendidikan Islam*, 1(1), 12–21. <https://doi.org/10.15575/kp.v1i1.7136>

- Prastowo, S. L., & Manunggal, B. (2022). Manajemen marketing jasa pendidikan di era digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57. <https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.28335>
- Pratiwi, H., & Sunarti, V. (2025). Hubungan minat menghafal Al-Qur'an dengan disiplin menghafal Al-Qur'an pada peserta didik RTQ Tuo Surau Tilatang Kamang Agam. *Jurnal Family Education*, 5(2), 212–219. <https://doi.org/10.24036/jfe.v5i2.365>
- Putera, R. P., Supriani, Y., Triana, N., Fatmala, A., Khoerudin, M., & Rizki, N. F. (2025). Strategi manajemen kewirausahaan jasa pendidikan berbasis teknologi digital: Kajian literatur dalam perspektif revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(2), 602–614. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6401>
- Rustiana, D., & Hidayat, N. (2022). Manajemen program unggulan tahfidz Qur'an dalam meningkatkan kualitas hafalan peserta didik. *Kharisma: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 1(1). <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v2i1.64>
- Saifuddin, S. (2022). Manajemen pembelajaran tahfidz Al-Qur'an di Madinatul Al-Qur'an Banjarmasin. *Addabana: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.47732/adb.v5i1.173>
- Saragih, R., Mesiono, M., & Nasution, I. (2021). The management of tahfidz Al-Qur'an learning at homeschooling public learning center. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(3), 537–547. <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i3.1704>
- Sariwulan, P. E. (2026). Manajemen perencanaan program tahfidz untuk mempercepat proses hafalan santri: Studi kasus di Pesantren Modern Darajatul Ashfad Bekasi. *Epistemic: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 5(2), 286–303. <https://doi.org/10.70287/epistemic.v5i2.619>
- Setyaningsih, D., Vusvitha, V., & Harahap, N. L. S. (2025). Strategi pemasaran jasa pendidikan di era digital. *Jurnal Inovasi dan Manajemen Pendidikan*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.12928/jimp.v5i1.11876>
- Sirin, S., Metin, B., & Tarhan, N. (2021). The effect of memorizing the Quran on cognitive functions. *The Journal of Neurobehavioral Sciences*, 8(1), 22–27. [https://doi.org/10.4103/jnbs.jnbs\\_42\\_20](https://doi.org/10.4103/jnbs.jnbs_42_20)
- Sopwandin, I. (2019). Manajemen pemasaran pondok pesantren berbasis program pengabdian masyarakat. *J-MPI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 78–85. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v4i2.8020>
- Syarif, M., & Asmaran, A. (2018). Penerapan metode klasik pada pembelajaran Al-Qur'an di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam Banyu Hiranng Gambut. *DARRIS: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 1(1). <https://doi.org/10.47732/darris.v1i1.51>
- Thontawi, M., MY, M., Chaniago, F., Fiqhi, A., Hazairin, I. N., & Afifah, Y. (2022). Tahfidz Al-Qur'an: A study of learning management systems in higher education. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 574–585. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i2.3535>
- Yusra, Y. (2020). Penerapan metode muraja'ah dalam pembelajaran tahfizhul Qur'an di Pondok Pesantren Tahfizhul Qur'an Imam Syafi'i Kota Bitung. *Journal of Islamic Education Policy*, 4(2). <https://doi.org/10.30984/jiep.v4i2.1281>
- Zahra, S. A., Azizah, N., Syafe'i, I., Anwar, S., & Yusnita, E. (2025). The ability to memorize the Qur'an: How does the effectiveness of the Wahdah and Sima'i methods? *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia*, 5(1), 26–40. <https://doi.org/10.53299/jppi.v5i1.937>
- Zamzamy, R., Iskandar, A., & Hidayat, R. (2018). Problematika mahasiswi program tahfidz Al-Qur'an di Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 213–228. <https://doi.org/10.21070/halaqa.v2i2.1776>

Zulfadli, Z., Badaruddin, K., & Maryamah, M. (2022). Pola pelaksanaan pembinaan tahfidzul Qur'an di Madrasah Tahfidzul Qur'an Raudhatul Ulum Sakatiga Indralaya Sumatera Selatan. *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan dan Sosial Keagamaan*, 9(2), 318–336. <https://doi.org/10.51311/nuris.v9i2.512>

Buku

Creswell, J. W. (2010). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sallis, E. (2012). *Total quality management in education: Manajemen mutu pendidikan terpadu*. IRCiSoD.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

**Copyright holder:**

© Author

**First publication right:**

Jurnal Manajemen Pendidikan

**This article is licensed under:**

**CC-BY-SA**