

**PENGARUH STRATEGI KIAI TERHADAP MINAT SANTRI BARU
DI PONDOK PESANTREN SYAFA'ATUT THULLAB
BAKUNG OGAN ILIR PROVINSI
SUMATERA SELATAN**

¹Ahmad Rojali, ²Muhlisin

¹Fakultas Tarbiyah STAI Ash-Shiddiqiyah
ahmad.rojali87@gmail.com

²Fakultas Tarbiyah STAI Ash-Shiddiqiyah
muchlisin_mukti@yahoo.com

Abstrak, Banyaknya pondok pesantren yang ada pada saat ini membuat kiai harus mampu mengembangkan strategi dan inovasi sehingga bisa menarik minat para calon santri. Tanpa adanya strategi yang bagus dalam memasarkan, lembaga yang dikelola tidak akan berkembang dan kemungkinan yang terburuk adalah tidak akan diminati lagi dan bisa mengakibatkan tutupnya lembaga tersebut. Padahal pondok pesantren sendiri merupakan wadah para ulama dalam mensyiarkan agama islam. Pondok Pesantren Syafa'atut Thulab salah satu pesantren yang mampu menjawab tantangan persaingan dan menjadi salah tujuan utama terutama di daerah sekitarnya yang terletak di desa Bakung kecamatan Indaralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Pesantren ini selain melestarikan budaya pesantren tradisional tidak lupa pula mengikuti pola pendidikan kontemporer yang sekiranya bisa diambil manfaatnya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang datanya dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah melalui analisis statistic parametrik menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk kemudian diuji hipotesisnya dengan uji t. Berdasarkan hasil analisis data, pengolahan data dan pengujian hipotesis pada penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa: ada hubungan yang positif dan signifikan antara strategi kiai dan minat santri baru. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis korelasi product moment untuk nilai korelasi menunjukkan angka sebesar 0,684 yang berarti bahwa variabel strategi kiai (X) dan variabel minat santri baru (Y) dapat dikategorikan memiliki nilai yang cukup. Koefisien regresi X sebesar 0,702 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai strategi, maka nilai minat bertambah sebesar 0,702. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t hitung sebesar 8,276 > t tabel 1,994, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi (X) berpengaruh terhadap variabel minat (Y). Dari hasil tersebut, dapat dipahami bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari Strategi Kiai Terhadap Minat Santri Baru Di Pondok Pesantren Syafa'atut Thulab Dengan Kiai KH. M.Qusairi Abror, S.Pd. Sehingga untuk H₀ ditolak H_a diterima. Dan adapun pengaruh yang diberikan variabel strategi (X) terhadap variabel minat (Y) dapat dilihat melalui koefisien yaitu sebesar 46,8% dan jika dibulatkan menjadi 47%, yang artinya faktor Strategi Kiai dapat meningkatkan Minat Santri Baru sebesar 47% sedangkan 53% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Strategi, Kiai, Pondok Pesantren, Minat Santri Baru.

Abstract, The numbers of Islamic boarding schools currently available makes kiai must be able to develop strategies and innovations so that they can attract the interest of prospective students. Without a good strategy in marketing, the institution that is managed will not develop and the worst possibility is that it will no longer be in demand and may result in the closure of the institution. Even though the Islamic boarding school itself is a place for scholars to spread the religion of Islam. Darul Khuldi Islamic Boarding School is one of the pesantren that is able to answer the challenges of competition and is one of the main destinations, especially in the surrounding area, which is located in Bakung village, Bakung Indralaya Utara Ogan Ilir sub-district. Apart from preserving the traditional pesantren culture, this Islamic boarding school does not forget to follow contemporary education patterns which can be taken advantage of. This study uses a quantitative approach in which data is collected through questionnaires and processed through parametric statistical analysis using simple linear regression analysis and then tested the hypothesis by t-test. Based on the results of data analysis, data processing and hypothesis testing in the study, it can be concluded that:

there is a positive and significant relationship between the kiai's strategy and the interest of new students. This is evidenced by the results of the product moment correlation analysis for the correlation value showing a number of 0.684 which means that the kiai strategy variable (X) and the new student interest variable (Y) can be categorized as having sufficient value. The X regression coefficient of 0.702 states that for every 1% addition to the strategy value, the interest value increases by 0.702. The regression coefficient is positive, so it can be said that the direction of the influence of the variable X on Y is positive. Based on the value of t: it is known the value of t count of 8.276 > t table 1.994, so it can be concluded that the strategy variable (X) has an effect on the interest variable (Y). From these results, it can be understood that there is a positive and significant influence of the Kiai's Strategy on the Interests of New Santri in Syafa'atut Thulab Islamic Boarding School KH. M.Qusairi Abror. So for Ho rejected Ha accepted. And as for the influence given by the strategy variable (X) on the interest variable (Y) it can be seen through the coefficient, which is 46.8% and if it is rounded up to 47%, which means that the Kiai's Strategy factor can increase the Interest of New Santri by 47% while 53% is influenced other factors not examined by researchers.

Keywords: Strategy, Kiai, Islamic Boarding School, New Santri Interests.

LATAR BELAKANG

Pondok pesantren adalah lembaga yang bisa dikatakan merupakan wujud proses wajar perkembangan sistem pendidikan nasional. Pondok pesantren juga berarti suatu lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam yang pada umumnya pendidikan dan pengajaran tersebut diberikan secara non-formal, yaitu dengan sistem bandongan dan sorogan. Dimana Kiai mengajar santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang tertulis dalam bahasa arab oleh ulama-ulama besar sejak abad pertengahan, sedang para santri biasanya tinggal dalam pondok atau asrama dalam pesantren tersebut.

Penyelenggaraan lembaga pendidikan pesantren berbentuk asrama yang merupakan komunitas tersendiri di bawah pimpinan kiai atau ulama dibantu oleh seorang atau beberapa orang ulama, dan atau para ustadz yang hidup bersama di tengah-tengah para santri dengan masjid atau surau sebagai pusat kegiatan peribadatan keagamaan. Di samping itu, gedung-gedung sekolah atau ruang-ruang belajar sebagai pusat kegiatan belajar mengajar, serta pondok-pondok sebagai tempat tinggal santri. Selama 24 jam, dari masa ke masa mereka hidup kolektif antara kiai, ustadz, santri dan para pengasuh pesantren lainnya, sebagai satu keluarga besar.

Istilah pondok pesantren sendiri tidak semua daerah di Indonesia menggunakan istilah tersebut. Istilah pesantren banyak digunakan di daerah pulau Jawa, Madura, dan biasanya juga digunakan oleh alumni pondok pesantren yang sudah mendirikan lembaga sendiri. Sedangkan di daerah Aceh istilah pondok pesantren dikenal dengan istilah *dayah* atau *ranggang* atau *meunasah*, dan di Minangkabau dikenal dengan istilah *surau*. (Sesangko : 2022, pukul 22.40)

Pondok Pesantren merupakan bagian dari pendidikan Islam di Indonesia, didirikan karena adanya tuntutan dan kebutuhan zaman. Hal ini bisa dilihat dari perjalanan sejarah, pondok pesantren adalah lembaga pendidikan agama Islam yang sudah lama di Indonesia, dimana telah berdiri jauh sebelum Indonesia merdeka. Bahkan sebelum terdapat lembaga-lembaga Pendidikan ala penjajahan Belanda pondok pesantren sudah ada. Perkembangan pondok pesantren di Indonesia tergolong cepat, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya dijumpai pondok-pondok

Pesantren disetiap daerah.

Tujuan dari pondok pesantren sendiri merupakan representasi dari tujuan diutusnya nabi Muhammad. Nabi Muhammad sendiri bersabda:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ (رواه البيهقي)

Artinya: *"Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak."* (HR. Al-Baihaqi). (Saudah : 2022 pukul 22.18)

Semangat itulah yang diwarisi kiai sehingga mendirikan pondok pesantren sebagai bentuk rasa prihatin terhadap masyarakat yang masih sering berbuat maksiat. Kiai bertugas *'ndandani'* moral masyarakat yang sudah terlanjur rusak, dan bertugas *'njogo'* moral masyarakat yang belum rusak.

Kiai adalah sebuah gelar yang diberikan oleh masyarakat terhadap seseorang yang dianggap faham terhadap ilmu agama, bukan hanya faham tetapi juga memberikan kontribusi terhadap masyarakat dalam bidang keagamaan. Contohnya memberikan siraman rohani atau ceramah kepada jamaah dan masyarakat sekitar. Selain kiai ada juga gelar ustadz, namun di lingkungan masyarakat gelar kiai bisa diartikan diatas gelar ustadz.

Kiai merupakan sosok sentral yang melekat di dalam sebuah pondok pesantren. Peran kiai adalah sebagai pemimpin yang bertanggung jawab penuh terhadap santri-santrinya dan kedudukannya sangatlah penting di pesantren. Figur kiai bukan hanya sebagai pemimpin pesantren, tetapi sekaligus sebagai penggerak dalam pendidikan karakter santrinya. Kebijakan-kebijakan atau undang-undang yang dibuat di pesantren harus melalui persetujuan kiai.

Banyaknya pondok pesantren yang ada pada saat ini membuat kiai harus mampu mengembangkan strategi dan inovasi sehingga bisa menarik minat para calon santri. Tanpa adanya strategi yang bagus dalam memasarkan, lembaga yang dikelola tidak akan berkembang dan kemungkinan yang terburuk adalah tidak akan diminati lagi dan bisa mengakibatkan tutupnya lembaga tersebut. Padahal pondok pesantren sendiri merupakan wadah para ulama dalam mensyiarkan agama islam.

Sebanyak 20 persen dari 300 pondok pesantren tradisional di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah tutup dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang juga pengasuh Pondok Pesantren El Bayan, KH DR Fathul Amin Aziz mengatakan salah satu penyebab tutupnya 60 pesantren tradisional adalah ketiadaan pendidikan formal di lingkungan pesantren atau di sekitar pesantren. (Susanto : 2022 pukul 22.30) Hal ini megindikasikan bahwa kurangnya perhatian kiai terhadap perkembangan dan kebutuhan zaman di mana seiring perkembangan zaman, pondok pesantren yang tidak tidak menyediakan pendidikan formal sudah tidak terlalu diminati. Oleh karena itu para kiai yang masih mempertahankan sistem tradisional sudah harus mempertimbangkan fenomena yang ada dan mengubah strategi agar lembaganya bisa terus eksis dalam mensyiarkan agama islam.

Pada zaman sekarang, pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan yang sudah mulai banyak diminati masyarakat. Terbukti dengan mulai banyaknya pondok pesantren yang tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah pesantren di Indonesia dilansir dari laman tempo tercatat sudah ada 31.385 pondok pesantren dengan jumlah santri sekitar 4,29 juta orang, (Pebrianto : 2022 pukul 22.30)

angka yang fantastis untuk ukuran lembaga pendidikan yang berbasis agama. Hal ini menunjukkan bahwasanya pondok pesantren saat ini merupakan destinasi pendidikan yang banyak peminatnya.

Banyaknya pondok pesantren mengakibatkan tingginya persaingan antar pesantren untuk mendapatkan minat dari para calon santri. Antar lembaga pesantren berlomba-lomba menawarkan keunggulan lembaganya masing-masing. Walaupun demikian, tujuan dari lembaga pesantren tetaplah sama yaitu *لَا غَايَةَ كَلِمَاتِ اللَّهِ* (mensyiarkan agama Allah) dalam bingkai *فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ* (berlomba-lomba dalam kebaikan).

Untuk tetap eksis, suatu pondok pesantren harus mempunyai strategi yang cocok dalam memasarkan lembaganya sehingga bisa menarik minat dari para calon santri baru. Salah satu pihak yang sangat berpengaruh dalam menentukan strategi adalah pimpinan atau kiai. Kiai dituntut mampu membuat dan mendesain strategi yang pas untuk lembaganya berdasarkan SDA dan SDM yang ada untuk menjawab tantangan persaingan.

Sedangkan Pondok Pesantren Syafa'atut Thullab salah satu pesantren yang mampu menjawab tantangan persaingan dan menjadi salah tujuan utama terutama di daerah sekitarnya yang terletak di desa Bakung kecamatan Indaralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir. Pesantren ini selain melestarikan budaya pesantren tradisional tidak lupa pula mengikuti pola pendidikan kontemporer yang sekiranya bisa diambil manfaatnya.

Peningkatan input santri baru dari tahun ke tahun terhitung tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa terjadi peningkatan minat dari masyarakat terhadap pesantren sehingga tertarik memondokkan anaknya di Pondok Pesantren Syafa'atut Thullab dengan pimpinan Oleh KH M.Qusyairi Abror .

Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengambil judul ***"Pengaruh Strategi Kiai Terhadap Minat Santri Baru di Pondok Pesantren Syafa'atut Thullab Bakung Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan "***

KAJIAN PUSTAKA

Analisis situasi sttrategi berarti analisis situasi ini harus bersifat strategic dalam arti situasi yang dianalisis tidak hanya situasi internal perusahaan tetapi juga eksternal perusahaan serta berorientasi ke jangka panjang (Simamora, Bilson. 2019: 1-39). Analisis ini menjawab pertanyaan-pertanyaan : "Di mana kita sekarang? apa yang telah kita capai selama ini? apa kekuatan dan kelemahan kita?", Menurut Wilson dan Gilligan, pada dasarnya tahap ini menyangkut evaluasi atas keefektifan pemasaran.(

Universitas Terbuka, 2019), hal.1.3) selama ini. Adapun aspek-aspek yang diperiksa, yang disebut *marketing metrics*, menurut Farris et al adalah :Pangsa pasar, pangsa pikiran, dan pangsa hati, Margin dan keuntungan, Manajemen produk dan portofolio produk, Profitabilitas konsumen, Manajemen saluran dan tenaga penjualan, Strategi penetapan harga, Promosi, Ukuran keefektifan media dan situs, Keefektifan jangkauan, Indikator-indikator kinerja keuangan (Simamora, Bilson. 2019: 2-5) Menurut Hooley, saunders dan piercy, sumber daya organisasi memang perlu di-review karena merupakan dasar perumusan strategi pemasaran. Mereka mencatat dua risiko yang dihadapi perusahaan apabila mengabaikan langkah ini (Simamora, Bilson. 2019: 1-6). Pertama, perusahaan dapat kehilangan kesempatan memberikan nilai untuk konsumen yang mungkin dapat disumbangkan sumber daya perusahaan. Kedua, ada kemungkinan ditetapkan strategi yang membutuhkan sumber daya yang notabene tidak dimiliki perusahaan, sehingga implementasinya gagal. Menurut Yarbrough et al., budaya organisasi adalah sistem berisikan nilai, keyakinan, dan asumsi bersama, yang membantu individu atau grup melakukan fungsinya dalam organisasi. Menurut Jain budaya organisasi memberi karyawan rasa arah (*sense of direction*), rasa bagaimana berperilaku (*sense of how to behave*) dan rasa melakukan apa (*sense of what they ought to be doing*).

Kekuatan adalah sesuatu yang baik dari perusahaan baik atau karakteristik yang memberikan kemampuan penting yang dibutuhkan perusahaan. Kekuatan dapat berupa keahlian, kompetensi, sumber daya yang bernilai tinggi, kemampuan bersaing atau pencapaian yang memberikan keuntungan pemasaran (*market advantage*) bagi perusahaan (seperti produk yang lebih baik, merek yang lebih kuat, superioritas teknologi dan layanan pelanggan yang baik. Kelemahan adalah kekurangan-kekurangan perusahaan, sesuatu yang dilakukan perusahaan dengan buruk atau keadaan yang menempatkan perusahaan pada situasi yang tidak menguntungkan. Kelemahan bisa membahayakan, bisa pula tidak, tergantung pada apakah kelemahan itu menjadi hambatan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, bahwasanya analisis internal adalah kegiatan menganalisa kelebihan dan kekurangan yang ada dalam organisasi yang bertujuan untuk memformulasikan strategi yang sesuai dengan keadaan internal dari organisasi.

Dalam pemasaran strategis analisis eksternal mencakup komponen-komponen lingkungan mikro (pelanggan dan pesaing) dan analisis lingkungan makro (ekonomi, teknologi, dan budaya) (Simamora, Bilson. 2019: 2-23).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif mengacu pada logika. Maka gejala yang diamati diubah kedalam bentuk angka-angka. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian kuantitatif menurut Sukmadinata dilakukan dengan

menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. (Sandu Siyoto dkk 2011:1-9) Berdasarkan jenis permasalahan yang diteliti, mengenai pengaruh strategi kiai terhadap minat santri baru, maka jenis permasalahan ini adalah problem korelasi sebab akibat. Desain penelitian korelasi adalah desain penelitian yang dibuat untuk meneliti bagaimana kemungkinan hubungan terjadi antar variabel dengan memperhatikan besaran koefisien korelasi. Dalam desain penelitian korelasi ini peneliti akan dapat Melihat apakah perubahan satu variabel berhubungan dengan perubahan variabel lainnya. Menentukan indeks kuantitatif yang menentukan prediksiarah hubungan antara dua variabel atau lebih. Menentukan koefisien korelasi (dalam hal ini nilai “r”) yang diperoleh, apakah nilai “r” nya negatif atau positif (Abdullah 2015:39). Tujuan penelitian korelasional adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian ini mencari korelasi dengan nilai tabelnya negative atau positif antara pengaruh strategi kiai terhadap minat santri. Maka peneliti menggunakan penelitian dengan jenis kuantitatif korelasi.

Sampel penelitian Untuk meminimalisir kesalahan, maka dalam menduga karakter populasi dikatakan bahwa semakin besar ukuran sampel maka akan semakin kecilkemungkinan kesalahan dalam dugaan. Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan rumus slovin. Sedakang penelitian dari banyak nya santri Baru maka penelitian mengambil sampel penelitian 80 Orang berdasarkan pertimbangan kiai.

Karena instrumen penelitian yang akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala (Rojali 2015:92). Adapun penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan *skala Likert* , maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono 2014:95) Untuk menghitung korelasi, biasanya digunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yang biasa dikenal dengan sebutan rumus korelasi *product moment* (Arikunto 2014:213). Untuk mempermudah perhitungan, peneliti menggunakan program *SPSS versi 26*.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini Strategi Kiai memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Santri Baru. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan dalam bentuk tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 1 Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

Pengaruh Strategi Kiai Terhadap Minat Santri Baru Di Pondok Pesantren Syafa'atut Thullab Bakung Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan

¹Ahmad Rojali, ²Muhlisin

1	Strategi ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Minat			
b. All requested variables entered.			

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam penelitian ini variabel yang dimasukkan adalah variabel strategi sebagai variabel independent dan minat sebagai variabel dependen dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 2 Model summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.461	2.076
a. Predictors: (Constant), Strategi				

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,684, dan dari nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwasanya hubungan ke dua 254actor254e penelitian berada pada kategori kuat. Dan dari output tersebut, diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,468 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh 254actor254e bebas (strategi) terhadap 254actor254e terikat (minat) adalah sebesar 46,8% dan jika dibulatkan menjadi 47%, yang artinya 254actor Strategi Kiai dapat meningkatkan Minat Santri Baru sebesar 47% sedangkan 53% dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Tabel 3 Interpretasi Nilai r

Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah (tidak berkorelasi)
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi

Tabel 4 ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	295.234	1	295.234	68.485	.000 ^b
	Residual	336.253	78	4.311		
	Total	631.488	79			

a. Dependent Variable: Minat
b. Predictors: (Constant), Strategi

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 68,485 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel minat atau dengan kata lain ada pengaruh variabel strategi (X) terhadap variabel minat (Y).

Tabel 5 Nilai Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.414	3.012		3.458	.001
	Strategi	.702	.085	.684	8.276	.000
a. Dependent Variable: Minat						

Diketahui nilai constant (a) sebesar 10,414, sedang nilai strategi (b/koefisien regresi) sebesar 0,702 sehingga persamaan dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,414 + 0,702X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Konstanta sebesar 10,414, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel strategi adalah sebesar 10,414
2. Koefisien regresi X sebesar 0,702 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai strategi, maka nilai minat bertambah sebesar 0,702. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi (X) berpengaruh terhadap variabel minat (Y)
2. Berdasarkan nilai korelasi menunjukkan angka sebesar 0,684 yang berarti bahwa variabel strategi kiai (X) dan variabel minat santri baru (Y) dapat dikategorikan memiliki nilai yang cukup (lihat pada tabel 4.29 untuk mengetahui nilai korelasi).
3. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t hitung sebesar $8,276 > t$ tabel 1,994, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi (X) berpengaruh terhadap variabel minat (Y).

Tabel 6 Korelasi Nilai rxy

Besarnya "r" product moment (rxy)	Interpretasi
0,00-0,20	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan

Pengaruh Strategi Kiai Terhadap Minat Santri Baru Di Pondok Pesantren Syafa'atut Thullab Bakung Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan

¹Ahmad Rojali, ²Muhlisin

Besarnya "r" product moment (rxy)	Interpretasi
	variabel Y.
0,20-0,40	Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang lemah atau rendah
0,40-0,70	Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang sedang atau cukup
0,70-0,90	Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang kuat atau tinggi
0,90-1,00	Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengolahan data dan pengujian hipotesis pada penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa: ada hubungan yang **positif** dan **signifikan** antara strategi kiai dan minat santri baru. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis korelasi product moment untuk nilai korelasi menunjukkan angka sebesar **0,684** yang berarti bahwa variabel strategi kiai (X) dan variabel minat santri baru (Y) dapat dikategorikan memiliki nilai yang **cukup**. Koefisien regresi X sebesar **0,702** menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai strategi, maka nilai minat bertambah sebesar **0,702**. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah **positif**. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t hitung sebesar **8,276** > t tabel **1,994**, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi (X) berpengaruh terhadap variabel minat (Y). Dari hasil tersebut, dapat dipahami bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari Strategi Kiai Terhadap Minat Santri Baru Di Pondok Pesantren Syafa'atut Thulab. Sehingga untuk H₀ ditolak H_a diterima. Dan adapun pengaruh yang diberikan variabel strategi (X) terhadap variabel minat (Y) dapat dilihat melalui koefisien yaitu sebesar **46,8%** dan jika dibulatkan menjadi **47%**, yang artinya faktor Strategi Kiai dapat meningkatkan Minat Santri Baru sebesar **47%** sedangkan **53%** dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Sasongko, *Mengenal Istilah Pesantren*, <https://www.republika.co.id/berita/p50d3r313/mengenal-istilah-pesantren>, (diakses pada hari Rabu, 15 Juni 2022, pukul 22.40)
- Ahmad Rojali, 2016. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. OKI: LP3M STAI Ash-Shiddiqiyah.
- Fajar Pebrianto, *Airlangga Bidik Potensi Ekonomi Syariah 31 Ribu Pesantren*, <https://bisnis.tempo.co/read/1471993/airlangga-bidik-potensi-ekonomi-syariah-31-ribu-pesantren/full&view=ok>, (diakses pada hari Kamis, 17 Maret 2022, pukul 08.36)
- H Abudinata *Ilmu Pendidikan Islam dengan pendekatan multidisipliner* (Rajawali pers

Jakarta 2009)

Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).

Rahma Saudah, refleksi maulid: *Meneladani Akhlak Nabi Muhammad SAW*, <https://soebonomantofani.sch.id/artikel/refleksi-maulid:-meneladani-akhlak-nabi-muhammad-saw>, (diakses pada hari Rabu, 15 Juni 2022, pukul 22.18).

Ridlo Susanto, *Ini Pemicu Tutupnya 60 Pondok Pesantren Tradisional Kami*, <https://www.gatra.com/news-443452-gaya%20hidup-ini-pemicu-tutupnya-60-pondok-pesantren-tradisional-kami.html>, (diakses pada hari jum'at, 11 maret 2022, pukul 08.10)

Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Karanganyar-Klodangan: Literasi Media Publishing),

Simamora, Bilson. 2019. *Pemasaran Strategik*. Banten: Universitas Terbuka

Sugiyono, *Metodologi penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014)

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens