

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dalam skripsi ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dalam meningkatkan jumlah santri menerapkan tahapan fungsi manajemen POAC. Dalam tindakan manajemen tersebut proses strategi pemasaran yang dilakukan dapat terstruktur. Tindakan-tindakan tersebut antara lain yaitu sebagai berikut.

1. Perencanaan, merupakan tahapan awal dalam tindakan fungsi manajemen. Pada tahap ini Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan melakukan rapat kepengurusan, dimana dalam rapat ini pengasuh dan pengurus pondok melakukan pembagian tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing, merencanakan strategi yang akan dilakukan untuk kemajuan pondok termasuk pemasaran pondok.
2. Pengorganisasian, proses pengorganisasian di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dilakukan setiap menjelang tahun ajaran baru, proses ini melibatkan pengasuh pondok pesantren, dewan pengasuh, dan pengurus pondok pesantren. Pengorganisasian ini dilakukan guna untuk memperbarui kepengurusan yang ada, karena santri yang baru lulus dari jenjang

MA yang masih melanjutkan di sini akan diangkat menjadi pengurus. Selain itu terkadang ada pengurus yang sudah mukim, maka dari situ lah setiap tahunnya pondok melakukan penataan kepengurusan.

3. Pelaksanaan strategi pemasaran Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen yaitu:
  - a. Melalui pendekatan langsung dengan masyarakat, walisantri dan alumni, hal ini dilakukan mengadakan pertemuan walisantri dan kajian Kitab Al-Jamiussoghir bersama alumni di pondok pesantren di setiap bulan, dari agenda ini bertujuan agar walisantri dan alumni mengetahui informasi dan perkembangan pondok pesantren. Dari hal tersebut diharapkan nantinya walisantri dapat memberikan informasi terkait Pondok Pesantren Al-Istiqomah dan memperkenalkannya di lingkungan masyarakat sekitar.
  - b. Melalui media sosial, Pemasaran Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen melakukan strategi pemasaran melalui media sosial pondok pesantren yaitu antara lain melalui facebook, grup whatsapp, twitter, youtube, instagram dan juga website pondok. Dengan melalui media sosial ini pondok pesantren mengharap agar seluruh elemen masyarakat dapat mudah dalam mendapatkan informasi dan juga dapat mengetahui perkembangan pondok pesantren.

- c. Media cetak, Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen juga menggunakan media cetak dalam pemasarannya yaitu seperti brosur, pamflet dan banner yang ditempel di pinggir jalan.
4. Pengawasan, pengawasan di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dilakukan bulan dan tahun, setelah itu dilanjutkan evaluasi terkait strategi pemasaran yang telah dilakukan untuk mengambil kesimpulan apakah strategi yang dilaksanakan sudah sesuai dan dapat dilanjutkan atau harus dirubah.
5. Faktor pendukung dalam melasanakan strategi pemasaran di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen yaitu adanya sosial media, media cetak, biaya yang murah dengan pelayanan yang baik dan tempat yang strategis sebagai faktor pendukungnya.
6. Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi yaitu kurangnya fasilitas yang dipunyai pondok pesantren seperti kurangnya asrama putra, hal itu membuat daya tarik masyarakat menjadi berkurang.

## **B. Saran**

1. Bagi lembaga
  - a. Dengan adanya strategi pemasaran pondok pesantren diharapkan dapat meningkatkan minat calon santri dan dapat digunakan sebagai acuan perbaikan strategi pemasaran pondok pesantren.

- b. Pondok pesantren dapat meningkatkan sarana dan prasarana, sehingga dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi santri

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini hanya fokus pada strategi pemasaran pondok pesantren saja, diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar bisa memperluas lagi.

## **B. Kata Penutup**

Alhamdulillah kami berdoa kepada Allah SWT, yang telah memberi kami nikmat, sehingga penulis mengirimkan naskah dengan judul Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dalam Meningkatkan Jumlah Santri dengan baik. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis meminta maaf apabila dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan.

Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk pembaca dan pihak lain untuk perbaikan dimasa mendatang. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Serta menjadi bahan rujukan, menambah wawasan, pemikiran dan penelitian terkait strategi pemasaran pondok pesantren.