

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan Hasil penelitian tentang upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran Produk dengan pendekatan ABCD : Studi Kasus Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk di pondok pesantren An-Nahdlah kebumen sebagai berikut :

1. Aset, Potensi, Produk, dan *Best Practice* yang dimiliki pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen untuk peningkatan jumlah santri. Pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen memiliki beberapa aset yaitu mulai dari Aset fisik, Aset sumber daya manusia (SDM), Aset sosial, Aset teknologi, Aset lingkungan alam, Aset budaya, Aset finansial, Aset Organisasi dan kepemimpinan, Aset Waktu dan Aset Jaringan Digital.
2. Strategi Pemasaran dalam peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen
  - a. *Discovery* : Pondok pesantren telah melakukan pemetaan aset pondok pesantren dengan mengidentifikasi potensi yang dimiliki. Pesantren An-Nahdlah memiliki 10 Aset yang dapat dimaksimalkan untuk peningkatan jumlah santri.
  - b. *Dream* : Pengurus pondok pesantren An-Nahdlah merumuskan mimpi, visi atau harapan bersama untuk menjadikan pondok pesantren An-

Nahdlah dapat mencetak generasi muda yang Imtaq (berilmu, beramal, bertaqwa), berakhlak mulia serta mampu berkontribusi positif bagi masyarakat. Yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah santri.

- c. *Design* : Pengurus pondok merancang strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 7P atau *marketing mix* mulai dari (*Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence*) untuk peningkatan jumlah santri. Produk yang ditawarkan pondok An-Nahdlah yaitu Program Tahfidz Al-Qur'an, program ini menjadi daya tarik calon santri An-Nahdlah. Yang dimana santri belajar menghafal Al-Qur'an dengan didampingi ustadz mulai dari tahap dasar yaitu belajar makhrojul huruf pendalaman kitab tentang tajwid, binadzor Qur'an dan masuk tahap menghafal (Tahfidz) dan adanya pendampingan dari ustadz.
- d. *Define* : Pondok menentukan fokus prioritas program yang telah dirancang sesuai aset potensi yang dimiliki dan yang mudah diimplementasikan kedepannya.
- e. *Destiny* : Strategi program yang direncanakan telah dilaksanakan dengan baik, termasuk melakukan publikasi di media sosial seperti pembuatan brosur, pamflet, konten dan kegiatan pesantren untuk bahan promosi dan melakukan kegiatan untuk memasarkan program unggulan terutama program tahfidz Al-Qur'an seperti tahfidz on screen dan sema'an Qur'ani An-Nahdlah

Melakukan evaluasi secara berkala menunjukkan adanya peningkatan minat calon santri, dengan adanya pertanyaan yang masuk melalui media sosial, WhatsApp dan kunjungan langsung ke pondok. Namun, beberapa program seperti pembuatan profil pondok dan Tahfidz *Camp* belum dapat terlaksana. Yang disebabkan oleh kendala teknis dan waktu. Tindakan perbaikan telah dirumuskan untuk meningkatkan efektivitas program, termasuk prioritas pada program yang lebih menjangkau calon santri, pengadaan perangkat dokumentasi seperti Hp atau Kamera, dan peningkatan peran pengurus dalam proses penerimaan santri, meningkatkan kualitas pembelajaran tahfidz

Dengan demikian, upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD di pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan aset yang dimiliki dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen dapat meningkatkan jumlah santri secara signifikan.

Keberlanjutan program dan dievaluasi untuk perbaikan secara terus menerus menjadi kunci untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam mencetak generasi muda yang Imtaq dan meningkatkan jumlah santri secara maksimal nantinya.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dijelaskan, berikut beberapa saran dari peneliti :

1. Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen diharapkan harus tetap aktif melakukan publikasi informasi dan kegiatan di sosial media yang dimiliki.

Untuk mengenalkan ke dunia luar untuk branding pesantren dan dapat menarik minat calon santri baru

2. Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen semakin maksimal dalam melakukan proses pemasaran pondok pesantren untuk meningkatkan santri baru terutama dalam mengenalkan produk pesantren yaitu program tahfidz Qur'an
3. Pengasuh pondok pesantren diharapkan untuk memperkuat sistem pengawasan dan memberikan arahan kepada pengurus tim media dan pemasaran dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawabnya untuk bisa lebih maksimal kedepannya.
4. Segenap pengurus jajaran tim Media dan pemasaran pondok pesantren diharapkan lebih optimal dalam menjalankan program tersebut untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal kedepannya. Lebih semangat, rajin inisiatif, dan kreatif untuk pengembangan pemasaran kedepannya dan memenuhi tanggungjawab yang telah diberikan.

### **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis menyadari dalam penyusunan masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan, penyajian, maupun proses analisis. Oleh karena itu, penulis memohon kepada pembaca agar memberikan kritik dan saran yang membangun. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses

penyusunan skripsi ini hingga selesai. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembaca.