

## **PENDEKATAN ABCD DALAM UPAYA PENINGKATAN JUMLAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN AN-NAHDLAH KEBUMEN**

Astuti<sup>1</sup>, Agus Salim Chamidi<sup>2</sup>

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen

E-mail: [astutipambayun16@gmail.com](mailto:astutipambayun16@gmail.com)

### **Abstract**

This article aims to find out about the ABCD approach in an effort to increase the number of student at the An-Nahdlah Kebumen Islamic Boarding School. The purpose of the research are: (1) to find out what are the best practice assets owned by the An-Nahdlah Kebumen Islamic boarding school to increase the number of students; (2) to find out how the process of increasing the number of students through product marketing at the An-Nahdlah Kebumen Islamic Boarding School usithe ABCD approach. The type of research used is qualitative research. The subject of the informants studied were the caretakers, ustadz and the administrators of the islamic boarding school. Data collection technique used observation, interviews, focus group discussion (FGD), and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the research show that: An-Nahdlah Kebumen Islamic boarding school has various assets that include physical assets, human resources, social, culture, environment, finance, technology, digital networks, organizations, and time. Through the ABCD approach, these assets are mapped and optimized in the Discovery, Dream, Design, Define, and Destiny stages. In order to design and implement the right marketing strategy. The strategies implemented include media social, namely the creation of brochures, pamhlets, content by collaborating with campus media, the content media student activity unit, socialization of tahfidz programs through tahfidz on screen and qur'ani prayers. Evaluations are carried out periodically for the sustainability of the programs.

*Keywords: ABCD Approach, Students, Islamic Boarding School*

### **Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui tentang Pendekatan ABCD dalam upaya peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen. Tujuan penelitian adalah: (1) untuk mengetahui apa saja aset best practice yang dimiliki pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen untuk peningkatan jumlah santri; (2) untuk mengetahui bagaimana proses peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen dengan pendekatan ABCD. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Subjek Informan yang diteliti adalah pengasuh, ustadz dan pengurus pondok pesantren. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, fokus group discussion (FGD), dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian



data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pondok pesantren An-Nahdlah memiliki berbagai aset yang meliputi aset fisik, sumber daya manusia, sosial, budaya, lingkungan, finansial, teknologi, jaringan digital, organisasi, dan waktu. Melalui pendekatan ABCD, aset-aset ini dipetakan dan dioptimalkan dalam tahap Discovery, Dream, Design, Define, hingga Destiny. Guna merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat. Strategi yang diterapkan meliputi sosialisasi media yaitu pembuatan brosur, pamflet, konten dengan melakukan kolaborasi media kampus, Unit Kegiatan Mahasiswa Media Konten. Sosialisasi program tahfidz melalui tahfidz on screen dan semaun Qur'ani. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk keberlanjutan program kedepannya.

Kata Kunci: *Pendekatan ABCD, Santri, Pondok Pesantren*

## PENDAHULUAN

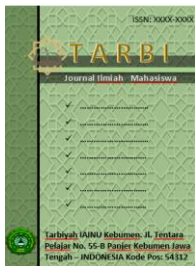
Upaya peningkatan jumlah santri perlu memperhatikan aset dan potensi yang dimiliki sebuah pesantren, hal ini sangat penting bagi keberlanjutan pesantren itu sendiri. Pondok Pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki peran penting dalam mencetak generasi muda yang berakhlak mulia, berpengetahuan luas, religius dan mampu beradaptasi menghadapi perkembangan zaman. Termasuk dalam hal pemasaran dan pengelolaan aset.

Di Indonesia, Pondok Pesantren terus berkembang seiring dengan kebutuhan pendidikan berbasis keagamaan yang relevan dengan dinamika global. Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah pondok pesantren pada tahun 2024 mencapai lebih dari 34.000 unit dengan jumlah santri lebih dari 4 juta jiwa.<sup>1</sup> Menunjukkan betapa besar kontribusi pesantren dalam sistem Pendidikan Nasional.<sup>2</sup>

Namun, ditengah pertumbuhan pesantren yang pesat, banyak lembaga menghadapi tantangan dalam menarik minat santri baru karena adanya persaingan dengan beberapa lembaga lain yang lebih modern. Persaingan antar lembaga pendidikan terutama pada pondok pesantren semakin kompetitif, perlu dilakukan adanya sebuah pemasaran yang baik untuk membangun citra diri dan menarik minat calon santri. Jika lembaga tersebut berhasil melakukan proses pemasaran, besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi sebuah

<sup>1</sup>Sikap Kemenag

<sup>2</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, Mewujudkan Santri Sehat Dan Sejahtera. Diakses Pada <https://Indonesia.Go.Id>



persaingan antar lembaga.

Menurut Kotler, Pemasaran adalah suatu kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penukaran.<sup>3</sup> Selain itu Stanton mengungkapkan bahwa pemasaran adalah keterkaitan antara sistem dengan kegiatan usaha dalam proses perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>4</sup>

Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen, seperti pesantren lainnya, juga mengalami dinamika tersebut. Di Kabupaten Kebumen sendiri, terdapat sekitar 74 pondok pesantren (Data Badan pusat Statistik Kabupaten Kebumen),<sup>5</sup> yang menciptakan persaingan ketat dalam merekrut santri. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat maka setiap lembaga pendidikan terutama lingkup pesantren berlomba-lomba menggunakan bermacam-macam metode dalam pemasaran supaya produk atau layanan jasa yang dimiliki semakin dikenal oleh banyak calon kosumen.

Oleh karena itu, pendekatan berbasis aset (*Asset Based Community Development*) ABCD dapat menjadi solusi strategis untuk mengoptimalkan potensi internal pesantren dalam upaya peningkatan jumlah santri. Pendekatan ABCD menekankan pada pemanfaatan aset, potensi yang dimiliki komunitas, baik berupa sumber daya manusia, fisik, sosial, maupun kultural, sebagai modal utama dalam pengembangan komunitas.<sup>6</sup>

Langkah-langkah pada pendekatan ABCD melalui 5D yaitu, *Discovery* (Penemuan Aset), *Dream* (Perumusan Mimpi), *Design* (merancang strategi), *Define* (Program Prioritas), dan *Destiny* (Implementasi dan Evaluasi).<sup>7</sup> Selain itu upaya peningkatan jumlah santri perlu menggunakan sebuah manajemen yang baik. Manajemen menurut George R. Terry merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan lainnya.<sup>8</sup>

<sup>3</sup>M. Fuad, Dkk, "Pengantar Bisnis", Cet Kelima, (Jakarta:Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2006), Hal 120.

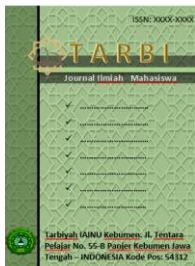
<sup>4</sup>Musnaini, Dkk, *Manajemn Pemasaran*, Cet Pertama, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), Hal. 2

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, Diakses pada <https://kebumenkab.bps.go.id>

<sup>6</sup> Wawan, *Asset Based Community Development (ABCD)*, Cet Pertama, (Samarinda: Pt. Gaptek Media Pustaka, 2022), Hal.1

<sup>7</sup> Ibid, hal. 80-81

<sup>8</sup>Ria Retno Dewi, *Dasar-Dasar Manajemen*, Cet Pertama, (Bandung:Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), Hal.1



Manajemen menurut William Edward Deming merupakan suatu proses yang terdiri empat rangkaian kegiatan secara berurutan mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan pemeriksaan serta tindak lanjut atau dikenal dengan sebutan PDCA. Pendekatan PDCA (*Plan, Do, Check, Act*). Diimplementasikan untuk melakukan suatu perubahan seperti proses atau sistem. PDCA adalah suatu siklus yang terus yang berputar dan terhubung antar satu proses dengan proses lainnya. Proses ini terus berlanjut dan dilakukan secara terus menerus. Jika hasil sesuai dengan tujuan yang ditetapkan maka proses ini dapat digunakan untuk kedepannya.<sup>9</sup>

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui apa saja aset, potensi, produk, dan best practice yang dimiliki Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen untuk peningkatan jumlah santri. (2) Untuk mengetahui bagaimana proses peningkatan santri melalui pemasaran produk di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen dengan Pendekatan ABCD

Dengan demikian penelitian ini menjadi penting dilakukan mengingat masih terbatasnya kajian yang membahas tentang pendekatan ABCD dalam upaya peningkatan jumlah santri. Pendekatan ini menawarkan perspektif baru dalam pengembangan pesantren dengan berbasis pada optimalisasi aset, potensi, dan evaluasi berkelanjutan. tidak hanya berfokus pada kelemahan atau masalah yang dihadapi.

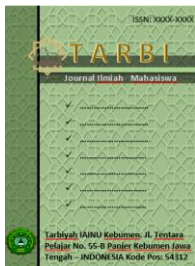
Penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agus Salim Chamidi, Benny Kurniawan, Agus Nursoleh (2023) "Pengembangan Petani Organik melalui Pendekatan ABCD".<sup>10</sup> Alfian Izzat El Rahman (2021) "Pemasaran Efektif Dan Efisien: Pemberdayaan Terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM Santri pada Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dalam Memasarkan Hasil Kreativitas Santri secara Efektif dan Efisien"<sup>11</sup>, Nursaimah Harahap (2022) "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Syekh Ahmad Daud Annaqosabandy Kec.

---

<sup>9</sup>Sri Kuswardani, Katalog Dalam Terbitan (Kdt) Perpustakaan Nasional Republik Indonesia Implementasi Supervisi Pendidikan, Cet 1, (Semarang: Cv. Pilar Nusantara, 2020), Hal. 114

<sup>10</sup>Agus Salim Chamidi, Dkk, "Pengembangan Petani Organik Melalui Pendekatan Abcd. Dikmas: *Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*," 3(1), Hal. 77-98, 2023

<sup>11</sup>Alfian Izzat El Rahman, "Pemasaran Efektif Dan Efisien: Pemberdayaan Terhadap Komunitas Pengembangan Kualitas Asset SDM Santri Pada Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember Dalam Memasarkan Hasil Kreativitas Santri Secara Efektif Dan Efisien." *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.2 No.1 (2021)



Hulu Sihapas Kab.Padanglawas Utara”.<sup>12</sup>

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah pendidikan pesantren yang efektif dan berkelanjutan karakteristik dan potensi masing-masing. Dengan memetakan aset-aset yang dimiliki dan merancang strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah santri, pesantren diharapkan dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjaga nilai-nilai keislaman yang menjadi fondasinya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah dengan metode penelitian kualitatif pendekatan ABCD. Penelitian kualitatif metode meneliti mendalam pada fenomena dengan mengkaji secara detail pada kasus sifat masalah yang diteliti secara berbeda-beda.<sup>13</sup>

Pendekatan ABCD yang dipelopori oleh John McKnight dan Jody Kretzmann pada 1993 yang merupakan sebuah pendekatan dalam pengabdian kepada masyarakat dengan melihat serta mengetahui kekuatan dan aset yang ada untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya. Aset yang dimiliki dan program yang berkelanjutan merupakan modal besar dalam melakukan perubahan agar tercapai perbaikan kualitas pendidikan.<sup>14</sup>

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi, wawancara, focus group discussion dan dokumentasi. Teknik Analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.<sup>15</sup>Tempat penelitian ini berlangsung di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber informasi atau Informan penelitian yaitu pengasuh, ustadz dan pengurus Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen.

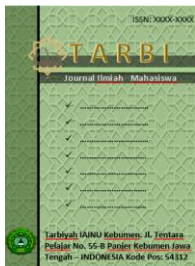
---

<sup>12</sup>Nursaimah H, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Syekh Ahmad Daud Annaqosabandy,” *Jurnal Tadbir*, 2022 Vol 4 No 2

<sup>13</sup> Syafrida Hafni Sanir, “Metodologi Penelitian”, Cet Pertama, Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia), 2021. Hal.41

<sup>14</sup> Andriani Samsuri, “Pendekatan ABCD Untuk Meningkatkan Mutu Literasi Di Madrasah,” Vol 1, No 2 (2021)

<sup>15</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Yogyakarta:Pustaka Ilmu, 2020), Hal 163



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pendekatan ABCD dalam Upaya peningkatan Jumlah Santri di Pondok Pesantren An-Nahdlah Kebumen. Hasil dan pembahasan penelitian yang telah diperoleh dari lapangan melalui Fokus Group Discussion Pengurus Pondok pesantren An-nahdlah Kebumen pada 16 Mei 2025.<sup>16</sup>

### 1. *Plan (Perencanaan)*

Pondok pesantren An-Nahdlah dalam upaya peningkatan jumlah santri melalui pemasaran produk dengan pendekatan ABCD melakukan perencanaan berikut : Mengidentifikasi Aset, Potensi, Produk, dan Best practice, Menyusun rencana program upaya peningkatan dengan pemasaran produk marketing mix 7P dan Alur penerimaan santri, Membentuk Tim Promosi, Menentukan jadwal kegiatan promosi dan menyusun bahan promosi pondok

#### a. *Discovery (Penemuan Aset dan Potensi)*

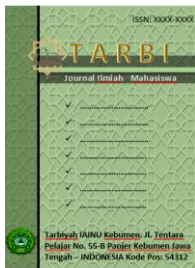
Tahap discovery adalah proses menggali, mencari mengidentifikasi Aset, potensi, best practice yang dimiliki Pondok pesantren An-Nahdlah. Berdasarkan hasil Fokus Group Discussion penelitian menunjukkan bahwa pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen memiliki berbagai Aset yang dapat mendukung upaya peningkatan jumlah santri.

Aset tersebut telah di kelompokkan berdasarkan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), di antaranya adalah Aset fisik, Aset SDM, Aset Sosial, Aset Teknologi, Aset Lingkungan, Aset Budaya, Aset Finansial, Aset Organisasi, Aset Waktu dan Aset Jaringan digital. Pada tabel berikut menyajikan pemetaan Aset, Potensi, Produk, dan Best practice Pondok pesantren An-Nahdlah :

**Tabel 1. Pemetaan Aset**

Aset Mapping	Keterangan	Potensi	Best Practice
<b>Aset Fisik</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• BLK, Gedung asrama, masjid, majlis, kantin</li><li>• Gudang, kantor, alat pembelajaran</li></ul>	Lengkap	Sarana penunjang pendidikan dan kehidupan santri lengkap	Sarana prasarana pendukung digunakan untuk kegiatan santri

<sup>16</sup> Focus Group Discussion, dengan Pengurus Pondok Pesantren An-Nahdlah pada 16 Mei 2025



## Tarbi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol 4 (2) Tahun 2025: 309-326

ISSN: 2829-5072

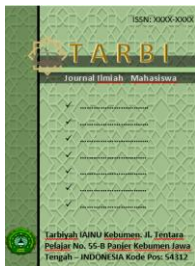
Jalan Tentara Pelajar No 55B, Telp: (0287) 385902 Kebumen 54312

Web jurnal : [www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id](http://www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id) email: [tarbichannel@gmail.com](mailto:tarbichannel@gmail.com)

Aset Mapping	Keterangan	Potensi	Best Practice
(whiteboard, kitab, meja, ATK, Sound system) <ul style="list-style-type: none"> <li>MCK, dapur, tempat tidur dan kasur, Rak</li> <li>Parkiran</li> </ul>			
<b>Aset SDM</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pengasuh</li> <li>Pengurus</li> <li>Ustadz berkompeten</li> <li>Santri aktif</li> <li>Alumni meluas</li> </ul>	Lengkap	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas pendidikan dan pengelolaan pesantren melalui tenaga pengasuh, ustadz dan pengurus.</li> <li>Santri sebagai mahasiswa</li> <li>Santri Mampu mengisi kegiatan keagamaan</li> </ul>	Santri pernah mengisi kegiatan pesantren kilat pada bulan ramadhan 2025 di SMP N 1 Buluspesantren
<b>Aset Sosial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hubungan baik dengan wali santri dan alumni</li> <li>Relasi dengan instansi, tokoh masyarakat</li> </ul>	Belum Lengkap	Peluang menjalin kerjasama program, kegiatan dan bantuan pesantren	Pernah berkolaborasi dengan PCNU, kampus dan Unit Kegiatan Mahasiswa
<b>Aset Teknologi</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Media sosial pesantren</li> <li>Jaringan Internet /Wi-fi</li> <li>Laptop dan Printer</li> </ul>	Belum Lengkap	Menjadi sarana pembelajaran, publikasi, promosi digital, akses media sosial dapat meluas dan mengikuti perkembangan zaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembelajaran via online yaitu zoom dan youtube</li> <li>Santri dilibatkan dalam proses Dokumentasi kegiatan oleh sie dokumentasi</li> </ul>
<b>Aset Lingkungan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tanah lahan</li> <li>Tanaman, pohon</li> <li>Sumber air bersih/ sumur bor</li> <li>Lokasi strategis</li> </ul>	Lengkap	Lokasi strategis	Santri dilibatkan dalam perawatan lingkungan pesantren yaitu dengan adanya Piket pondok, halaman, masjid dan perawatan tanaman
<b>Aset Budaya</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tradisi ngaji kitab kuning, Lalaran, Simakan</li> <li>Tahlil, Mujahadah</li> <li>Ragam Bahasa</li> <li>Pakaian Khas (Sarung, jas)</li> </ul>	Lengkap	Melestarikan tradisi dan kearifan lokal	Pembiasaan kegiatan tahlil, mujahadah lalaran sebagai pembentukan karakter

Aset Mapping	Keterangan	Potensi	Best Practice
<ul style="list-style-type: none"> <li>Budaya saling menghormati</li> <li>Semangat, gotong royong</li> </ul>			
<b>Aset Finansial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dana pembayaran santri</li> <li>Unit usaha Pesantren</li> </ul>	Lengkap	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber pendanaan dapat untuk operasional dan pengembangan pesantren</li> <li>Sarana praktik kewirausahaan Santri secara langsung</li> </ul>	Unit usaha dijalankan santri dan diawasi pengasuh sebagai pendidikan kewirausahaan
<b>Aset Organisasi dan Kepemimpinan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Struktur pengurus pondok</li> <li>Kepemimpinan Ustadz</li> <li>Tata tertib</li> </ul>	Lengkap	<ul style="list-style-type: none"> <li>Struktur pengurus jelas dapat terciptaya sistem pesantren yang tertib dan dapat mendukung disiplin santri</li> <li>Kepemimpinan ustad yang dalam mengajar</li> </ul>	Santri dilibatkan dalam pengelolaan kegiatan pondok berdasarkan struktur pengurus dan santri bertanggungjawab mengatur kegiatan harian seperti piket dan jadwal belajar
<b>Aset Waktu</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jadwal harian disiplin (sholat berjamaah, belajar ngaji)</li> <li>Sistem pembagian waktu antara akademik dan ngaji</li> <li>Waktu luang</li> </ul>	Lengkap	Pembagian waktu antar kegiatan sehingga bisa seimbang (Disiplin)	Jadwal harian Santri yang ketat mewajibkan mengatur waktu antara belajar, ibadah berjamaah, ngaji, dan kegiatan pribadi/organisasi
<b>Aset Jaringan Digital</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grup wali santri dan Alumni</li> <li>Grup Pondok pesantren Kebumen</li> <li>Akun resmi Instagram</li> </ul>	Belum Lengkap	Menjalin komunikasi dengan wali santri, alumni serta dapat melakukan promosi digital pesantren	Informasi disampaikan cepat via WhatsApp Grup untuk koordinasi rutin

Berdasarkan analisis tabel pemetaan aset tersebut menunjukkan bahwa pondok pesantren An-Nahdlah telah memiliki modal kuat secara internal pondok untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah santri. Aset tersebut menjadi dasar pendekatan ABCD, yaitu kekuatan internal dimanfaatkan untuk



melakukan sebuah perubahan.

**b. Dream (Perumusan Impian Bersama)**

Mimpi yang telah dirumuskan yaitu “Menjadi pondok pesantren yang mampu mencetak generasi muda yang Imtaq (berilmu, beramal, bertaqwa), berakhlak mulia serta mampu berkontribusi positif bagi masyarakat.”

Mimpi tersebut menjadi pedoman arah strategi pemasaran kedepannya, hal ini sejalan dengan teori ABCD (*Asset-Based-Community-Development*) yang menekankan pada pengembangan berdasarkan kekuatan yang dimiliki sebuah komunitas yaitu Pondok Pesantren An-Nahdlah.

**c. Design (Perancangan Strategi)**

Berdasarkan penemuan aset dan Impian bersama, strategi pemasaran dirancang menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P atau marketing Mix sebagai berikut :

**1. Product (Produk)**

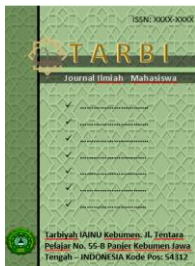
Produk yang ditawarkan pondok An-Nahdlah yaitu Program Tahfidz Al-Qur'an, program ini menjadi daya tarik calon santri An-Nahdlah. Program tahfidz menjadi program unggulan yang ada hingga saat ini. Yang dimana santri belajar menghafal Al-Qur'an dengan didampingi ustadz mulai dari tahap dasar yaitu belajar makhrojul huruf pendalaman kitab tentang tajwid, binadzor Qur'an dan masuk tahap menghafal (Tahfidz) jika sudah diperintah. Disetiap selesai juz nantinya akan ada tasmi hafalan hal ini untuk mengulang kembali hafalan santri setelah disetorkan ke ustadz pengampu dan di simak secara bersamaan

**2. Price (Harga)**

Branding biaya pendidikan yang ditawarkan relatif terjangkau. Untuk biaya registrasi santri baru Rp.75.000, SPP per bulan Rp.150.000. Biaya artibut mulai dari jas almet, sarung pondok dan kitab terjangkau. Pembayaran bisa dilakukan secara angsuran sesuai dengan kemampuan pribadi tiap santri. Sehingga hal ini tidak memberatkan santri.

**3. Place (Tempat)**

Lokasi pondok pesantren An-Nahdlah sangat strategis dipusat kebumen kota berada dilingkungan Kampus IAINU Kebumen.



#### **4. Promotion (Promosi)**

Sistem promosi yang digunakan untuk pemasaran dalam peningkatan jumlah santri menggunakan media sosial berupa Instagram pondok pesantren, brosur dan pamflet, pembuatan konten promosi dan kegiatan promosi pondok dan produk secara offline,

#### **5. People (Orang)**

Orang yang melakukan kegiatan tersebut yaitu Tim Promosi mulai dari pembuatan konten, editing, monitoring dan bagian administrasi. Pengasuh, ustadz, pengurus dan santri juga cukup berperan pada proses tersebut untuk turut serta memaksimalkan program.

#### **6. Process (Proses)**

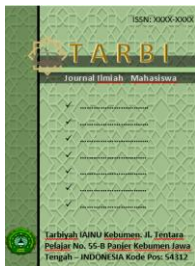
Proses pemasaran dengan cara membuat bahan promosi seperti brosur, pamflet dan konten promosi dan kegiatan pesantren yang menarik calon santri dan mengikuti perkembangan trend. Sedangkan untuk pemasaran produknya melalui program Tahfidz On screen (Tasmi Hafalan, Murojaah) dan simakan Qur'ani.

Sedangkan alur penerimaan yaitu :

- a) Pendaftaran secara offline datang langsung ke pondok dengan pengurus atau online melalui WhatsApps dan Instagram
- b) Pertemuan dengan pengasuh dan wali santri
- c) Melakukan Registrasi santri baru dan mengisi lembar surat pernyataan tata tertib pondok
- d) Pengenalan santri baru dengan keluarga besar pondok An-Nahdlah

#### **7. Physical Evidence (Bukti Fisik)**

Pondok pesantren An-Nahdlah menampilkan bukti fisik untuk mendukung proses pemasaran produk peningkatan jumlah santri seperti fasilitas pendukung yang ada. Yaitu dengan adanya bangunan representatif, Fasilitas memadai, Balai Latihan Kerja, Ruang majelis pembelajaran, Majelis, Seragam berupa Jas Almameter dan sarung pondok, asrama santri memadai. Dan untuk media promosi memiliki brosur, Konten promosi, program promosi offline dan media sosial aktif pondok pesantren berupa instagram.



## 2. Do (Pelaksanaan)

Pada tahap ini pondok pesantren An-Nahdlah melaksanakan Program yang sudah di rencanakan yaitu diantaranya melakukan publikasi di media sosial (Instagram dan WhatsApp), Pembuatan dan penyebaran brosur, pamflet, konten penerimaan santri baru, program pemasaran tahfidz berupa (simakan qur'ani, tasmi hafalan dan dokumentasi program tahfidz. Selain itu melakukan sistem pelayanan informasi serta pendaftaran santri secara offline dan online.

### d. Define (Penentuan Fokus Prioritas)

Berdasarkan pertimbangan aset yang tersedia pada tahap ini yaitu memilih strategi yang menjadi prioritas. Program yang dipilih berdasarkan ketersediaan aset yang dimiliki, mudah dalam mengimplementasi dan potensi dampak peningkatan jumlah santri, program tersebut yaitu :

1. Pembuatan dan publikasi konten promosi dan dokumentasi kegiatan pondok pesantren secara aktif terjadwal, konten mengikuti tren saat ini dan kerjasama dengan UKM Media Komunikasi (MeKo) dan Tim media kampus IAINU Kebumen
2. Pembuatan brosur penerimaan santri baru dan menjalin kerjasama dengan tim sosialisasi kampus untuk bisa dipaparkan saat melakukan registrasi calon mahasiswa baru. Brosur memuat tentang (Profil, Fasilitas, Pembiayaan, Program Pendidikan, Dokumentasi Kegiatan, timeline pendaftaran)
3. Pembuatan pamflet penerimaan santri baru dan disebarluaskan di sosial media
4. Pembuatan profil pondok pesantren (Video/Website)
5. Semaan Qur'ani An-Nahdlah, untuk mengenalkan program tahfidz ke mahasiswa IAINU Kebumen
6. Tahfidz On Screen, mendokumentasikan kegiatan tahfidz berupa (Muroja'ah, Tasmi Hafalan), Testimoni Alumni Tahfidz An-Nahdlah
7. Tahfidz Camp, menginap 2 malam mengundang peserta didik SMA/SMK untuk belajar, memperdalam hafalan, muroja'ah simakan bersama dan kajian motivasi qur'an
8. Khotmil Qur'an Juz 30, mengundang segenap wali santri dan masyarakat umum

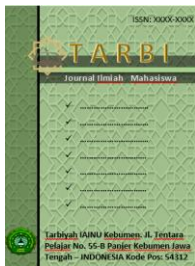


**e. *Destiny* (Implementasi dan Berkelanjutan)**

Pada tahap pengimplemtasian program yang telah di rancang sebelumnya berdasarkan kekuatan aset yang dimiliki pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen. Dalam pendekatan Asset Based Community Development, destiny bukan hanya tentang pelaksanaan program, tetapi mencangkup keberlanjutan dalam memanfaatkan potensi internal pondok secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pemetaan aset diatas dan strategi yang telah dirumuskan, pondok pesantren An-Nahdlah telah mengimplementasikan beberapa upaya pemasaran antara lain :

- 1) Pembuatan Brosur penerimaan santri baru, yang berisi beberapa informasi terkait pondok mulai dari profil pondok, visi misi, pembiayaan, fasilitas, program pendidikan yang ditawarkan dan dokumentasi kegiatan. Hal ini diharapkan para calon santri atau pembaca akan paham mengetahui tentang gambaran pondok pesantren sebelum datang langsung ke pondok tersebut hal ini salahsatu bentuk memanfaatkan aset Fisik, SDM dan Media. Brosur disebarakan melalui media dan menjalinkerjasama dengan pelayanan tim sosialisasi kampus IAINU Kebumen untuk pemaparan pada calon mahasiswa baru.
- 2) Pembuatan pamflet digital dan disebarluaskan melalui media sosial milik pribadi dan menjalin kerjama dengan Tim media Kampus IAINU Kebumen. Untuk memudahkan jangkauan lebih luas dalam proses pemasaran pondok tersebut. Kegiatan ini salah satu bentuk pemanfaatan aset teknologi dan jaringan digital.
- 3) Pembuatan dan publikasi Konten Promosi pondok dan dokumentasi kegiatan pondok pesntren An-Nahdlah untuk menjadi branding pesantren. Proses pembuatan konten dengan cara menjalin kerjasama dengan Unit Kegiatan Mahasiswa Media dan Konten (MeKo) IAINU Kebumen.
- 4) Tahfidz On screen (Muroja'ah, Tasmi hafalan) yang berupa dokumentasi Kegiatan program tahfidz dan di sebarakan melalui media sosial. Untuk mengenalkan terkait program tahfidz yang ada di pondok pesantren An-Nahdlah dan menjadi daya tarik calon santri baru



- 5) Semaan Qur'ani An-Nahdlah, kegiatan ini untuk melatih santri tahfidz An-Nahdlah untuk mengulas kembali mensimakan hafalannya didepan umum para santri dan mahasiswa IAINU Kebumen sekaligus menjadi ajang mempromosikan program tahfidz

### 3. *Check (Pemeriksaan)*

Pemeriksaan program dievaluasi penanggungjawab program dan pengurus pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen setiap 2 minggu sekali dengan meninjau efektivitas berlangsungnya program yang telah dijalankan. Untuk mengetahui kendala yang dialami saat proses pelaksanaan terutama pada bidang teknis. Dan untuk mengetahui hasil dari implementasi program yaitu sebagai berikut :<sup>17</sup>

- a. Pembuatan pamflet dan brosur, hasilnya menunjukkan bahwa sudah mulai adanya calon santri yang bertanya terkait pondok pesantren An-Nahdlah Kebumen melalui online nomor WhatsApps pondok yang bisa dihubungi dan salah satunya sudah mendaftar melakukan registrasi datang survey ke pondok untuk room tour dan bertanya lebih jauh tentang pondok secara offline. Selain melalui Chat, ada yang mencari informasi pondok pada brosur melalui pihak pelayanan Umum Kampus IAINU Kebumen dan disosialisasikan oleh staff kampus
- b. Pembuatan konten promosi dan kegiatan Pondok dengan menjalin kerjasama dengan Unit Kegiatan Mahasiswa Media dan Konten (MeKo) untuk memudahkan dalam teknis dan pengeditan. Dengan konten menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada jangkauan dan interaksi media sosial pondok. Akun instagram pondok mulai menunjukkan pertumbuhan pengikut (followers), meningkatnya jumlah tayangan konten, serta interaksi melalui like, komentar dan pesan masuk (DM) yang berkaitan dengan informasi pendaftaran santri baru. Hal ini terjadi seiring dengan menjalin kolaborasi media antara akun pondok dan akun kampus IAINU Kebumen. Peningkatan ini menjadi indikator awal keberhasilan strategi pemasaran berbasis konten digital setra membuka peluang untuk penguatan branding pesantren ke depannya.

---

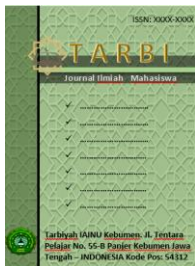
<sup>17</sup> Focus Group Discussion dengan pengurus pondok pesantren, pada 23 Juni 2025



- c. Tahfidz On Screen, yang dimaksud dengan program ini yaitu mengenalkan program tahfidz melalui media. Yang berupa kegiatan (Murojaah, Tasmi Hafalan santri tahfidz, dan testimoni santri tahfidz yang telah selesai atau lulus dari pesantren An-Nahdlah. Dengan mengenalkan program tersebut diharapkan calon santri lebih mengetahui tentang produk yang menjadi keunggulan dan daya tarik santri di Pesantren An-Nahdlah kebumen. Karena program ini berkaitan dengan media, hasil dari program ini juga banyak yang merasa tertarik dan menunjukkan interaksi semakin meningkat.
- d. Semaan Qur'ani An-Nahdlah, program ini untuk melatih santri yang sudah tahfidz untuk mensimakan hafalan yang telah disetorkan ke ustadz dan disaksikan oleh santri dan mahasiswa IAINU. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan terkait program tahfidz ke mahasiswa lingkup kampus IAINU Kebumen dan sebagai ajang mempromosikan program tahfidz sebagai salah satu produk yang dimiliki An-Nahdlah. Acara tersebut berjalan dengan lancar meskipun jumlah peserta dari luar pesantren masih sedikit. Harapannya kedepannya bisa dipersiapkan lebih matang jauh-jauh hari supaya bisa memaksimalkan para peserta yang datang sekaligus menjadi target pemasaran.

Namun demikian, tidak seluruh program terlaksana secara optimal. Salah satu program yang belum terealisasi adalah

- 1) Pembuatan profil pondok berupa video atau website. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, antara lain :
  - Belum tersedianya perangkat khusus ( HP atau kamera milik pondok pribadi) untuk memenuhi segala kebutuhan dokumentasi, pembuatan konten secara mandiri.
  - Kinerja Tim yang masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam hal inisiatif, tanggungjawab, konsistensi produksi konten dan publikasi
- 2) Tahfidz Camp. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, antara lain:
  - Keterbatasan waktu untuk melakukan persiapan dan belum matang melaksanakan program tersebut
  - Belum dapat menjangkau target peserta didik tingkatan SMA/SMK secara maksimal



- Program dipertimbangkan dapat dilaksanakan untuk periode berikutnya dengan persiapan yang lebih matang
- 3) Khotmil Qur'an 30 Juz, belum dapat terlaksana karena mengingat santri yang belum selesai mencapai tahap tersebut. Bisa berjalan dikemudian hari jika santri sudah selesai menghafal 30 juz bil ghoib. Dengan juga memaksimalkan para undangan yaitu wali santri dan juga masyarakat umum dan sebagai ajang promosi tahfidz.

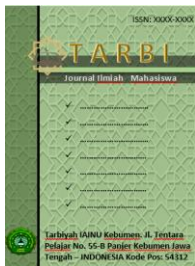
#### **4. Act (Tindakan)**

Pada tahap ini Penanggungjawab program akan melakukan tindakan berupa perbaikan terhadap apa yang telah terjadi selama mengimplementasikan beberapa program yang telah ditentukan

Meski demikian, proses tersebut telah dijalankan hingga saat ini menunjukkan komitmen pondok dalam melakukan peningkatan jumlah santri dengan pemasaran produk yang dimiliki. Proses evaluasi berkala terhadap pelaksanaan program tersebut dilakukan pengurus satu bulan sekali, sebagai bentuk pemeriksaan untuk mengetahui efektivitas strategi yang dilakukan dan adanya perbaikan.

Beberapa perbaikan yang dapat dilakukan yaitu dengan cara :

- a. Memprioritaskan program yang lebih utama dan dapat menjangkau calon santri baru untuk meningkatkan jumlah santri
- b. Dapat mulai sedikit mengusahakan pembelian HP atau kamera pribadi pondok pesantren untuk kebutuhan kedepannya seperti mendokumentasikan kegiatan, Bahan promosi, pembuaan konten dan memudahkan komunikasi dengan calon santri dan aktif publikasi terkait kegiatan dan penerimaan santri baru.
- c. Memaksimalkan peran pengurus untuk memahami akan tanggungjawabnya masing-masing terutama diprogram penerimaan santri baru mulai awal pemasaran hingga registrasi.
- d. Merumuskan program peningkatan jumlah santri jauh-jauh hari, untuk dapat memaksimalkan waktu persiapan secara maksimal kedepannya.



## KESIMPULAN

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

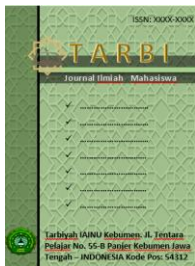
1. *Discovery* : Pondok pesantren telah melakukan pemetaan aset pondok pesantren dengan mengidentifikasi potensi yang dimiliki. Pesantren An-Nahdlah memiliki 10 Aset yang dapat dimaksimalkan untuk peningkatan jumlah santri
2. *Dream* : Pondok merumuskan mimpi, visi atau harapan bersama untuk menjadikan pondok pesantren An-Nahdlah dapat mencetak generasi muda yang Imtaq (berilmu, beramal, bertaqwa), berakhlak mulia serta mampu berkontribusi positif bagi masyarakat.
3. *Design* : Pondok merancang strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 7P mulai dari (Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence) untuk peningkatan jumlah santri
4. *Define* : Pondok menentukan fokus prioritas program yang telah dirancang yang mudah diimplementasikan dan berdampak
5. *Destiny* : Mengimplementasikan program sosialisasi melalui media seperti pembuatan brosur, pamflet, konten media sosial dan melakukan kolaborasi dengan Kampus IAINU Kebumen dan Unit Kegiatan Mahasiswa Media Konten (MeKo). Dan kegiatan sosialisasi program tahfidz yaitu tahfidz on screen dan simakan Qur'ani..

### a. Perencanaan (*Plan*)

Pondok pesantren An-Nahdlah telah melakukan pemetaan aset yang dimiliki, serta menyusun rencana program pemasaran yang melibatkan pembentukan tim promosi dan penyusunan bahan promosi penerimaan santri baru. Pemetaan aset menunjukkan bahwa pondok memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah santri

### b. Pelaksanaan (*Do*)

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-Nahdliyah

c. Pemeriksaan (*Check*)

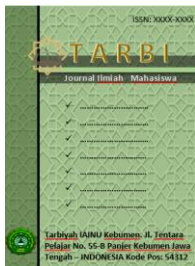
Melakukan evaluasi secara berkala menunjukkan adanya peningkatan minat calon santri, dengan adanya pertanyaan yang masuk melalui media sosial, WhatsApp dan kunjungan langsung ke pondok. Namun, beberapa program seperti pembuatan profil pondok dan Tahfidz Camp belum dapat terlaksana. Yang disebabkan oleh kendala teknis dan waktu

d. Tindakan (*Act*)

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, Diakses pada <https://kebumenkab.bps.go.id>
- Chamidi, Salim Agus, Dkk. (2023). Pengembangan Petani Organik Melalui Pendekatan ABCD. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*
- Dewi. Retno, (2020). *Dasar-Dasar Manajemen, Cet Pertama*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung)
- El Rahman, A. I. (2021). Pemasaran Efektif Dan Efisien: Pemberdayaan Terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM Santri Pada Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember Dalam Memasarkan Hasil Kreativitas Santri Secara Efektif Dan Efisien. *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*
- Fuad, M, (2006). *Pengantar Bisnis Cet Kelima*, (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama)
- Harahap, Nursaimah (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Syekh Ahmad Daud Annaqosabandy, *Jurnal Tadbir*
- Hardani, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu)
- Kementerian Agama Republik Indonesia, Pesantren: Dulu, Kini, Dan Mendatang. Diakses



Pada <https://kemenag.go.id>

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). Mewujudkan Santri Sehat Dan Sejahtera.

Diakses Pada <https://indonesia.go.id>

Kuswardani Sri, (2020). *Katalog Dalam Terbitan (KDT) Perpustakaan Nasional Republik Indonesia Implementasi Supervisi Pendidikan*, Cet Pertama, (Semarang: Cv. Pilar Nusantara)

Musnaini, (2021). *Manajemen Pemasaran, Cet Pertama* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri)

Samsuri, Andriani, (2021). *Pendekatan ABCD Untuk Meningkatkan Mutu Literasi Di Madrasah*

Sanir, Hafni, (2021). *Metodologi Penelitian, cet Pertama* (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia)

Wawan, (2022). *Asset Based Community Deveelopment (ABCD), Cet Pertama* (Samarinda: Pt. Gaptek Media Pustaka)