

ABSTRAK

ISMAIL MARJUKI. 2021.STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SANTRI DI PONDOK PESANTREN NURUL QADIM KALIKAJAR KULON PAITON PROBOLINGGO. Skripsi. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Dosen Pembimbing (1) Drs. Moch. Fachri, M.Pd. Pembimbing (2) Eka Diana, M.Pd.

KATA KUNCI: Strategi Marketing, Kuantitas Santri

Strategi pemasaran dianggap sangat penting sebagai cara untuk mencapai dan melihat keunggulan kompetitif, dalam menentukan keberhasilan dan suatu kesuksesan organisasi, Lembaga maupun perusahaan. Strategi pemasaran yang ditetapkan Pondok Pesantren Nurul Qadim dalam meningkatkan kuantitas santri yaitu dengan memakai bauran pemasaran sehingga mampu menghadapi persaingan di era modern saat ini dan dapat menumbuhkan ketertarikan minat dari masyarakat.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, sumber data melalui pengelola dan santri. Data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian penulis di pondok pesantren Nurul Qadim yang berhasil dihimpun dalam pembahasan terhadap data - data mengenai strategi marketing Pondok Pesantren Nurul Qadim diformulasikan melalui bauran pemasaran meliputi *product* : produk yang ada pada pondok pesantren Nurul Qadim yaitu popularitas Kyai dan prestasi santri, *Price* : Pondok Pesantren Nurul Qadim menetapkan “standar biaya ringan” *Place* : Infrastruktur yang baik dan strategi serta mampu dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun roda empat memungkinkan Pondok Pesantren Nurul Qadim dapat mencapai target pasar yang dituju, *Promotion* : Promosi yang dilakukan pondok pesantren Nurul Qadim yaitu melalui tausiyah kyai, alumni santri, dan media sosial. Temuan lain yang peneliti temukan dari bauran pemasaran yang digunakan Pondok Pesantren Nurul Qadim yang paling dominan adalah strategi Promosi dimana bauran ini paling berperan dalam meningkatkan kuantitas santri. Promosi tersebut adalah promosi melalui media sosial dan alumni santri, promosi

melalui media sosial meliputi media syubbanul muslimin, media Nurul Qadim, melalui Robbani (Alumni Robitoh Nurul Qadim). Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas santri di Pondok Pesantren Nurul Qadim melalui bauran pemasaran, yang mana bauran pemasaran digunakan pondok pesantren Nurul Qadim sangat berperan penting dalam meningkatkan kuantitas santri, hanya saja dari keempat bauran pemasaran yang digunakan Pondok Pesantren Nurul Qadim satu yang paling dominan dalam meningkatkan kuantitas santri yaitu melalui strategi promosi menggunakan media syubbanul muslimin, Alumni santri (Robbani).

