

ABSTRAK

Muhammad Nur Soleh, NIM 1610120002. Strategi Pengembangan *Brand Image* Pondok Tahfidh Al Qur'an (Studi Kasus di Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus). Skripsi, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus Fakultas Tarbiyah.

Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus merupakan salah satu dari sekian banyak pesantren tahfidh al Qur'an yang ada di Kudus. Sebagai sebuah lembaga pendidikan Islam yang berada di bawah naungan Yayasan Arwaniyyah, maka tentunya Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus telah memiliki *brand image* di kalangan masyarakat luas, bahkan seluruh daerah Indonesia. Dalam mengembangkan brand image ini, Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an memiliki beberapa strategi khusus. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mendeskripsikan konsep *brand image* di Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus; 2) untuk mendeskripsikan kondisi Penilaian pelanggan internal dan eksternal Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus; (3) untuk mendeskripsikan strategi *brand image* Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus.

Penelitian ini merupakan studi lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Subyek dan informan penelitian meliputi: Ketua Pelaksana, ustadz, santri, Orang tua/wali santri, Alumni dan masyarakat.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk validitas data menggunakan teknik Triangulasi Sumber. Triangulasi Metode dan Triangulasi Metode. Sedangkan analisis data menggunakan teknik reduksi data, display data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Berdasarkan temuan, analisis data, dan pembahasan, hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) konsep *brand image* Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja Bejen Kudus adalah suatu citra kelembagaan PTYQR untuk menjalin hubungan dan Penilaian terhadap wali santri dan masyarakat sebagai lembaga yang mengintegrasikan pendidikan Tahfidh Al Quran dan Tafaqquh Fiddin untuk mencetak Generasi Qur'ani yang amaly, terpadu dengan IMTAQ dan IMTEK, serta berakhlakul karimah; (2) kondisi Penilaian Pelanggan Internal dan Eksternal terhadap PTYQR (Pondok Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Remaja) Bejen Kudus, yaitu: a) Pesantren Tahfidh dengan sanad Al Quran yang kuat dari KH. Arwani Amin; b) Pesantren Tahfidh yang mengintegrasikan program tahfidh Al Quran dan Tafaqquh fiddin; c) Pesantren Tahfidh yang membiasakan akhlak mulia, yaitu disiplin, sopan santun, dan *tawadhu'*; d) Pesantren Tahfidh yang memiliki kompetensi bacaan al Quran yang baik, tartil, lancer, dan fasih; e) Pesantren Tahfidh yang memiliki lokasi yang dekat dengan ndalem Pengasuh; f) Pesantren Tahfidh yang tenang dan nyaman, serta ada program pendampingan untuk usia remaja; dan g) Pesantren Tahfidh yang cocok untuk usia Remaja; dan (3) Strategi pengembangan brand image PTYQR ialah berbagai teknik atau kiat untuk meningkatkan brand image berdasarkan ciri keunggulan program PTYQR, yaitu Pondok Pesantren Tahfidh dan tafaqquh fiddin untuk kelompok usia remaja. Berbagai kiat dan Teknik tersebut meliputi: a) melakukan pemutaakhiran (*updating*) izin operasional pada kementerian agama; b) menjaga mutu ketahfidhan; c) pendalaman kitab kuning; d) penekanan amaliah akhlak; e) pengembangan minat dan bakat; f) pengadaan kegiatan unggulan; dan g) pengembangan program Khidmah.

Kata Kunci: Strategi, Brand Image, Pondok Pesantren Tahfidh