

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS
CALON PESERTA DIDIK BARU
DI PONDOK PESANTREN ABU MANSHUR**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi: Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

Ahmad Rifai
17086010003

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2021**

ABSTRAK

AHMAD RIFAI : Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan *Blue Ocean Strategy* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Abu Manshur. **TESIS. Program Studi Manajemen pendidikan Islam. Pasca Sarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.**

Ketatnya persaingan dan cara promosi tiap instansi pendidikan sangat menentukan jumlah calon peserta didik di tiap sekolah/pondok pesantren. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengajukan judul penelitian “*Implementasi Strategi Marketing Pendidikan Blue Ocean Strategi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Abu Manshur*”.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1)mengkaji dan mendeskripsikan secara lebih mendalam pola dan satrategi marketing promosi calon peserta didik baru di Pondok Pesantren Abu Manshur Kab. Cirebon. (2)mengkaji dan mendeskripsikan secara lebih mendalam implementasi promosi dan *strategi marketing blue ocean* melalui pemanfaatan media sosial di Pondok Pesantren Abu Manshur Kab. Cirebon. (3)mengkaji apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi marketing pendidikan *blue ocean strategi* di Pondok pesantren Abu Manshur .

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melaui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini yaitu pengasuh pondok pesantren Abu Manshur Cirebon, santri pondok pesantren Abu Manshur Cirebon, pengurus pondok pesantren Abu Manshur Cirebon, dan wali santri Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon. Teknik analisis data yang disajikan melalui reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian yang didapatkan bahwa : (1) Strategi yang diterapkan oleh kepala madrasah dalam rekrutmen santri baru sudah baik dan cukup efektif untuk menjaring santri baru. Yaitu dengan pemanfaatan media sosial sebagai strategi utama dalam melaksanakan proses pemasaran pendidikan. (2)Hasil yang dicapai dari strategi PPDB yang diterapkan oleh kepala madrasah telah tercapai dengan baik karena mampu meningkat dan menjangkau santri dari berbagai daerah. (3)Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran di Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon.

Kata Kunci : Manajemen Marketing, *Blue Ocean Strategy*, PPDB

ABSTRACT

Ahmad Rifai, Study Program: Islamic Education Management, Thesis Title: The Management Marketing Implementation of Blue Ocean Strategy Education through Social Media to Increase the Quantity of Prospective Students at Abu Manshur Islamic Boarding School. **Thesis of Post Graduate Program IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2021.**

Fierce competition and various promotion methods of each education institute determines the numbers of prospective student which they will received on their institute or boarding school. Based on that ddescription, author write this study with title, “**The Management Marketing Implementation of Blue Ocean Strategy Education through Social Media to Increase the Quantity of Prospective Students at Abu Manshur Islamic Boarding School**”

The goals of this study are : (1) To comprehend and describe deeply regarding the pattern and strategy of promotion marketing at Abu Manshur Islamic Boarding School, Cirebon. (2) To comprehend and describe deeply regarding promotion implementation and Blue Ocean strategy marketing through social media at Abu Manshur Islamic Boarding School, Cirebon. (3) To comprehend supplementary factors and obstacles of Blue Ocean strategy marketing education at Abu Manshur Islamic Boarding School.

This study used qualitative methods. The collecting data process done by interview, observation, and documentation. This study subjects are caretakers, students, student parents, and staffs of Abu Manshur Islamic Boarding School. The analysis method used in this study consist of data reduction, data presentation, and conclusion.

Through the results of study author know that : (1) Strategy implemented by the principal of boarding school which used social media marketing implementation was effective enough to attract considerable numbers of prospective student. (2) The results of PPDB strategy implemented by principal of borading school indicated that quantity of prospective students and scope of recruitment were escalated. (3) There are several supplementary factors and obstacles while implementing marketing strategy at Abu Manshur Islamic Boarding School, Cirebon

Key Word : *Marketing Management, Blue Ocean Startegy, PPDB*

الملخص

أحمد رفاعي: تطبيق إدارة التسويق التربوي "استراتيجية المحيط الأزرق" من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة عدد الطلاب الجدد المحتملين في معهد التربية الإسلامية أبو منصور. أطروحة. قسم إدارة التربية الإسلامية. الدراسة العليا الجامعة الإسلامية الحكومية الشيخ نورجاتي سيربون.

شدة المنافسة و طريقة الترويج لكل مؤسسة تربوية ترسخ عدد الطلاب المحتملين في كل مدرسة / معهد التربية الإسلامية. لذلك ، يهتم الباحث بتقديم عنوان البحث " تطبيق إدارة التسويق التربوي "استراتيجية المحيط الأزرق" من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة عدد الطلاب الجدد المحتملين في معهد التربية الإسلامية أبو منصور".

يهدف هذا البحث إلى: (1) دراسة و وصف مفصل عن النمط و استراتيجية التسويق للطلاب الجدد المحتملين في معهد التربية الإسلامية أبو منصور في منطقة سيربون. (2) دراسة و وصف مفصل عن تطبيق الترويج و "استراتيجية المحيط الأزرق" من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في معهد التربية الإسلامية أبو منصور في منطقة سيربون. (3) دراسة المدعاة و العراقيل لاستراتيجية التسويق التربوي "المحيط الأزرق" في معهد التربية الإسلامية أبو منصور.

هذا البحث هو بحث نوعي. تم جمع البيانات من خلال طريقة المقابلة والملاحظة و التوثيق. كان مباحث هذا البحث يعني مربّي معهد التربية الإسلامية أبو منصور سيربون ، و طلاب معهد التربية الإسلامية أبو منصور سيربون ، و مدير معهد التربية الإسلامية أبو منصور سيربون ، و أولياء طلاب معهد التربية الإسلامية أبو منصور سيربون. تقنيات تحليل البيانات من خلال اختزال البيانات و عرض البيانات و الخلاصة.

نتائج البحث المكتشفة هي: (1) الاستراتيجية التي طبقها رئيس المدرسة في تجنيد الطلاب الجدد كانت جيدة وفعالة للغاية في جذب الطلاب الجدد. وذلك باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كاستراتيجية رئيسية في تنفيذ عملية التسويق التربوي. (2) النتائج المحققة من استراتيجية استقبال الطلاب الجدد التي طبقها رئيس المدرسة قد تم تحقيقها بشكل جيد لأنه قادر على الزيادة والوصول إلى الطلاب من المناطق المتعددة. (3) هناك العديد من المدعاة والعراقيل المواجهه في تنفيذ استراتيجيات التسويق في معهد التربية الإسلامية أبو منصور سيربون.

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق، استراتيجية المحيط الأزرق، استقبال الطلاب الجدد

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS
CALON PESERTA DIDIK BARU
DI PONDOK PESANTREN ABU MANSHUR**

Tesis

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

AHMAD RIFAI

NIM: 17086010003

Telah disetujui pada tanggal ... juni 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag

NIP. 19680408 199403 1 003

Dr. Hj. Huriyah, M.Pd

NIP. 196101121989032005

PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul **“IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN ABU MANSUR”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, ... Juni 2021

Yang membuat pernyataan



AHMAD RIFAI
NIM. 17086010003

Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag

Program Pascasarjana

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

.....
NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) lembar

Perihal : Penyerahan Tesis

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

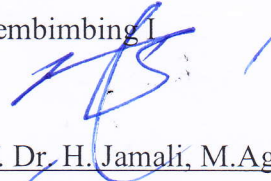
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara Ahmad Rifai yang berjudul "Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan *Blue Ocean Strategy* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Abu Manshur" telah dapat untuk diujikan. Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian saudara, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, . . . Juni 2021

Pembimbing I


Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag

NIP. 19680408 199403 1 003

Dr. Hj. Huriyah, M.Pd

Program Pascasarjana

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

.....
NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) lembar

Perihal : Penyerahan Tesis

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

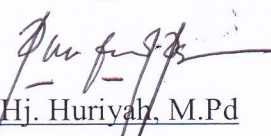
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara Ahmad Rifai yang berjudul "Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan *Blue Ocean Strategy* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Abu Manshur" telah dapat untuk diujikan. Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian saudara, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, . . . Juni 2021

Pembimbing II


Dr. Hj. Huriyah, M.Pd

NIP.196101121989032005

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK
BARU DI PONDOK PESANTREN ABU MANSHUR**

Disusun oleh:

AHMAD RIFAI
NIM: 17086010003

Telah diujikan pada tanggal 2021

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar

Magister Pendidikan (M.Pd.)

Cirebon, 2021

Dewan Penguji

Ketua/Anggota,

Sekretaris/Anggota,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP. 19590320 198403 1 002

H. Didin Nurul Rosidin, M.A., Ph.D.
NIP. 19730404 199803 1 005

Pembimbing/Penguji,

Pembimbing/Penguji,

Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag
NIP. 19680408 199403 1 003

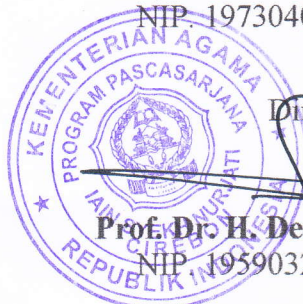
Dr. Hj. Huriyah, M.Pd
NIP. 19610112 198903 2 005

Penguji Utama,

H. Didin Nurul Rosidin, M.A., Ph.D.
NIP. 19730404 199803 1 005

Direktur,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP. 19590320 198403 1 002



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Illahi Robbi yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini, dengan judul “Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan *Blue Ocean Strategy* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Abu Manshur” dengan lancar.

Semoga sholawat beserta salam tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya dan pengikutnya yang senantiasa setia sampai akhir masa. Selanjutnya, peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini, telah banyak mendapat bantuan dari semua pihak. Untuk itulah penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag selaku direktur program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Prof. Dr. H. Jamali, M. Ag. Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti bagi peneliti;
4. Ibu Dr. Hj. Huriyah, M.Pd Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pasca Sarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti bagi peneliti;
5. Bapak KH. Moh. Alimudin, Lc selaku Pengasuh Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon yang telah meberikan izin untuk melaksanakan penelitian di pesantren Abu Manshur.
6. Kedua orang tua yang telah sabar dan mendukung penuh baik melaui materi beserta doa.
7. Istri yang telah sabar dan mendukung penuh melalui dukungan dan doa.
8. Dosen-dosen pengampu mata kuliah di jurusan Mnajemen Pendidikan Islam (MPI) dan staf Tata Usaha (TU) Jurusan Manajemen Pendidikan

Islam program Pasca sarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti yang tidak mungkin dapat terlupakan;

9. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tesis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Sejalan dengan keterbatasan yang ada pada diri penulis maka tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya koreksi, saran dan kritik yang konstruktif dari segenap pembaca terhadap kekurangan dan kekeliruan yang terdapat pada skripsi ini.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita memasrahkan segala urusan.

Wallahu'alam.

Cirebon, Juni 2021

Penulis,

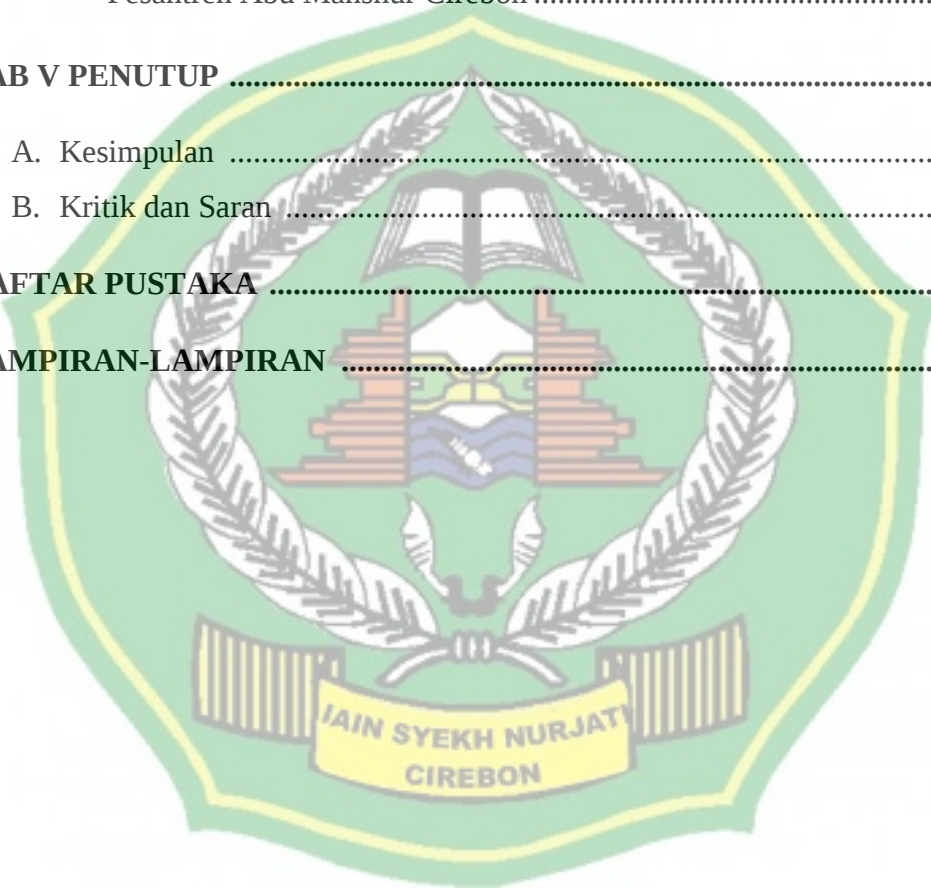


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTAK	vi
ABSTRACT	vii
الملخص.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Kerangka Berfikir	10
F. Kajian Kepustakaan	12
G. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Hakikat Pendidikan	16
1. Pengertian Pendidikan	16
2. Tujuan Pendidikan	20

B. Hakikat Marketing	24
1. Pengertian Marketing	24
2. Tujuan Manajemen Marketing	26
3. Karakteristik Manajemen Pemasaran	28
C. Hakikat <i>Blue Ocean</i>	31
1. <i>Blue Ocean Versus Red Ocean</i>	33
2. Prinsip Dalam <i>Blue Ocean</i>	35
D. Media Sosial	37
1. Pengertian Media Sosial	37
2. Jenis Media Sosial	37
3. Fungsi Media Sosial	39
4. Jenis dan Platform dalam Sosial Media Marketing	40
5. Pengelolaan media social	45
E. Peserta Didik	49
F. Minat Santri	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	55
B. Tempat Dan Lokasi Penelitian	56
C. Subjek Penelitian	56
D. Sumber Data	57
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Teknik Uji Keabsahan Data	60
G. Teknik Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	64
1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Abu Manshur	64
2. Visi, Misi dan Tujuan Pondok Pesantren Abu Manshur	65
3. Keadaan Peserta Didik Pondok Pesantren Abu Manshur	66
4. Kurikulum dan Jadwal Kegiatan Pondok Pesantren Abu Manshur	66
5. Perkembangan Pondok Pesantren Abu Manshur	68

6. Profil Pengasuh Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon	69
B. Analisis Hasil Penelitian	70
1. Strategi Marketing Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon	70
2. Implementasi Strategi Marketing <i>Blue Ocean Strategy</i> Melalui Pemanfaatan Media Sosial Di Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon	77
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Marketing Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon	102
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Kritik dan Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

4.1 Jumlah Santri Pondok Pesantren Abu Manshur Cirebon.....	66
4.2 Jadwal kegiatan harian pondok pesantren Abu Manshur Cirebon.....	67
4.3 Jadwal publikasi konten berdasarkan waktu publikasi	86
4.4 Data Peserta Didik Baru Tahun 2021/2022 Via Media Sosial	98



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara	112
Pedoman Observasi	119
Transkrip Wawancara	120
Dokumentasi Lapangan	134

