

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN DIGITAL MARKETING
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT CALON SANTRI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

ADE ZEZEN MOHAMAD ZAENAL MUTTAQIEN

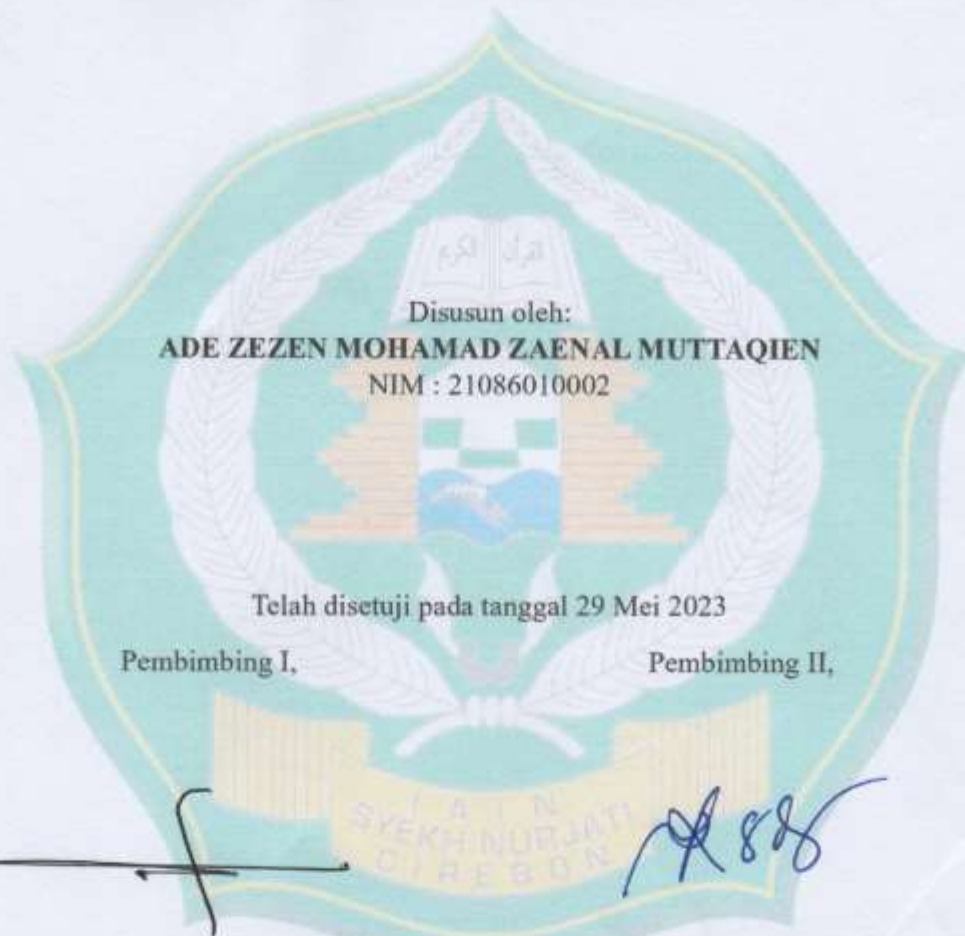
NIM : 21086010002

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN DIGITAL MARKETING DALAM
UPAYA MENINGKATKAN MINAT CALON SANTRI**



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

Prof. H. Didin Nurul Rosyidin, MA., Ph.D.
NIP. 19730404 199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Ade Zezen Mohamad Zaenal Muttaqien

NIM : 21086010002

Jenjang Program : Magister

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Pada Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala risiko yang mungkin diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 23 Mei 2023



Ade Zezen Mohamad Zaenal Muttaqien
NIM. 21086010002

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.

Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Nota Dinas

Lamp : 6 (enam) Lembar

Hal : *Penyerahan Tesis*

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

CIREBON

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya kami berpendapat, bahwa tesis saudara Ade Zezen Mohamad Zaenal Muttaqien yang berjudul, "Implementasi Manajemen Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Santri" telah layak untuk diujikan.

Bersama dengan ini kami kirimkan naskahnya untuk diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 29 Mei 2023

Pembimbing I



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

Prof. H. Didin Nurul Rosyidin, MA., Ph.D.

Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Nota Dinas

Lamp : 6 (enam) Lembar

Hal : *Penyerahan Tesis*

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

CIREBON

Assalamualaikum Wr. Wb.

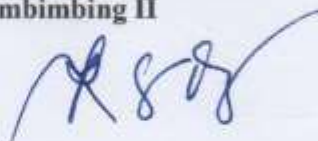
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya kami berpendapat, bahwa tesis saudara Ade Zezen Mohamad Zaenal Muttaqien yang berjudul, "Implementasi Manajemen Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Santri" telah layak untuk diujikan.

Bersama dengan ini kami kirimkan naskahnya untuk diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 29 Mei 2023
Pembimbing II



Prof. H. Didin Nurul Rosyidin, MA., Ph.D.
NIP. 19730404 199803 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN DIGITAL MARKETING DALAM
UPAYA MENINGKATKAN MINAT CALON SANTRI**


Disusun oleh:
ADE ZEZEN MOHAMAD ZAENAL MUTTAQIEN
NIM : 21086010002

Telah diujikan pada tanggal 15 Juni 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd)

Dewan Penguji

Ketua/ Anggota,

Sekretaris/ Anggota,

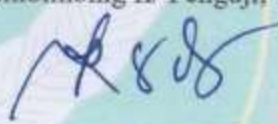

Prof. Dr. H. Suteja, M.Ag.
NIP. 19630305 199903 1 001


Dr. Dewi Cahyani, M.Pd.
NIP. 19680728 199101 2 001

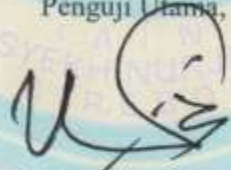
Pembimbing I/ Penguji,

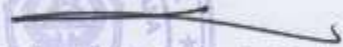
Pembimbing II/ Penguji,


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


Prof. H. Didin Nurul Rosyidin, MA., Ph.D.
NIP. 19730404 199803 1 005

Penguji Utama,


Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd.
NIP. 19630522 199403 1 003
Direktur,


Prof. Dr. H. Suteja, M.Ag.
NIP. 19630305 199903 1 001



ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk menginvestigasi implementasi manajemen *digital marketing* dalam upaya meningkatkan minat calon santri. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam Kabupaten Kuningan. Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki berbagai program pendidikan yang ditawarkan kepada calon santri.

Penelitian ini menggunakan strategi metode campuran sekuensial/ bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi eksploratoris sekuensial. Metode ini pada tahap awal menggunakan metode kualitatif dan tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen *digital marketing* dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan minat calon santri.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam telah mengadopsi berbagai sarana *digital marketing*; SEO, PPC, *Social Media Marketing*, *Content Marketing*, dan *Mobile Marketing*. Sedangkan untuk *Affiliate Marketing* dan *Email Marketing* belum diimplementasikan. Melalui penggunaan platform digital, lembaga pendidikan ini dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitasnya di kalangan calon santri. Selain itu, penggunaan alat analitik digital memungkinkan lembaga ini untuk memonitor dan mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran mereka secara *real-time*.

Dalam konteks Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam, implementasi manajemen *digital marketing* telah berhasil memberikan dampak minat calon santri, dengan skor interval untuk instrumen KPI ≥ 30 Skor < 70 , instrumen Alat Analisis Web (*Google Analytics / Facebook Insights*) ≥ 30 Skor < 70 , instrumen survei online Skor ≤ 30 , dan instrumen pengujian perbandingan ≥ 30 Skor < 70 .

Namun, terdapat tantangan yang dihadapi dalam implementasi manajemen *digital marketing* di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam. Beberapa tantangan meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, serta perubahan cepat dalam tren dan teknologi digital. Oleh karena itu, rekomendasi yang diajukan dalam tesis ini adalah perlu adanya pengembangan kompetensi digital bagi staf yang terlibat dalam pemasaran digital, kolaborasi dengan pihak eksternal yang memiliki keahlian dalam bidang ini, serta pemantauan terus-menerus terhadap tren dan inovasi dalam digital marketing.

Kata kunci: *digital marketing*, Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam, minat calon santri, media sosial

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberi segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Salawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW., para keluarganya, sahabat-sahabatnya dan kepada semua umatnya hingga akhir zaman.

Tesis ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.) pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Dalam menyusun tesis ini penulis banyak menerima bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
2. Prof. Dr. H. Suteja, MA. selaku Direktur Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
3. Dr. Dewi Cahyani, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
4. Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan motivasi dan sabar dalam membimbing, serta meluangkan waktunya selama penelitian dan penulisan tesis ini;
5. Prof. H. Didin Nurul Rosyidin, MA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan, serta meluangkan waktunya selama penelitian dan penulisan tesis ini;
6. Seluruh dosen Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang sudah berbagi dan memberikan ilmu pengetahuannya;
7. H. Uud Pandu Suandhana, S.Si., M.Pd. selaku ketua Yayasan Pendidikan Islam Al-Multazam Husnul Khotimah yang telah memberikan ijin melanjutkan studi S2 dan melakukan penelitian di dalam lembaga;

8. Teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam Kuningan yang sudah memberikan pengertian dan perhatiannya kepada keberlangsungan pendidikan S2 saya;
9. Apah, mamah, ummi dan abi yang selalu mendukung dan mendoakan di setiap waktu siang dan malam;
10. Istriku tercinta, Putri Nur Chasanah, yang setia mendampingi dan menyiapkan kopi dalam proses penyusunan tesis ini;
11. Putriku tercinta, Wafda Taqiyya, yang senantiasa bersabar karena berkurangnya waktu bersama ayah;
12. Teman-teman seperjuangan MPI-A yang senantiasa traktir makan, camilan, dan memberikan tebengan berangkat kuliah.
13. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tesis ini.

Semoga Allah SWT. membalas budi baik mereka semua dan dijadikan amal ibadah di sisi-Nya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam tesis ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan tesis ini. Mudah-mudahan tesis ini menjadi setitik sumbangan bagi khazanah ilmu pengetahuan yang luas.

Akhirnya penulis berharap mudah-mudahan tesis ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Kuningan, 23 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU	10
A. Kajian Teoritis.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	42
C. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	45
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	45
B. Metode Penelitian.....	45
C. Instrumen Penelitian.....	49
D. Data dan Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Teknik Analisis Data.....	52
G. Hipotesis Statistik.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Ponpes Terpadu Al-Multazam Kuningan.....	58
B. Manajemen Marketing Ponpes Terpadu Al-Multazam.....	72
C. Implementasi <i>Digital Marketing</i> pada Layanan Jasa Ponpes Terpadu Al-Multazam.....	78
D. Dampak Implementasi <i>Digital Marketing</i> dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Ponpes Terpadu Al- Multazam.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Rekomendasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Halaman

Daftar Gambar

1. Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	44
2. Gambar 4.1 Organigram Struktur Yayasan.....	70
3. Gambar 4.2 Organigram Struktur Direktorat Pengembangan.....	71
4. Gambar 4.3 Organigram Struktur Direktorat Pendidikan	71
5. Gambar 4.4 Ringkasan Performa Iklan PPC Platform Youtube	79
6. Gambar 4.5 Konten Facebook Ads dan Instagram Ads	80
7. Gambar 4.6 Aplikasi Smart Ummat dan Al-Multazam Peduli	82
8. Gambar 4.7 Kunjungan ke Situs Web dengan <i>Google Analytics</i>	85
9. Gambar 4.8 Grafik Perbandingan Interest Ponpes Al-Multazam dengan Ponpes Husnul Khotimah	87

Daftar Tabel

1. Tabel 1.1 Daftar Lembaga Pendidikan dengan Implementasi Digital Marketing	4
2. Tabel 2.1 Model-model Hirarki Respon (Tahapan Minat Konsumen)	40
3. Tabel 3.1 Daftar Informan Wawancara.....	50
4. Tabel 3.2 Interval Skor.....	55
5. Tabel 3.3 Instrumen Penelitian	55
6. Tabel 4.1 Program Kegiatan	62
7. Tabel 4.2 Prestasi SMPIT dan SMAIT Al-Multazam, Maniskidul.....	67
8. Tabel 4.3 Prestasi SMPIT dan SMAIT Al-Multazam 2, Linggarjati	68
9. Tabel 4.4 Jumlah Pendaftar Santri	84
10. Tabel 4.5 Analisis Web (<i>Google Analytics</i>).....	85
11. Tabel 4.6 Sumber Informasi Calon Wali Santri.....	86
12. Tabel 4.7 Nilai Instrumen Dampak Digital Marketing	88