

**STRATEGI DIGITAL MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SANTRI BARU DI PONDOK
PESANTREN ASSALAFIE BABAKAN CIWARINGIN CIREBON**

TESIS

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



AINUN HASRI

NIM : 2286010053

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
2024**



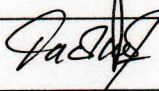
LEMBAR PENGESAHAN
HASIL SIDANG MONAQOSAH TESIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JUDUL TESIS
STRATEGI DIGITAL MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SANTRI BARU DI PONDOK
PESANTREN ASSALAFIE BABAKAN CIWARINGIN CIREBON

Disusun oleh :
AINUN HASRI
NIM : 2286010053

Telah Diujikan Pada Hari Senin Tanggal 18 November 2024
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Pendidikan (M.Pd)

MENYETUJUI :

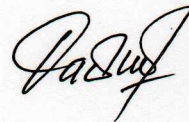
Dosen	Nama Dosen	Tanggal	Tanda Tangan
Penguji Utama	Prof. Dr. Kartimi, M.Pd	26/11-24	
Penguji 1	Dr. H. Suklani, M.Pd	26/11-24	
Penguji 2	Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd	2/12-24	

Mengetahui :
Pimpinan Sidang,



Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag
NIP. 196804081994031003

Sekretaris,



Dr. Dewi Cahyani, M.M., M. Pd
NIP. 196807281991012001

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI DIGITAL MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SANTRI BARU DI PONDOK
PESANTREN ASSALAFIE BABAKAN CIWARINGIN CIREBON**

TESIS

Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Disusun oleh :

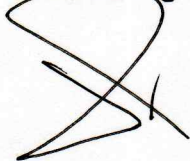
AINUN HASRI
2286010053

Telah disetujui pada tanggal 05 November 2024

UINSSC

UNIVERSITAS **Menyetujui :** RI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Pembimbing I



Dr. H. Suklani, M.Pd
NIP. 196108051990031004

Pembimbing II



Dr. Dewi Cahyani, M.M., M. Pd
NIP. 196807281991012001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainun Hasri

NIM : 2286010053

Pogram : Manajemen Pendidikan Islam

Program Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul: **Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon**, secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujur-jujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati, disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala resiko yang mungkin terjadi, sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 05 November 2024



AINUN HASRI
NIM : 2286010053

Dr. H. Suklani, M. Pd
Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
.....

NOTA DINAS

Lampiran :

Perihal : ***Penyerahan Tesis***

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudari Ainun Hasri yang berjudul “Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon” telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, 05 November 2024
Pembimbing I

Dr. H. Suklani, M. Pd
NIP. 196108171987031004

Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd
Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
.....

NOTA DINAS

Lampiran :

Perihal : *Penyerahan Tesis*

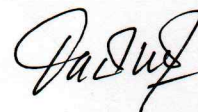
Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara Ainun Hasri yang berjudul "Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon" telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, 05 November 2024
Pembimbing II



Dr. Dewi Cahyani, M.M., M. Pd
NIP. 196807281991012001

ABSTRAK

AINUN HASRI, 2286010053. **STRATEGI DIGITAL MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SANTRI BARU DI PONDOK PESANTREN ASSALAFIE BABAKAN CIWARINGIN CIREBON.**

Perkembangan era digital menuntut lembaga pendidikan termasuk pesantren untuk beradaptasi dalam strategi pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi digital manajemen pemasaran pendidikan di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon dalam meningkatkan kuantitas santri baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola, staf, serta beberapa santri dan wali santri. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif-analitik untuk memahami strategi pemasaran digital yang diterapkan, dampak yang dihasilkan, hambatan yang dihadapi, serta faktor-faktor pendukung keberhasilan strategi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Assalafie telah mengimplementasikan strategi digital manajemen pemasaran yang meliputi social media marketing (Facebook, Instagram, Youtube, dan Tiktok), content marketing, dan mobile marketing melalui aplikasi Assalafie Babakan Mobile. Implementasi ini berlandaskan konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang mengacu pada teori Philip Kotler. Dampak penerapan strategi ini terlihat pada peningkatan jumlah pendaftar santri baru, peningkatan reputasi pesantren, dan peningkatan mutu lembaga dari segi SDM dan manajemen.

Penelitian menyimpulkan bahwa strategi digital manajemen pemasaran pendidikan efektif dalam meningkatkan kuantitas santri baru, meski terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan SDM dan biaya operasional. Dukungan pengasuh pesantren dan program digitalisasi menjadi faktor kunci keberhasilan implementasi strategi ini. Strategi ini tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan pesantren tersebut, tetapi juga dapat diadaptasi oleh lembaga pendidikan lainnya untuk menarik minat calon peserta didik di era digital.

Kata Kunci: *Manajemen Pemasaran Digital, Pesantren, Kuantitas Santri.*

ABSTRACT

AINUN HASRI, 2286010053. **DIGITAL STRATEGY OF EDUCATION MARKETING MANAGEMENT IN INCREASING THE QUANTITY OF NEW STUDENTS AT THE ASSALAFIE BOARDING SCHOOL BABAKAN CIWARINGIN CIREBON.**

The development of the digital era requires educational institutions including pesantren to adapt in their marketing strategies. This study aims to analyze the implementation of digital strategies in education marketing management at Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon in increasing the quantity of new students. This research uses a qualitative method with a case study approach, where data is obtained through in-depth interviews, observation, and documentation of managers, staff, as well as some students and santri guardians. Data analysis was carried out with a descriptive-analytic approach to understand the digital marketing strategy implemented, the resulting impact, the obstacles faced, and the factors supporting the success of the strategy.

The results showed that Assalafie Islamic Boarding School has implemented a digital marketing management strategy which includes social media marketing (Facebook, Instagram, Youtube, and Tiktok), content marketing, and mobile marketing through the Assalafie Babakan Mobile application. This implementation is based on the 4P concept (Product, Price, Place, Promotion) which refers to Philip Kotler's theory. The impact of implementing this strategy can be seen in the increase in the number of new santri registrants, the increase in the reputation of the pesantren, and the improvement of the quality of the institution in terms of human resources and management.

The research concluded that the digital strategy of education marketing management is effective in increasing the quantity of new students, although there are several obstacles such as limited human resources and operational costs. The support of pesantren caregivers and the digitalization program are key factors in the successful implementation of this strategy. This strategy is not only beneficial for the development of the pesantren, but can also be adapted by other educational institutions to attract prospective students in the digital era.

Keywords: *Digital Marketing Management, Pesantren, Santri Quantity.*

المخلص

عين حسري 2286010053 : استراتيجيات الإدارة الرقمية لتسويق التعليم في
زيادة عدد الطلاب الجدد في معهد "السلفي" بباباكان سيوارينجين، شيربون

يتطلب تطور العصر الرقمي من المؤسسات التعليمية، بما في ذلك المعاهد الإسلامية، التكيف في استراتيجياتها التسويقية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تنفيذ استراتيجية الإدارة الرقمية لتسويق التعليم في معهد السلفي بباباكان سيوارينجين، شيربون، لزيادة عدد الطلاب الجدد. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج النوعي مع أسلوب دراسة الحالة، حيث تم جمع البيانات من خلال المقابلات المتعمقة، والملاحظة، والتوثيق مع المدراء، والموظفين، وبعض الطلاب وأولياء أمورهم. تم تحليل البيانات باستخدام منهجية وصفية تحليلية لفهم الاستراتيجية الرقمية التسويقية المطبقة، وتأثيراتها، والعوائق التي تواجهها، والعوامل الداعمة لنجاح هذه الاستراتيجية.

أظهرت نتائج البحث أن معهد السلفي قد نفذ استراتيجية الإدارة الرقمية للتسويق التي تشمل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، وتيك توك)، والتسويق بالمحتوى، والتسويق عبر الأجهزة المحمولة من خلال تطبيق "السلفي باباكان موبايل". يستند هذا التنفيذ إلى مفهوم المنتج، السعر، المكان، الترويج. الذي يستند إلى نظرية فيليب كوتلر. وقد ظهرت آثار تطبيق هذه الاستراتيجية في زيادة عدد المسجلين من الطلاب الجدد، ورفع سمعة المعهد، وتحسين جودة المؤسسة من حيث الموارد البشرية والإدارة.

وخلصت الدراسة إلى أن استراتيجية الإدارة الرقمية لتسويق التعليم فعالة في زيادة عدد الطلاب الجدد، على الرغم من وجود بعض العقبات مثل محدودية الموارد البشرية وتكاليف التشغيل. كما أن دعم مشرفي المعهد وبرنامج الرقمنة يشكلان العامل الرئيسي لنجاح تنفيذ هذه الاستراتيجية. ولا تقتصر فائدة هذه الاستراتيجية على تطوير هذا المعهد فحسب، بل يمكن أن تتبناها أيضاً مؤسسات تعليمية أخرى لجذب اهتمام المتعلمين المحتملين في العصر الرقمي.

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق الرقمي، المعهد، عدد الطلاب

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, Islam, dan ikhsan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya dan semoga memberi manfaat bagi yang membacanya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, para sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

Tesis ini disusun sebagai tugas akhir dan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen Pendidikan Islam (M.Pd) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjan Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Selama penulisan tesis ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami. Namun, berkat do'a, perjuangan, kesungguhan hati, dan dorongan serta masukan-masukan yang baik dari berbagai pihak untuk menyelesaikan tesis ini, semua dapat teratasi. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag. selaku Direktur Program Pascasarjan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr. Dewi Cahyani, M.M, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Dr. H. Suklani, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Utama Tesis yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan, serta meluangkan waktu selama penelitian dan penulisan tesis ini.
5. Dr. Dewi Cahyani, M.M, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah bersedia memberikan pikiran dan waktu sibuknya membimbing dalam penyusunan tesis.
6. Dosen dan Staf Akademik Program Pascasarjan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya.

7. Keluarga Besar Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon khususnya romo KH. Azka Hamam Syaerozie, Lc., romo K.H. Yasif Maemun Syaerozie, romo Dr. K.H Arwani Syaerozie Lc.,MA., dan segenap dewan pengasuh Pondok Pesantren Assalafie yang telah memberikan dukungan, do'a dan izin selama penelitian ini.
8. Pengurus Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon, khususnya Ust. Himawan Sutanto, M.Pd., dan Ust. Fachrurroji, yang telah memberikan do'a, izin, dukungan, serta motivasi dalam penelitian ini.
9. Para santri dan wali santri pondok pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon serta para narasumber yang selama ini telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyusun tesis ini.
10. Orang tua, keluarga dan teman-teman mahasiswa seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Ucapan terimakasih juga dihatirkan kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, namun turut membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, penulis tidak dapat membalasnya dengan apapun, semoga Allah SWT yang akan membalas dengan balasan yang sebaik-baiknya di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam pembuatan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki tesis ini. Dengan selalu mengharap ridha Allah SWT, semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, Aamiin.

Cirebon, 05 November 2024

AINUN HASRI
NIM : 2286010053

PERSEMBAHAN

الله تعالى

“Hanya Untuk Allah Semata”

Dengan napas yang masih terjaga serta dengan segala nikmat Allah yang telah diberikan. Ku ucap rasa syukur terdalam kepada sang maha kasih Allah SWT. Dengan kerendahan hati yang disertai rasa tulus, ku persembahkan karya tulis ilmiah ini kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Kadi dan Ibu Casini yang tak pernah lelah mendoakan, yang peluh dan letihnya menjadi saksi pengorbanan tanpa batas, kepada keluarga besarku, kakak Syaeful Bakhri, Bapak Asmain, dan saudara-saudaraku, Uwa, Mamang, Bibi Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kalian.
2. Keluarga besar PP Assalafie, Para guru dan kyai yang telah membimbing ruhani, yang telah membentuk pribadi ini dengan nilai-nilai luhur pesantren. Semoga barokah ilmu terus mengalir bagaikan mata air yang tak pernah kering.
3. Seseorang yang kehadirannya sangat ku syukuri, yang setia menemani, yang memahami setiap lelah, yang menjadi penguat langkah dengan pemilik nama Muhammad Azmi Habib. Semoga Allah membalas ketulusanmu dengan kebaikan yang berlipat.
4. Para dosen pembimbing dan penguji, yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan, yang memberikan kritik membangun dan masukan berharga. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah.
5. Sahabat-sahabat terdekat, mbak-mbak terkasih, adik-adik hebat, kawan seperjuangan S2 MPI A yang memberi warna dalam hidup ini. Dan kepada semua pihak yang tak bisa kusebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan do'a, yang turut andil dalam penyelesaian karya ini.

Terima kasih atas segala kebaikan yang telah diberikan. Akhirnya, kupersembahkan karya sederhana ini sebagai setitik bukti perjuangan dan pengabdian untuk agama, bangsa, dan negara tercinta. Semoga menjadi ilmu yang bermanfaat, dan amal yang mengalir tiada henti.

Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam tesis ini berpedoman pada SK Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	-
ت	Ta	T	-
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sin	S	-
ش	Syin	Sy	-
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	-	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	-
ف	Fa	F	-
ق	Qaf	Q	-
ك	Kaf	K	-
ل	Lam	L	-
م	Mim	M	-
ن	Nun	N	-
و	Wau	W	-
ه	Ha	H	-
ء	Hamzah	..’..	Apostrof (tetapi lambang ini tidak digunakan untuk hamzah di awal kata)
ي	Ya	Y	-

Bila secara teknis ada kesulitan dalam mengikuti pedoman tersebut, dapat dipilih alternatif lain, dengan catatan digunakan secara konsisten. salah satu alternatifnya adalah seperti pedoman di bawah ini.

ARAB	LATIN	ARAB	LATIN
ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	هـ	H
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	Y
ض	Dl	-	

Catatan :

1. â = a panjang
2. î = i panjang
3. û = u Panjang
4. Kata sandang alif+lam (ال) baik diikuti oleh huruf qamariyah maupun syamsiyah ditulis al. Contoh : الاسلام ditulis al-Islâm. Bila diikuti huruf syamsiyah huruf al diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti الرسالة ditulis al-Risâlah.
5. Nama orang, istilah hukum, dan nama-nama lain yang sudah dikenal di Indonesia, tidak terikat oleh pedoman ini. Contoh : Abdullah, Syariah, shalat, dan zakat.
6. Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap, contoh : رِدَّةٌ ditulis riddah.
7. Ta marbûthah di akhir kata : Bila dimatikan ditulis h, seperti بدعةٌ ditulis bid'ah : kecuali sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat dan zakat. Bila dihidupkan karena dirangkaikan dengan kata lain ditulis t, contoh ditulis *Karomat al-awlya'*

DAFTAR ISI

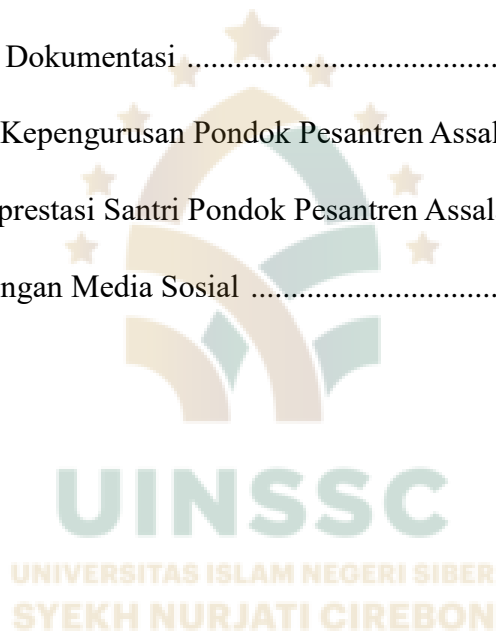
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
المخلص.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Strategi	8
2. Digital	9
3. Strategi Digital	9
4. Ruang Lingkup Pemasaran Digital	10
5. Manajemen Pemasaran Pendidikan	15
6. Strategi Manajemen Pemasaran Digital	28
7. Kuantitas Santri Baru	41

8. Pondok Pesantren	42
B. Kajian Pustaka	46
1. Penelitian Terdahulu	46
2. Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan Penelitian	50
B. Objek dan Subjek Penelitian	50
C. Waktu penelitian	51
D. Data dan Sumber Data	51
E. Teknik Pengumpulan data	52
F. Teknik Analisis Data	54
G. Keabsahan data	56
H. Instrumen Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Objek Penelitian	65
1. Sejarah Berdiri Pondok Pesantren	65
2. Profil Pondok Pesantren Assalafie	68
3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Assalafie	69
4. Identitas Yayasan	70
5. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Assalafie	71
6. Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Assalafie	72
7. Kegiatan Harian Pondok Pesantren Assalafie	73
8. Prestasi Santri	74
B. Hasil Penelitian	74
1. Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	74
2. Dampak Penerapan Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	100

3. Faktor-faktor yang Mendukung dan Menghambat Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	108
C. Pembahasan	112
1. Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	112
2. Dampak Penerapan Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	119
3. Faktor-faktor yang Mendukung dan Menghambat Strategi Digital Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon	122
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	126
A. Kesimpulan	126
B. Rekomendasi	127
1. Rekomendasi untuk Pondok Pesantren Assalafie	126
2. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	126
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	51
Tabel 3.2 Kisi-kisi Wawancara 1	59
Tabel 3.3 Kisi-kisi Wawancara 2	60
Tabel 3.4 Kisi-kisi Wawancara 3	62
Tabel 3.5 Kisi-kisi Observasi	63
Tabel 3.6 Kisi-kisi Dokumentasi	64
Tabel 4.1 Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Assalafie	71
Tabel 4.2 Prestasi-prestasi Santri Pondok Pesantren Assalafie	74
Tabel 4.3 Perbandingan Media Sosial	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber	57
Gambar 3.2 Triangulasi Metode	58
Gambar 4.1 Prestasi Capaian Hafalan Santri	83
Gambar 4.2 Dashboard Pencarian Google	85
Gambar 4.3 Facebook Pondok Pesantren Assalafie	88
Gambar 4.4 Instagram Pondok Pesantren Assalafie	89
Gambar 4.5 Tiktok Pondok Pesantren Assalafie	90
Gambar 4.6 Youtube Pondok Pesantren Assalafie	90
Gambar 4.7 Brosur PSB Pondok Pesantren Assalafie	91
Gambar 4.8 Konten Marketing Film	93
Gambar 4.9 Subscriber Youtube Pondok Pesantren Assalafie	94
Gambar 4.10 Geografi Penonton Youtube Pondok Pesantren Assalafie	94
Gambar 4.11 Usia Penonton Youtube Pondok Pesantren Assalafie	95
Gambar 4.12 Jumlah Penonton Youtube Pondok Pesantren Assalafie	96
Gambar 4.13 Penayangan Berdasarkan Konten	96
Gambar 4.14 Aplikasi Assalafie Babakan Mobile	97
Gambar 4.15 Dashboard Aplikasi Assalafie Babakan Mobile	99
Gambar 4. 16 Jumlah Santri Baru Tiga Tahun Terakhir	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian.....	133
Lampiran 2 Daftar Narasumber	134
Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara 1	135
Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara 2	137
Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara 3	138
Lampiran 6 Trankip Hasil Wawancara 4	141
Lampiran 7 Transkrip Hasil Wawancara 5	142
Lampiran 8 Transkrip Hasil Wawancara 6	144
Lampiran 9 Transkrip Hasil Wawancara 7	147
Lampiran 10 Transkrip Hasil Wawancara 8	148
Lampiran 11 Transkrip Hasil Wawancara 9	149
Lampiran 12 Transkrip Hasil Wawancara 10	150
Lampiran 13 Transkrip Hasil Wawancara 11	151
Lampiran 14 Transkrip Hasil Wawancara 12	152
Lampiran 15 Transkrip Hasil Wawancara 13	153
Lampiran 16 Dokumentasi Brosur PSB	154
Lampiran 17 Dokumentasi Akun Media Soasial	154
Lampiran 18 Aplikasi Assalafie Babakan Mobile	157
Lampiran 19 Dokumentasi Kegiatan PSB	158
Lampiran 20 Kondisi Bangunan Pondok Pesantren	159
Lampiran 21 Dokumentasi Wawancara	160
Lampiran 22 SK Penelitian	163
Lampiran 23 Surat Pengantar Penelitian.....	164
Lampiran 24 Surat Persetujuan Tempat Penelitian	165