

**Strategi Digital *Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Dalam
Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren
Manbaul Ulum Cirebon**

Tesis

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



Oleh :

MUHAMAD IQBAL AL BAQIH

NIM. 2386010035

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER (UINS)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2025 M/ 1446 H

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI DIGITAL *MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN MANBAUL ULUM

Tesis

Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam

Disusun Oleh:

Muhamad Iqbal Al Baqih

NIM. 2386010035

Telah disetujui pada tanggal 17 Juni 2025


UINSSC

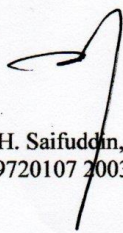
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. Hj. Ria Yulia Gloria, M.Pd
NIP. 19690828 200901 2 001


Dr. H. Saifuddin, M.Ag
NIP. 19720107 200312 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMAD IQBAL AL BAQIH

NIM : 2386010035

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber (UINSSC) 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 resiko yang mungkin diberikan, sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

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.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
Cirebon, 13 November 2025
SYEKH NURJATI CIREBON

Yang Menyatakan,



MUHAMAD IQBAL AL BAQIH

NIM. 2386010035

PEMBIMBING I

PEMBIMBING I

Program Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Siber (UINSSC) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran: 5 (lima) Lembar

Perihal: **Penyerahan Tesis**

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
UINS Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudara Muhamad Iqbal Al Baqih yang berjudul "*Strategi Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Manbaul Ulum 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 perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Cirebon, November 2025

Pembimbing I,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON


Prof. Dr. Hj. Ria Yulia Gloria, M.Pd

NIP. 19690828 200901 2 001

PEMBIMBING II

PEMBIMBING II

Program Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Siber (UINSSC) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran: 5 (lima) Lember

Perihal : **Penyerahan Tesis**

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
UINS Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudara Muhammad Iqbal Al Baqih yang berjudul "*Strategi Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Ma'had Ulum 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 perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Cirebon, November 2025

Pembimbing II,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Dr. H. Saifuddin, M.Ag

NIP. 19720107 200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi Digital *Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Manbaul Ulum Cirebon

Disusun oleh:

MUHAMAD IQBAL AL BAQIH

NIM: 2386010035

Telah diujikan pada tanggal 7 November 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd.)
Cirebon, 13 November 2025

Dewan Penguji

Ketua,

Prof. Dr. H. Iman Nafi'a, M.Ag
NIP. 19721220 199803 1 004
Penguji/Pembimbing,

Sekretaris,

Dr. Dewi Cahyani, MM., M.Pd
NIP. 19680728 199101 2 001
Penguji/Pembimbing,

Prof. Dr. Hj. Ria Yulia Gloria, M.Pd
NIP. 19690828 200901 2 001

Dr. H. Saifuddin, M.Ag
NIP. 19720107 200312 1 001

Penguji Utama,

Dr. Iis Arifudin, M.Ag
NIP. 19750603 200501 1 002
Dekan,

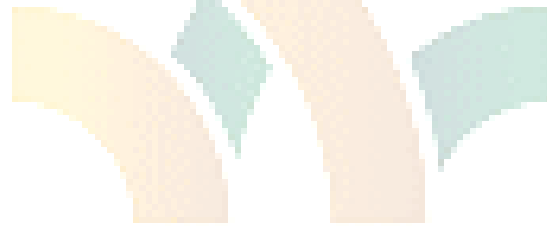
Prof. Dr. H. Iman Nafi'a, M.Ag
NIP. 19721220 199803 1 004

UINWASCS
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ABSTRAK

Persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan menuntut institusi untuk berinovasi dalam promosi. Meskipun Pondok Pesantren Manbaul Ulum memiliki program unggulan, terdapat ketidakstabilan dan ketidakcapaian target dalam penerimaan peserta didik baru setiap tahunnya. Hal ini diindikasikan oleh pemasaran lembaga yang kurang optimal dan kurang kreatif dalam menyebarkan informasi, serta kendala internal seperti keterbatasan ruangan tim *media center*, infrastruktur teknologi, dan ide konten digital yang terbatas, yang menunjukkan adanya gap antara tuntutan era digital dan implementasi yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di Pondok Pesantren Manbaul Ulum Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi Teknik keabsahan data juga diterapkan untuk memastikan validitas temuan di Pondok Pesantren Manbaul Ulum Cirebon. Hasil Penelitian Strategi *digital marketing* melalui media sosial dan *website* terbukti efektif dalam mempromosikan lembaga, dibuktikan dengan mayoritas calon santri mendapatkan informasi dari platform digital. Peningkatan kualitas pelayanan, diukur melalui lima dimensi (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*), seperti perbaikan fasilitas dan pelayanan, secara keseluruhan dinilai baik dan signifikan berkontribusi terhadap peningkatan minat peserta didik baru. Namun, implementasi menghadapi kendala keterbatasan ruangan tim *media center* dan infrastruktur teknologi. Kesimpulannya, optimalisasi strategi digital *marketing* dan kualitas pelayanan merupakan langkah yang efektif dan krusial dalam meningkatkan minat peserta didik baru dan menjaga eksistensi Pondok Pesantren Manbaul Ulum di tengah persaingan pendidikan modern.

Kata Kunci : Strategi Digital *Marketing*, Kualitas Pelayanan, Minat.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ABSTRACT

The intense competition among educational institutions necessitates innovation in promotion. Although Manbaul Ulum Islamic Boarding School has excellent programs, it faces instability and failure to meet the target of new student enrollment annually. This is indicated by sub-optimal institutional marketing, lack of creativity in information dissemination, and internal constraints such as limited space for the media center team, inadequate technological infrastructure, and limited content ideas, highlighting a gap between the demands of the digital age and sub-optimal implementation. Research Objective This study aims to analyze the *digital marketing* strategies and service quality in increasing the interest of new students at the Manbaul Ulum Islamic Boarding School in Cirebon. Research method, this study employs a descriptive qualitative method. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation. Data validity techniques were also utilized to ensure the trustworthiness of the findings. Results the utilization of *digital marketing* strategies through social media and websites proved effective in promoting the institution, evidenced by the majority of prospective students obtaining information from digital platforms. The improvement of service quality, measured by five dimensions (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible*), such as facility improvements and services, was generally rated good and significantly contributed to increasing the interest of new students. However, implementation faced obstacles, including limited space for the media center team and technological infrastructure. Conclusion the optimization of *digital marketing* strategies and service quality is an effective and crucial step in increasing the interest of new students and maintaining the existence of the Manbaul Ulum Islamic Boarding School amidst modern educational competition.

Keywords : Digital Marketing Strategies, Service Quality, Interest.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

المخلص

تحدد المنافسة الشديدة وأساليب الترويج في كل مؤسسة تعليمية بشكل كبير عدد الطلاب المحتملين فيها. تعد استراتيجيات التسويق الرقمي وجودة الخدمة جهوداً لزيادة اهتمام الطلاب الجدد بالمجتمع الأوسع من خلال تطبيق التكنولوجيا الرقمية وتحسين جودة الخدمة، وذلك لبناء صورة أفضل للمدارس الداخلية الإسلامية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات التسويق الرقمي وجودة الخدمة في زيادة اهتمام الطلاب الجدد بمدرسة منبئول العلوم الإسلامية الداخلية في سيريبون. تعتمد هذه الدراسة على منهج وصفي نوعي، مع تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المتعمقة والتوثيق. تظهر نتائج الدراسة أن استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للترويج للمؤسسات قد أثبت فعاليته، بالإضافة إلى تحسين جودة الخدمة من خلال أبعاد الموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف، بالإضافة إلى الجوانب الملموسة، مثل تحسين المرافق والخدمات والتعاطف وردود الفعل تجاه الطلاب بشكل عام، مما يسهم بشكل كبير في زيادة اهتمام الطلاب الجدد. ومع ذلك، هناك العديد من العوائق، مثل المساحة المحدودة لفريق مركز الوسائط، والبنية التحتية التكنولوجية، وأفكار محتوى الفيديو والصور على وسائل التواصل الاجتماعي. في الختام، يُعدّ تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي وجودة الخدمة خطوة فعّالة في زيادة اهتمام الطلاب الجدد. يُسهم هذا البحث في تطوير استراتيجيات استقطاب الطلاب في المدارس الداخلية الإسلامية الرقمية، وتقديم خدمة ممتازة.

الكلمة المفتوحة : استراتيجيات التسويق الرقمي, جودة الخدمة, الاهتمام.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan terbaik bagi umat manusia. Semoga kita semua mendapatkan syafaat beliau di hari akhir nanti. *Amiinn ya Rabbal 'alamin.*

Tesis sederhana ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir perkuliahan, serta sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen penulis terhadap tugas akademik. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan tesis ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing penulis dalam proses penyusunan karya ini.

Tidak lupa, terima kasih juga penulis sampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa dan teman-teman yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan karya ini ke depannya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Dalam penulisan tesis ini, penulis mendapat bimbingan, arahan, pengetahuan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung atau tidak langsung, sehingga pada kesempatan baik ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon Cirebon
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilman Nafi'a, M.Ag, direktur Program Pascasarjana UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Dr. Dewi Cahyani, M.Pd, ketua program studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Syekh Nurjati
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Ria Yulia Gloria, M.Pd, Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

5. Bapak Dr. H. Saifuddin, M.Ag, Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan semangat arahan serta saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik
6. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di lingkungan Pascasarjana UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
7. KH. Mahfudz Hudlari, M.H.I, pimpinan Pondok Pesantren Manbaul Ulum Cirebon yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian serta meluangkan waktu dan tenaga
8. Seluruh pendidik dan tenaga kependidikan Pondok Pesantren Manbaul Ulum Cirebon yang turut membantu penulis selama mengadakan penelitian.
9. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa Pascasarjana UIN Siber Syekh Nurjati dan terlebih Khusus rekan rekan seperjuangan MPI-B angkatan 2023 yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
10. Orang tua dan kaka yang selalu memberikan doa, semangat dalam penulisan tesis ini
11. Della Dwi Saputri istriku tersayang yang selalu memberikan motivasi, dukungan, bantuan yang telah kenal lelah setiap langkah proses awal masuk studi pascasarjana sampai dengan penulisan tesis ini
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis yang disusun belumlah sempurna, baik dari segi sistematika maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan tesis ini lebih baik lagi. Terlepas dari kekurangan yang ada, penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi almamater, segenap civitas akademika dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan mendapatkan ridho Allah Swt. *Amiin*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
Cirebon, 13 November 2025 M.
SYEKH NURJATI CIREBON

Penulis,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	13
A. Tinjauan Pustaka.....	13
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	13
B. Kerangka Teori	17
1. Pengertian Strategi	17
a. Jenis Jenis Strategi.....	22
b. Tahapan Strategi.....	24
2. Kualitas Pelayanan	25
a. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	28
b. Karakteristik Pelayanan.....	31
c. Ketrampilan Dasar Pelayanan.....	32
d. Unsur Unsur Pelayanan.....	33
e. Pengukuran Kepuasan Konsumen	33
3. Minat	34
a. Pengertian Minat.....	34
b. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat	35

c.	Macam Macam Minat.....	36
d.	Unsur Unsur Minat	36
4.	Strategi Digital Marketing	37
a.	Pengertian Digital Marketing	37
b.	Konsep Pemasaran Digital	41
c.	Jenis Jenis Digital Marketing.....	42
d.	Pentingnya Pemasaran Digital.....	47
e.	Dampak Positif dan Negatif Pemasaran Digital.....	51
f.	Indikator Pemasaran Digital.....	52
g.	Saluran Pemasaran Digital.....	54
h.	Sasaran Marketing.....	63
i.	Teori Digital Marketing Model AIDA.....	63
C.	Kerangka Berpikir.....	65
BAB III METODE PENELITIAN		68
A.	Unit Analisis	68
B.	Desain Penelitian	68
C.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	69
D.	Sumber Data.....	69
E.	Teknik Pengumpulan Data	70
F.	Teknik Analisis Data.....	72
G.	Teknik Keabsahan Data	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		75
A.	Gambaran Umum Pondok Pesantren Manbaul Ulum	75
1.	Deskripsi Tempat Penelitian	75
a.	Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Manbaul Ulum	75
b.	Letak Geografis Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	77
c.	Visi Misi Pondok Pesantren Manbaul Ulum	79
d.	Profil Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	79
e.	Kurikulum Pondok Pesantren Manbaul Ulum	80
f.	Data Prestasi Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	82
g.	Data Sarana dan Prasarana	83
h.	Data Guru Pondok Pesantren Manbaul Ulum	84

i. Data Peserta Didik Pondok Pesantren Manbaul Ulum	87
B. Hasil Penelitian.....	89
1. Bagaimana Strategi Digital <i>Marketing</i> Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum	90
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru.....	98
3. Apa Saja Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Strategi Digital <i>Marketing</i> Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	115
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	121
1. Strategi Digital <i>Marketing</i> Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	121
2. Kualitas Pelayanan Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru.....	128
3. Kendala Yang Dihadapi Dalam Menerapkan Strategi Digital <i>Marketing</i> Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	137
A. KESIMPULAN	137
B. REKOMENDASI.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	149

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 1 Data Jumlah Siswa Baru	7
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2 2. Konsep Pemasaran.....	56
Tabel 3 1 Waktu Penelitian.....	69
Tabel 4 1 Profil Pondok Pesantren Manbaul Ulum.....	80
Tabel 4 2 Kegiatan Harian Santri	81
Tabel 4 3 Data Prestasi Santri	82
Tabel 4 4 Data Sarana dan Prasarana	83
Tabel 4 5 Data Guru Putra	85
Tabel 4 6 Data Guru Putri	86
Tabel 4 7 Tim Penerimaan Santri Baru Tahun Ajaran 2024-2025.....	87
Tabel 4 8 Data siswa Pondok Pesantren Manbaul Ulum	88
Tabel 4 9 Data Lulusan Pondok Pesantren Manbaul Ulum	89
Tabel 4 10 Perkembangan Jumlah Santri	98
Tabel 4 11 Akun Media Sosial Manbaul Ulum	116

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 1 Skema Analisis Data interaktif Milles dan Hubberman.....	73
Gambar 4 1 Lembaga Pondok Pesantren.....	78
Gambar 4 2 Platform Sosial Media Manbaul Ulum.....	91
Gambar 4 3 Postingan Sosial Media Pondok Pesantren Manbaul Ulum	94
Gambar 4 4 Website Penerimaan Santri Baru	96
Gambar 4 5 Ruang Kelas Belajar.....	100
Gambar 4 6 Kamar Santri Putra	101
Gambar 4 7 Masjid Amaliyah Pondok Pesantren Manbaul Ulum	102
Gambar 4 8 Bukti Kehadiran Guru dan Santri.....	105
Gambar 4 9 Program Kerja Wali Asuh.....	106
Gambar 4 10 Buku Laporan Konseling.....	107
Gambar 4 11 Ramadhan Berbagi.....	108
Gambar 4 12 Pemberian Beasiswa Kepada Santri.....	109
Gambar 4 13 Pos Satpam.....	110
Gambar 4 14 Tata Tertib Santri.....	111
Gambar 4 15 Piagam Statistik Pesantren.....	112
Gambar 4 16 Ruangan Media Center.....	118
Gambar 4 17 Dapur Umum	120

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON