

**BAURAN PEMASARAN DALAM STRATEGI MANAJEMEN
PEMASARAN PESANTREN UNTUK MENARIK MINAT
CALON SANTRI BARU MA HIDAYATULLAH MARTAPURA**

SKRIPSI

**OLEH:
HANA HUWAIDA
220104030008**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
2026 M/1448 H**



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

**BAURAN PEMASARAN DALAM STRATEGI MANAJEMEN
PEMASARAN PESANTREN UNTUK MENARIK MINAT CALON
SANTRI BARU MA HIDAYATULLAH MARTAPURA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Menyelesaikan Program Strata Satu
Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh :

Hana Huwaida

220104030008

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
2026 M/1448 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hana Huwaida
NIM : 220104030008
Tempat/Tanggal Lahir : Balikpapan, 13 Juli 2004
Program Studi : S1 Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Bauran Pemasaran Dalam Strategi Manajemen Pemasaran Pesantren Untuk Meningkatkan Minat Santri Baru Ma Hidayatullah Martapura” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarbaru, 01 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Hana Huwaida

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id lg: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : B-940/Un.14/III.4/KP.01.2/07/2026

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Hana Huwaida
NIM : 220104030008
Program Studi : S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

**BAURAN PEMASARAN DALAM STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN PESANTREN
UNTUK MENINGKATKAN MINAT SANTRI BARU MA HIDAYATULLAH MARTAPURA**

Hasil Uji Plagiasi : 22%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 01 Juli 2026

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Abdul Hafiz Sairazi

SURAT PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Bauran Pemasaran Dalam Strategi Pemasaran
Pesantren Untuk Meningkatkan Minat Santri Baru
MA Hidayatullah Martapura

Ditulis oleh : Hana Huwaida

NIM : 220104030008

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Tahun Akademik : 2026

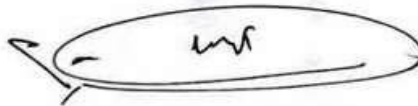
Alamat : Jl. Martapura Lama AMD Pejambuan

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan, kami menyetujui untuk dipertahankan di
depan Sidang Tim Penguji Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas
Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 25 Juni 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Muhammad Rif'at, M.Ag
NIP. 197208151998031003



Drs.H.Ahmad Rijali, M.Pd
NIP. 196802191993031004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin



Sri Anafarhanah, SEI., MSI
NIP. 198909112015032005

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Bauran Pemasaran Dalam Strategi Manajemen Pemasaran Pesantren Untuk Meningkatkan Minat Calon Santri Baru MA Hidayatullah Martapura”** ditulis oleh Hana Huwaida telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

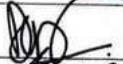
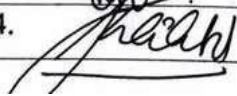
Hari : Kamis
Tanggal : 9 Juli 2026
Dan dinyatakan Lulus dengan predikat : 90(A+)



Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN
Antasari Banjarmasin

Dr. Hj. Halimatus Sadiyah, M.Si
NIP. 197604132000032002

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Muhammad Rif'at, S.Ag, M.Ag	1. 
2. Drs. Ahmad Rijali, M.Pd	2. 
3. Devi Noviyanti, SE., M.M	3. 
4. Nur Falikhah, S.Ant, M.Sc	4. 

ABSTRAK

Hana Huwaida, 220104030008, 2026. *Bauran Pemasaran Dalam Strategi Manajemen Pemasaran Pesantren Untuk Menarik Minat Calon Santri Baru MA Hidayatullah Martapura*. Skripsi, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pembimbing I Muhammad Rif'at, M.Ag. dan Pembimbing II Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Minat Santri Baru, MA Hidayatullah Martapura

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan yang menuntut pesantren menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar mampu menarik minat calon santri baru. MA Hidayatullah Martapura sebagai lembaga pendidikan berbasis pesantren menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* sebagai bagian dari strategi manajemen pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran dalam strategi manajemen pemasaran MA Hidayatullah Martapura serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kurikulum, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan sekaligus Ketua PPDB, Ketua Humas, dan santri. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MA Hidayatullah Martapura telah menerapkan ketujuh unsur bauran pemasaran secara terpadu. Produk pendidikan diwujudkan melalui kurikulum *hybrid* yang mengintegrasikan pendidikan umum dan kepesantrenan, biaya pendidikan yang terjangkau dan transparan, lokasi yang mudah diakses serta didukung media digital, promosi melalui media sosial, brosur, spanduk, dan *word of mouth* alumni sebagai strategi yang paling dominan, sumber daya manusia yang kompeten dan berorientasi pelayanan, proses penerimaan santri baru yang sistematis, serta dukungan fasilitas fisik dan media digital sebagai bukti layanan. Penerapan bauran pemasaran tersebut berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik madrasah di mata calon santri dan orang tua.

Penelitian ini juga menemukan beberapa kendala, yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang menguasai pemasaran digital, belum optimalnya pemanfaatan media sosial khususnya konten video, meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan, serta perubahan preferensi calon santri yang semakin mempertimbangkan citra sekolah, fasilitas, lingkungan, dan prospek masa depan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia di bidang pemasaran digital, optimalisasi strategi promosi berbasis media sosial, serta penguatan posisi MA Hidayatullah Martapura sebagai lembaga pendidikan yang mengintegrasikan keunggulan akademik dan nilai-nilai kepesantrenan guna meningkatkan minat santri baru sekaligus memperkuat peran pesantren dalam mencetak agen dakwah.

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(QS. Al-Insyirah [94]: 5- 6)

Skripsi ini bukan karya yang sempurna, tetapi cukup untuk mengantarkan namaku
disandingkan dengan gelar S.Sos.

Semoga Ilmu yang Menyertainya Jauh Lebih Bermakna daripada Gelarnya.

Untuk diriku sendiri, yang setia menuntaskan setiap langkah yang telah dipilih.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'ālamīn, segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul " **Bauran Pemasaran Dalam Strategi Manajemen Pemasaran Pesantren Untuk Menarik Minat Calon Santri Baru MA Hidayatullah Martapura.**" Selawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat, *tabi'in*, *tabi'ut tabi'in*, serta seluruh umat beliau hingga *yaumul qiyāmah*.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Berbagai tantangan, keterbatasan, dan proses pembelajaran menjadi bagian dari perjalanan yang pada akhirnya mampu dilalui berkat pertolongan Allah Swt., serta doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat, penghargaan, dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.S.I., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

3. Sri Anafarhanah, M.S.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan arahan serta persetujuan terhadap penyusunan skripsi ini.
4. Muhammad Rif'at, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, motivasi, kritik, serta saran yang membangun sejak proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini.
5. Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti kepada penulis sejak awal masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya Program Studi Manajemen Dakwah, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, pelayanan, serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
7. H. Abdul Basith, Lc., M.H., selaku Kepala MA Hidayatullah Martapura, beserta seluruh informan penelitian yang telah memberikan izin, kesempatan, bantuan, serta informasi yang sangat berarti selama proses penelitian berlangsung.
8. Mama dan Abah, dua sosok yang tidak pernah lelah menguatkan penulis melalui doa-doa yang dipanjatkan dalam diam, kasih sayang yang tulus, serta setiap pengorbanan yang tidak pernah meminta balasan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, dan alasan bagi penulis untuk terus melangkah hingga mampu menuntaskan tanggung jawab ini. Semoga selesainya skripsi ini adalah salah satu bentuk terkabulnya doa kalian yang selalu dipanjatkan untuk anak perempuannya.

9. Sahabat-sahabat penulis, Nopi, Isna, dan Aulia, serta seseorang yang namanya tidak tertulis, namun selalu hadir dalam setiap proses. Terima kasih atas doa, semangat, dan ketulusan yang menyertai setiap langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Dakwah Angkatan 2022, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, pengalaman, dan kebersamaan selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt.
11. Terakhir, penulis menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri, Hana Huwaida, yang mampu bertahan hingga akhir. Terima kasih sudah berani bertanggung jawab untuk menyelesaikan setiap langkah yang telah dipilih. Skripsi ini bukan sekadar syarat untuk memperoleh gelar, melainkan menjadi bukti bahwa beratnya perjalanan tidak pernah menjadi penghalang untuk terus belajar, bertumbuh, dan menuntaskan setiap tanggung jawab yang telah dipilih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan Manajemen Dakwah, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran lembaga pendidikan Islam, serta menjadi amal jariyah yang bernilai di sisi Allah Swt.

Banjarbaru, 19 Juni 2026

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripsi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

1.	ا	:	A	17.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	18.	ظ	:	Zh
3.	ت	:	T	19.	ع	:	‘
4.	ث	:	S	20.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	21.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	22.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	23.	ك	:	K
8.	د	:	D	24.	ل	:	L
9.	ذ	:	<u>Z</u>	25.	م	:	M
10.	ر	:	R	26.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	27.	و	:	W
12.	س	:	S	28.	ه	:	H
13.	ش	:	Sy	29.	ء	:	`
14.	ص	:	Sh	30.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dl	31.	ة	:	<u>T</u>

Mad dan Diftong:

1. Fathah panjang: Â / â
2. Kasrah panjang: Î / î

3. Dhammah panjang: $\hat{U}$ / $\hat{u}$

4. أو : Aw

5. أي : Ay

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap

Misalnya; ربنا ditulis *rabbānā*.

2. Vokal panjang (*mad*);

Fathah (baris di atas) di tulis **â**, *kasrah* (baris di bawah) di tulis **î**, serta *dammah*

(baris di depan) ditulis dengan **û**. Misalnya; القارعة ditulis *al-qâri‘ah*, المساكين

ditulis *al-masâkîn*, المفلحون ditulis *al-muflihûn*

3. Kata sandang *alif + lam* (ال)

Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis **al**, misalnya; الكافرون ditulis *al-*

kâfirûn. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf *lam* diganti dengan

huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجال ditulis *ar-rijâl*.

4. Ta' marbûthah (ة).

Bila terletak di akhir kalimat, ditulis **h**, misalnya; البقرة ditulis *al- baqarah*.

Bila ditengah kalimat ditulis **t**, misalnya; زكاة المال ditulis *zakât al-mâl*, atau سورة

النساء ditulis *sûrat an-Nisâ`*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAKvii

KATA PENGANTAR.....ix

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIAxii

DAFTAR ISI.....xiv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikansi Penelitian	6
E. Definisi Operasional	7
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Sistematika Penulisan	12

BAB II KAJIAN TEORI 14

A. Manajemen Pemasaran	14
B. Bauran Pemasaran	16
C. Teori Minat.....	25
D. Kerangka Pikir	29

BAB III METODE PENELITIAN31

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Subjek dan Objek Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian	32
D. Data dan Sumber Data Teknik Pengumpulan.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data	34

G. Pengecekan Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
B. Hasil Penelitian.....	42
C. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Jumlah Santri Baru MA Hidayatullah Martapura.....	40
Tabel 4.2 Daftar Mata Pelajaran MA Hidayatullah Martapura.....	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir	28
Bagan 4.1 Struktur Organisasi MA Hidayatullah Martapura.....	38
Bagan 4.2 Struktur Panitia PPDB MA Hidayatullah Martapura TA.2026/2027.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	85
Lampiran 2. Dokumentasi Riset	88
Lampiran 3. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi	89
Lampiran 4. Surat Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	90
Lampiran 5. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi	91
Lampiran 6. Surat Keterangan Telah Seminar Skripsi.....	94
Lampiran 7. Surat Izin Riset	95
Lampiran 8. Surat Keterangan Selesai Riset.....	96
Lampiran 9. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	97