

ABSTRAK

Lailatul Jannah, 2024, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Huda Pakandangan Sumenep dalam Menumbuhkan Minat Santri Baru*, Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Badrus Soleh, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Pendidikan, Minat Santri Baru

Strategi pemasaran pendidikan merupakan suatu cara atau rencana tentang beberapa hal dalam pendidikan, seperti bagaimana tujuan utama pendidikan, kebijakan pendidikan, dan langkah-langkah yang akan dilaksanakan kedepannya dalam pendidikan yang semua hal tersebut disatu padukan menjadi satu kesatuan dengan tujuan agar mampu menjadi tolak ukur dalam persaingan.

Maka dari itu ada tiga permasalahan dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, bagaimana strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda dalam menumbuhkan minat santri baru. *Kedua*, bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda dalam menumbuhkan minat santri baru. *Ketiga*, apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda pakandangan sumenep dalam menumbuhkan minat santri baru.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah pimpinan pondok, sekretaris pondok, ustazah, dan santri pondok pesantren Nurul Huda. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan pengamatan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda dalam menumbuhkan minat santri baru dilakukan dengan menggunakan dua strategi, yaitu strategi pemasaran internal dengan cara mengembangkan kualitas santri dengan mencetak santri yang berprestasi melalui suatu kegiatan seperti pengembangan dua bahasa, bahasa arab dan bahasa inggris, serta strategi pemasaran eksternal melalui media sosial seperti IG, facebook, Website. *Kedua*, pelaksanaan strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda pakandangan sumenep dalam menumbuhkan minat santri baru, untuk pelaksanaan strategi pemasaran internal dilakukan dengan mewajibkan santri menggunakan bahasa inggris pada hari minggu, senin, selasa dan bahasa arab hari rabu, kamis, sabtu. Sedangkan untuk pemasaran eksternal dilaksanakan melalui media sosial seperti Ig, facebook dan website dilakukan dengan cara mengupload atau mengunggah segala bentuk kegiatan kegiatan yang dilakukan, prestasi yang diraih santri, serta berbagai macam keunggulan, kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki, serta visi misi pondok pesantren. *Ketiga*, faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran pondok pesantren Nurul Huda pakandangan sumenep yaitu faktor pendukungnya dengan kekompakan seluruh pengurus pondok dan di buktikan dengan adanya kegiatan unggulan yaitu dua bahasa bahasa arab dan bahasa inggris. Sedangkan untuk faktor penghambat adalah banyaknya saingan seperti pondok Al-Amin dan lain sebagainya.