

ABSTRAK

Baqiyatul Ahadiyah, 2025, *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Nilai Spiritual Di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa*, skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Madura, Dosen Pembimbing: Dr. H. Ali Nurhadi, M.Pd.

Kata kunci: *strategi pemasaran, Nilai-nilai spiritual*

Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual memiliki pendekatan yang unik dalam memperkenalkan lembaganya melalui penguatan nilai spiritual yang mempunyai ciri khas, seperti halnya nilai keikhlasan, kejujuran, dan manfaat bagi sesama menjadi dasar dari setiap pesan yang disampaikan. Selain itu, pesantren menggunakan Media sosial sebagai sarana dalam penyampaian program keagamaan yang ada di dalamnya. Sehingga ada peningkatan jumlah pendaftar calon santri setiap tahunnya, sehingga menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran ini. Penelitian ini mempunyai tiga fokus penelitian sebagai berikut : *pertama*, Bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan Pamekasan?, *Kedua*, Apa saja faktor pendukung dan penghambat pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual di Pondok Pesantren?, *Ketiga*, Bagaimana hasil yang diperoleh dari strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat melalui nilai spiritual pondok pesantren?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini dilakukan di Pondok pesantren Ziyadatut Taqwa Tlanakan Pamekasan, Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, analisis data yang digunakan meliputi kegiatan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, pengecekan keabsahan yang digunakan yaitu berupa triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil penelitiannya adalah pertama strategi pemasaran di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa berfokus pada nilai spiritual sebagai daya tarik masyarakat, Pesantren ini memperkenalkan diri dengan keunggulan nilai-nilai seperti keikhlasan, kejujuran, dan manfaat sosial, dan praktik ibadah yang mencerminkan nilai luhur. *Kedua*, faktor pendukung pemasaran di Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa meliputi kepercayaan masyarakat terhadap integritas Pesantren, dan penggunaan media sosial efektif. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan sumber daya, dan Stigma negatif Masyarakat. *ketiga*, respon positif masyarakat terhadap Pondok Pesantren Ziyadatut Taqwa, yaitu nilai spiritual. Masyarakat melihat Pesantren tidak hanya mendidik intelektual, tetapi juga membina moral dan spiritual. Banyak orang tua tertarik karena nilai-nilai yang diajarkan relevan dengan kebutuhan zaman, yang tercermin dalam peningkatan signifikan jumlah pendaftar calon santri setiap tahunnya.