

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH SANTRI DI YAYASAN PONDOK PESANTREN
SALAFIYAH USWATUN HASANAH KABUPATEN
LABUHANBATU SELATAN**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Pada Program Studi
Manajemen Dakwah*



Oleh

Safii Maarif Hasibuan

NIM 2212030136

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
2026 M/ 1448 H**

SURAT PERNYATAAN KEORISINALAN

Saya Menyatakan dengan Sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan”** adalah benar hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang 29 Juli 2026
Yang Menyatakan



Safii Maarif Hasibuan
NIM 2212030136

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini dengan Judul **“Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan”** disusun Oleh **Syafii Maarif Hasibuan 2212030136**, Telah Memenuhi Persyaratan Ilmiah dan Dapat di Setujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah

Padang, 18 Agustus 2026

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Drs. Alfian, M.M

NIP : 196811251997031002

Pembimbing II



Arina Fransiska, MM

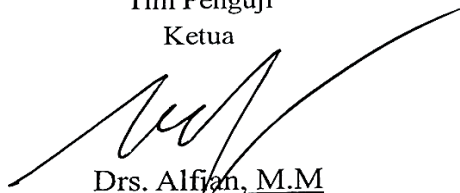
NIP : 198411062019032013

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSYAH

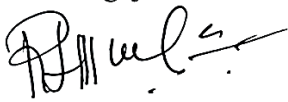
Skripsi ini berjudul “ **Manajemen Pemasaran Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan**” di susun oleh Safii Maarif Hasibuan NIM 2212030136, Telah di uji dalam sidang munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Hari selasa, 8 September 2026, dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S -1) Program Studi Manajemen Dakwah.

Padang, 14 September 2026

Tim Penguji
Ketua


Drs. Alfian, M.M
NIP : 196811251997031002

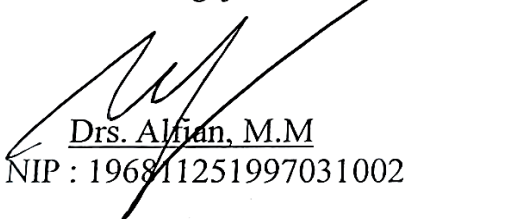
Penguji I


Dr. Dra. Rahima Zakia M.Pd
NIP : 19640420199440320001

Penguji II


Ismet Rum Lc.MA
NIP : 196605312000031001

Penguji III

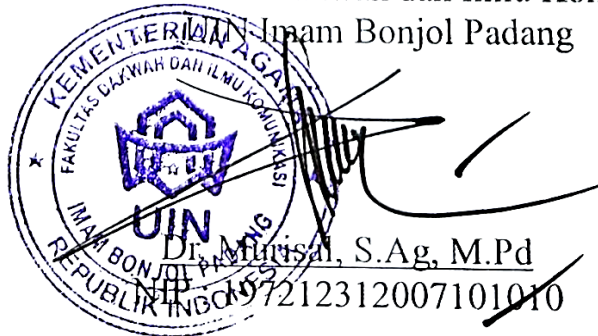

Drs. Alfian, M.M
NIP : 196811251997031002

Penguji IV


Arina Fransiska, MM
NIP : 198411062019032013

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Imam Bonjol Padang


Dr. Minisat, S.Ag, M.Pd
NIP : 197212312007101010

ABSTRAK

Safii Maarif Hasibuan NIM 2212030136 Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran Pondok Pesantren Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan dalam meningkatkan jumlah santri yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran berdasarkan teori Philip Kotler. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah santri dalam tiga tahun terakhir, yaitu dari 355 santri pada tahun 2022 menjadi 260 santri pada tahun 2023 dan 180 santri pada tahun 2024. Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan jenis deskriptif. Data penelitian diperoleh dari Pondok Pesantren Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan melalui pimpinan pondok pesantren, tenaga pendidik, dan pengurus yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Informan penelitian terdiri atas pimpinan/pengasuh pondok pesantren, kepala madrasah, tenaga pendidik, pengurus yayasan, serta pengelola kegiatan pemasaran dan penerimaan santri baru. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Setelah data dikumpulkan, kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data, sedangkan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pemasaran dilakukan melalui penyusunan strategi, penentuan sasaran, dan pemilihan media promosi. Pelaksanaan pemasaran dilakukan melalui promosi langsung kepada masyarakat serta pemanfaatan media digital, meskipun belum optimal. Pengendalian pemasaran dilakukan melalui evaluasi terhadap kegiatan promosi, identifikasi kendala, dan penyusunan langkah perbaikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan fungsi manajemen pemasaran telah berjalan, namun masih perlu ditingkatkan, terutama dalam optimalisasi pemasaran digital dan sistem pengendalian yang lebih terstruktur agar mampu meningkatkan jumlah santri secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Pondok Pesantren, Jumlah Santri,

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah mengajarkan manusia berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini. Setelah melewati proses perkuliahan yang panjang, tahap demi tahap penulis jalani, sehingga tersusunlah karya ilmiah yang berjudul **“Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Yayasan Pondok Pesantren Salafiyah Uswatun Hasanah Kabupaten Labuhanbatu Selatan.**

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

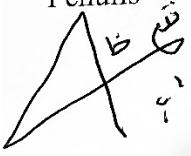
1. Bapak Dr. Murisal, S.Ag, M.Pd_selaku Dekan dan beserta jajaran di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang,
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah, Bapak Zulbadri, M, Ag. Ph. D
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang
4. Dosen Pembimbing penulisan skripsi, Pembimbing I Bapak Drs. Alfian, MM dan Pembimbing II Arina Fransiska, MM yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya, serta arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Terima kasih kepada staf-staf akademik mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang yang vii telah memberikan data dan izin dalam melakukan penelitian untuk skripsi ini
6. Kepala UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang beserta staf yang telah memfasilitasi penulis dengan referensi yang mendukung dalam penyelesaian perkuliahan

7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Ahmad Rojali Hasibuan, Ibunda tercinta almarhumah Iomosari Pohan, dan Ibu sambung Mastulen dongoran yang telah merawat dan membimbing penulis dengan penuh perhatian dan kasih sayang dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Keluarga Besar IMLABSEL S Kota Padang, Yang terus Mendukung saya berproses sebagai mahasiswa yg haus akan ilmu di Kota perantauan, dan juga sebagai rumah kedua saya.
9. Keluarga besar HMI Komisariat Dakwah dan Ilmu Komunikasi, tempat saya berproses sebagai mahasiswa islam yg terus kurang akan ilmu dan relasi.

Semoga segala bantuan yang diberikan dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. penulis sadar skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh Karena itu Segala Krtitik dan saran yang membangun akan berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Fastabiqul Khairat, wassalamu‘alaikum Wr. Wb.

Padang, 29 Agustus 2026

Penulis


Safii Maarif Hasibuan
NIM 2212030136

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEORISINILAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	I
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Manajemen Pemasaran	17
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2. Konsep Pemasaran	21
3. Proses Manajemen Pemasaran	26
4. Merancang Program Pemasaran.....	29
B. Pemasaran Pendidikan di Pondok Pesantren	32
1. Pengertian dan Konsep Pemasaran Pendidikan.....	32
2. Tantangan dan Peluang Pemasaran Pesantren di Era Digital	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Lokasi Penelitian	43
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43

F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
A. Temuan Umum.....	46
1. Sejarah Berdirinya Pesantren.....	46
2. Struktural Organisasi Yayasan Pondok Pesantren Uswatun Hasanah	48
B. Temuan Khusus	51
1. Perencanaan Pemasaran Pondok Pesantren Uswatun Hasanah dalam Meningkatkan Jumlah Santri	51
2. Pelaksanaan Pemasaran Pondok Pesantren Uswatun Hasanah dalam Meningkatkan Jumlah Santri	55
3. Pengendalian Manajemen Uswatun Hasanah dalam Meningkatkan Jumlah Santri	60
C. Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian Pemasaran Pondok Pesantren Uswatun Hasanah	65
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas Seminar Proposal	77
Lampiran 2. Berita Acara Seminar Proposal.....	78
Lampiran 3. Surat Keputusan Pembimbing	79
Lampiran 4. Pedoman Wawancara.....	80
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	83
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara	84
Lampiran 7. Observasi Dan Dokumentasi PP Uswatun Hasanah	88
Lampiran 8. Surat Balasan Penelitian	90