

Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak

Delpio Ramadhony, Candra Darmawan, Emi Puspita Dewi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

xotegamers@gmail.com

Submitted:

Revised:

Accepted:

ABSTRACT:

This research is entitled: "Analysis of Strategies in Increasing the Number of Santri at the Darul Ulum Ngulak Islamic Boarding School, Sanga Desa District". This study aims to find out the strategy used by the Darul Ulum Islamic Boarding School in increasing the number of students. This research uses qualitative research. Data collection techniques in this study are using observation, interviews and documentation. The theory used is according to Kotler and Armstrong. The data analysis technique used in this study is data reduction, data presentation and conclusion or verification. The results of this study indicate that the promotional activities carried out by the Darul Ulum Ngulak Islamic Boarding School have gone quite well, promotional activities carried out by direct or indirect socialization, developing and optimizing extracurriculars and facilities or facilities and infrastructure. Evaluation of this activity Darul Ulum Ngulak Islamic Boarding School has increased every new school year, it's just that the target of students has not been achieved so far because most students are more interested in public schools. Suggestions for the Darul Ulum Ngulak Islamic Boarding School should have human resources that specifically control promotional activities to manage the interests of students or the public so that they can carry out promotions more optimally, so that they can operate promotional activities carried out so that they run well.

KEYWORDS: Promotion Strategy and Increase the Number Of Student

Copyright holder:

© Ramadhony, D. Darmawan, C. Emi Puspita. (2023)

Published by:

Scidacplus

Journal website:

<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:

2656-1050

This article is under:



How to cite:

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di Dunia. Oleh karena itu, masyarakat di Indonesia sangat kental atau tidak asing lagi akan budaya-budaya Islam. Salah satu bidang yang melatarbelakangi semakin luas dan besarnya agama Islam di Indonesia adalah bidang pendidikan. Ada banyak wadah pendidikan ataupun sekolah Islam yang bisa kita temukan di Indonesia salah satunya adalah Pondok Pesantren. Sejak kemunculannya pada zaman Walisongo, pesantren senantiasa menjadi basis pengembangan Islam di Indonesia. Sejak lama, disamping menjadi lembaga pendidikan, pesantren juga mengambil perannya sebagai lembaga sosial dimana pesantren menjadi kontrol masyarakat sekitar dalam menyikapi tantangan zaman. Di pesantren ini, kyai menjadi 'filter' masuknya budaya-budaya luar dalam kehidupan masyarakat sekitar. (Abdul Tolib., 2015).

Ketika Pondok Pesantren baru dibangun atau baru didirikan salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah kurangnya minat ataupun keinginan anak maupun orang tua untuk bergabung menjadi santri pada pondok pesantren tersebut. Santri merupakan peranan penting bagi pesantren karena merupakan komponen dari pondok pesantren itu sendiri. Peningkatan minat masuk juga tidak terlepas dari interaksi antar orang tua dengan pondok pesantren modern (ustad/ustadzah, kyai), dan satu anggota kelompok saling mempengaruhi satu sama lain. Hal ini disebabkan karena masyarakat santri setempat kemungkinan besar akan membeli bangunan pesantren canggih yang memiliki tujuan serupa dengan mereka. Dengan begitu, hasil yang diinginkan akan sesuai dengan tujuan warga santri asli. Fenomena yang sering terjadi di pondok pesantren adalah minat masuk santri yang disebabkan oleh keinginan untuk memperoleh pendidikan yang sehat dan keyakinan bahwa ilmu agama yang ada akan semakin meningkat. Pendidikan yang diberikan di pondok pesantren tidak sekedar memberikan ilmu agama; itu juga menanamkan disiplin. Hal ini diharapkan mampu melahirkan warga negara yang baik, disiplin dan tidak egois (Zakiyya Tunnufus).

Salah satu faktor yang membuat pondok pesantren dengan santri yang sedikit disebabkan oleh strategi yang belum berjalan dengan baik atau belum efektif. Pada era globalisasi ini perubahan teknologi dan arus informasi sangatlah maju, hal ini mendorong timbulnya laju persaingan yang ketat dalam dunia sumberdaya pesantren seringkali diabaikan dalam percaturan perubahan zaman. Kaum pesantren dinilai konservatif dan memiliki keahlian yang rendah dibandingkan dengan keluaran pendidikan modern lainnya. Kenyataan ini memang cukup problematik, di mana pesantren tetap diharuskan untuk menjaga idealisme dan visi pendidikan kas yang dimilikinya disatu sisi, namun dipihak lain juga dituntut arif dalam terhadap perubahan zaman yang semakin sulit dikendalikan. Hal tersebut mengakibatkan pada berkurangnya minat masyarakat umum untuk memasukkan anak-anaknya kedalam pesantren, dan berdampak pada banyaknya pesantren-pesantren yang mengalami kemunduran dari segi kuantitas santrinya, bahkan tidak sedikit pesantren yang sampai habis santrinya (Muhammad Mustafid Hamdi).

Pemasaran merupakan salah satu disiplin ilmu, pemasaran memiliki elemen - elemen metode ilmiah yang dapat menghasilkan teori-teori pemasaran. Secara metodologis kajian pemasaran telah memiliki ruang diskusi tersendiri dan mampu membuktikan eksistensinya dalam dunia akademisi yang ditandai dengan banyaknya kajian pemasaran masa kini. Namun demikian kajian pemasaran belum mempunyai teori umum yang dapat menjelaskan segala aspek berkaitan dengan pemasaran itu sendiri, seperti teori supply dan demand dalam bidang ekonomi yang dapat menjelaskan hampir semua aspek terkait dalam bidang ekonomi. Perusahaan bisnis perlu mempercepat proses pengembangan produk mereka karena siklus hidup produk yang lebih singkat. Mereka juga perlu mencari cara yang lebih baik untuk menyalurkan dan mempromosikan produk mereka dengan biaya yang lebih rendah (Hilmiatus Sahla).

Dalam konteks pemasaran pondok pesantren, pondok pesantren ibarat sebagai seorang penjual sedangkan pembelinya adalah santri maupun calon santri, dimana lembaga pondok pesantren dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan santri maupun calon santri. Dengan memberikannya rasa puas kepada santri maka santri didalamnya akan dapat bertahan. Strategi pemasaran sangat diperlukan bagi seorang

pengusaha baik individu maupun kelompok selain dalam dunia bisnis strategi pemasaran juga sangat diperlukan bagi lembaga pendidikan seperti pondok pesantren supaya mampu menarik minat dari calon peserta didik untuk menjadikan pondok pesantren sebagai wadah mencari ilmu serta dapat dikenal dikalangan masyarakat sekitar maupun masyarakat diluar daerah. Dengan strategi pemasaran pondok pesantren yang baik dan benar maka dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan yaitu berupa visi dan misi pondok pesantren (Mamlukha, Ribut Suprpto dan Uliya Rohmatillah. 2018/2019).

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau responden. Yang bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan gejala atau kelompok tertentu untuk menentukan frekuensi adanya suatu hubungan tertentu antara suatu gejala dengan lainnya dalam masyarakat (Koentjaraningrat, 1991). Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek, dimana penelitian adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono).

Adapun objek penelitian sebagai kesatuan yang terintegrasi, yang penelaahannya dan dilakukan secara intens, mendalam, mendetail, dan komprehensif dalam penelitian tentang analisis strategi dalam meningkatkan jumlah santri di pondok pesantren darul ulum ngulak kecamatan sanga desa.

Dalam penelitian deskriptif peneliti akan mencoba untuk melihat kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, dalam hal ini peneliti berfokus untuk mencari data dari jumlah santri yang masuk ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Kaitanya dengan hal tersebut Nana Sudjadana dan Ibrahim mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan sesuatu, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dengan kata lain penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, analisis data yang diperoleh (berupa kata-kata gambar atau perilaku), (Ahmad, T., 2011). dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Pemaparannya harus dilakukan secara objektif agar subjektivitas peneliti dalam membuat interpretasi dapat dihindarkan. Dengan menggunakan teknik ini lebih memudahkan peneliti untuk menganalisa jumlah santri yang masuk ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Analisis isi untuk penelitian kualitatif harus diawali dengan komunikasi secara transparan, yang artinya peneliti harus dapat merumuskan apa yang ingin diteliti dan tujuan atas segala tindakan tersebut. Pemilihan unit analisis harus sesuai objek penelitian dikaji secara mendalam. Dalam hal ini peneliti mengambil tempat di Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Sebagai objek penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Observasi ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung terhadap objek yang diteliti. Singkatnya

observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Dengan demikian, peneliti melakukan pengamatan langsung ke lapangan yaitu Pondok Pesantren Darul Ulum, untuk memperoleh data yang diperlukan terkait penelitian yang penulis lakukan. Dalam penelitian ini, sebelum melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan sebagai salah satu Teknik pengumpulan data, yang nantinya akan di ajukan kepada bapak Supriyadi S.Hum selaku direktur pimpinan pondok pesantren, Bapak Dobi Wibowo, SPd.I selaku kepala sekolah pondok pesantren, dan beberapa staf dan dewan guru pondok pesantren, dalam melakukan wawancara peneliti mendengarkan dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan terkait strategi dalam meningkatkan jumlah santri pondok pesantren darul ulum. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai data yang variabelnya berupa catatan, buku, surat kabar, agenda dan sebagainya. Disini peneliti mencari data-data melalui catatan, buku-buku dan arsip agar betul- betul data diperoleh secara akurat. Dengan demikian dokumentasi yang dilakukan peneliti yaitu mengenai strategi Pondok Pesantren Darul Ulum dalam meningkatkan jumlah santri. Adapun metode dokumentasi yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat dokumenter.

Teknik analisis data pada penelitian ini, hasil data yang telah diperoleh dari Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak mengenai strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah santri yang telah dilakukan dengan cara Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Untuk melakukan analisis data kualitatif ini, maka perlu ditekankan beberapatahapan dan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Reduksi data, Data yang diperoleh dari angan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari temadan polanya (Sugiyono).
2. Penyajian data, Miles dan Huberman dalam buku Suproyogo dan Tobroni mengatakan bahwa yang dimaksud penyajian data adalah menyajikan seluruh informasi yang tersusun dan kemungkinan adanya kesimpulan dan penarikan tindakan.
3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi, Menurut Miles dan Huberman dalam Harun Rasyid, mengungkapkan bahwa verifikasi data dan penarikan kesimpulan adalah upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan pemahaman peneliti. Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan merupakan kesimpulan yang kredibel. Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal masih kesimpulan sementara yang akan berubah bila diperoleh data baru dalam pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh selama di lapangan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali meninjauulang catatan lapangan sehingga berbentuk penegasan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak

Strategi promosi dalam suatu pendidikan merupakan bentuk pengenalan suatu sekolah agar dapat berkembang, berbagai cara atau proses suatu pendidikan salah satu yang biasa dilakukan oleh sekolah adalah peningkatan jumlah peserta didik dalam sekolah, yang bertujuan agar suatu lembaga pendidikan dapat mencapai sebuah tujuan dan harapan yang diinginkan dalam meningkatkan suatu sekolah tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama 2 bulan mulai dari bulan Mei sampai bulan Agustus 2023 di Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa, maka peneliti dapat mengemukakan hasil analisis dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dari pihak yang terkait untuk memperoleh data yang dibutuhkan, diantaranya sebagai berikut :

1. Strategi Promosi Secara Langsung (*Direct Marketing*)

Promosi secara langsung merupakan suatu bentuk dari kegiatan promosi yang paling sederhana dan paling mudah dilakukan. Kegiatan ini membutuhkan komunikasi yang bersifat secara langsung antara pihak pesantren dengan pihak masyarakat untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon peserta didik. Adapun cara promosi secara langsung yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak antara lain :

a. Sosialisasi ke SD-SD di Kecamatan Sanga Desa

Promosi melalui SD-SD, dengan ini Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak setiap awal tahun selalu melakukan sosialisasi ke SD-SD yang ada di Kecamatan Sanga Desa untuk mengenalkan dan memberitahukan kepada mereka bahwa ada sekolah terpadu agama Islam di Kecamatan Sanga Desa serta mengajak mereka untuk bergabung di Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak.

b. Kegiatan Masyarakat

Kegiatan promosi ini juga dilakukan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak untuk menarik minat masyarakat memasukkan anaknya ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan mengunjungi rumah-rumah masyarakat yang melakukan acara halal bin halal, dalam hal ini pihak pondok pesantren mengambil peran untuk menyuruh santri-santri nya terjun memimpin kegiatan tersebut sehingga bisa menarik mata masyarakat yang melihatnya untuk memasukkan anaknya ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak.

c. Ikut Aktif Kegiatan di Kecamatan Sanga Desa

Ikut andil dalam kegiatan di kecamatan merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak untuk mengenalkan pondok pesantren, dalam hal ini pihak pondok pesantren selalu ikut andil dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh kecamatan, kegiatan itu yakni seperti gerak jalan, karnaval dan lain sebagainya. Oleh karena itu adanya kegiatan tersebut bisa membantu pondok pesantren untuk mengenalkan pondok pesantren.

d. Mengadakan Kegiatan Akbar di Hari Besar Islam

Promosi dengan cara mengadakan kegiatan atau acara juga akan berperan penting untuk menarik minat para anak-anak untuk masuk ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Dalam hal ini Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak selalu mengadakan kegiatan serta acara disetiap menyambut hari besar Islam, seperti mengadakan lomba-lomba tingkat SD, kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk menarik minat anak-anak supaya masuk ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak.

e. Informasi Berantai

Jenis promosi ini sama halnya seperti jenis promosi *Word Of Mouth* , jenis promosi ini juga diterapkan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak untuk mengenalkan pondok pesantren ke masyarakat, promosi ini dilakukan oleh para Ustadz-Ustadz, tenaga pengajar serta alumni pondok pesantren.

2. Secara Tidak Langsung (*Indirect Marketing*)

Promosi secara tidak langsung merupakan suatu bentuk dari kegiatan pemasaran yang sifatnya cukup mudah untuk dilakukan. Karena kegiatan ini hanya perlu berkomunikasi melalui alat-alat elektronik handphone, laptop dan sebagainya, cukup dari depan layar semua orang bisa mengetahui tentang Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak tanpa harus bertatap muka secara langsung. Adapun promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak yakni :

a. Sosial Media

Promosi melalui sosial media merupakan salah satu promosi yang sangat efektif dilakukan sekarang yang mana semua orang sekarang rata-rata mempunyai akun sosial media, oleh karena itu semua orang bisa dengan mudah mencari informasi terkait keadaan pondok pesantren dapat tersebar luas dan tidak banyak menghabiskan tenaga serta biaya yang besar. Media sosial yang digunakan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak adalah :

1) Facebook

Facebook merupakan salah satu sosial media yang digunakan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Hal ini sangat bagus karena saat ini telah banyak orang yang menggunakan akun

facebook, sehingga pondok pesantren bisa membagikan informasi atau dokumentasi yang tidak hanya foto bahkan video mengenai kegiatan yang dilakukan pondok pesantren serta prestasi-prestasi yang diperoleh peserta didik. Oleh karena itu dapat mempermudah calon peserta didik dan orang tua untuk memperoleh informasi mengenai pondok pesantren.

2) Tik tok

Sosial media yang selanjutnya yaitu tiktok. Tidak jauh berbeda dengan facebook, tiktok juga dapat menjadi sarana untuk menyebarkan informasi atau dokumentasi mengenai program kegiatan yang dilakukan pondok pesantren. Hal yang membedakan tiktok ini dokumentasinya banyak di publish melalui video sehingga pondok pesantren harus membuat video semenarik mungkin untuk mempublish video tersebut.

3) Whatsapp

Yang terakhir yaitu whatsapp. Sosial media ini sudah pasti banyak orang yang menggunakannya mulai dari anak-anak sampai orang dewasa karena whatsapp sangat mudah untuk menggunakannya, promosi melalui sosial media yang satu ini biasanya banyak tersebar di grup-grup teman maupun grup keluarga.

b. Website

Tidak kalah menariknya dengan media sosial diatas website juga menjadi sarana yang sangat mudah untuk diakses para orang tua dalam mencari informasi untuk memasukkan anak ke Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak, bahkan website bisa dibilang lebih lengkap dengan adanya informasi tentang santri, ustadz dan ustadzah nya serta sarana dan prasarananya.

Produk yang ditawarkan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak, Produk dalam konteks jasa pendidikan yaitu jasa yang ditawarkan kepada konsumen berupa reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang bagi para peserta didik untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Dalam aspek produk ini, Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak telah memberikan tawaran-tawaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ini dapat dilihat dari ketertarikan masyarakat terhadap program-program pendidikan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak. Kesesuaian serta ketetapan ini tercipta karena untuk menentukan sebuah produk, pondok pesantren melakukan kegiatan evaluasi dan musyawarah terhadap program yang sedang dijalankan. Hal tersebut dilakukan secara berkala guna meningkatkan mutu sebuah pesantren, reputasi yang baik, prospek masa depan pesantren dan lulusan peserta didik. Untuk menghasilkan program pesantren dan proses pelayanan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan peserta didik, berikut adalah beberapa program yang ditawarkan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak :

1. Produk Unggulan

Produk unggulan yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh calon konsumen. Dalam hal ini Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak, para santri sudah dibekali dengan pembiasaan-pembiasaan sesuai dengan ajaran Islam dan Akhlakul Karimah seperti : Akhlak, Al-Qur'an dan Bahasa.

2. Produk Pendidikan

Yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut yang menyertai diantaranya adalah tenaga pengajar yang berkompeten. Sistem pendidikan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak masih menggunakan kurikulum 2013, peneliti disini mengambil contoh proses pendidikan pada tingkatan menengah pertama, sebagai bahan untuk meneliti bagaimana berjalannya proses pendidikan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada dua jenis strategi promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa dalam meningkatkan jumlah santri, yaitu sebagai berikut:

Promosi Secara Langsung (*Direct Marketing*), Yang dimaksud dengan promosi secara langsung disini adalah mensosialisasikan, menjelaskan dan memperkenalkan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa dengan cara mendatangi langsung objek yang menjadi tujuan promosi. Dalam hal ini Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa telah melakukan berbagai upaya dalam melakukan kegiatan promosi tersebut. Bentuk kegiatan promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa antara lain yaitu Sosialisasi ke Sekolah Umum SD, Ikut Andil dalam Kegiatan Masyarakat, Ikut Aktif Kegiatan di Kecamatan Sanga Desa, Mengadakan Kegiatan Akbar di Hari Besar Islam dan memberikan Informasi Berantai (*Word of Mouth*).

Promosi Secara Tidak Langsung (*Indirect Marketing*), Promosi secara tidak langsung ini yakni mengenalkan, memberitahukan keberadaan Pondok Pesantren Darul Ulum Ngulak Kecamatan Sanga Desa kepada masyarakat secara online atau menggunakan media elektronik dan media cetak seperti, Promosi melalui sosial media : Facebook, Tik Tok, Whatsapp dan Website. Dan promosi melalui media cetak : Banner dan Brosur.

REFERENSI

- Abdul Tolib, 2015, *Pendidikan di Pondok Pesantren Modern*, Jurnal :Pendidikan dan Studi Islam, 61.
- Zakiyya Tunnufus, *Pengaruh Komunikasi dan Pendekatan Personal Terhadap Minat Masuk Santri*, Jurnal Studia : Akuntansi dan Bisnis, 4.
- Muhammad Mustafid Hamdi, *Strategi Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren*, STAI Darussalam, 16.
- Himlatus Sahla, *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Pionir LPPM.
- Mamlukha, Ribut Suprpto dan Uliya Rohmatilla, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Santri Baru Pondok Pesantren Full Day Sunan Ampel Tahun Pembelajaran 2018/2019*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 157.
- Koentjaraningrat, 1991, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 245.
- Ahmad Tanzah, 2011, *Metodologi Penelitian Praktis*, Edisi. 1 Yogyakarta : Penerbit teras.