



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN
7P DI PESANTREN MODERN AL-AMANAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

Amriya Widdatul Hayati

NIM. B94219068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amriya Widdatul Hayati

NIM : B94219068

Program Studi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7p Di Pesantren Modern Al-Amanah**. Adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 24 Maret 2023

Yang membuat pernyataan


Amriya Widdatul Hayati
F313FAKX715843647
B94219068

1000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI TEMPEL

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Amriya Widdatul Hayati
NIM : B94219068
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Bauran Pemasaran
7P di Pesantren Modern Al-Amanah
Sidoarjo

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing
untuk diujikan

Surabaya, 24 Maret 2023
Menyetujui Dosen Pembimbing



Ahmad Khairul Hakim, S.Ag. M.Si
NIP.197512302003121001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN 7P DI PESANTREN MODERN AL-AMANAH

Disusun Oleh

Amriya Widdatul Hayati

B94219068

Telah di uji dan dinyatakan lulus dalam Ujian Sarjana Strata Satu,
Pada tanggal 03 April 2023

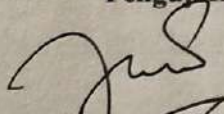
Tim Penguji

Penguji I



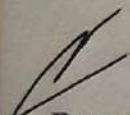
Dr. Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 19751230200312001

Penguji II



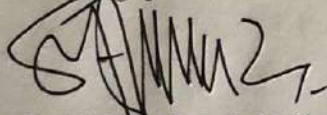
Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., Mfil.I
NIP. 197003042007011056

Penguji III



Dr. Sriwangga Bramayudha, MM
NIP. 197912142011011005

Penguji IV

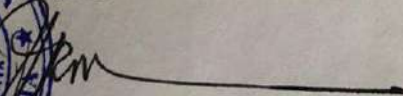


Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 196610242014111001



Surabaya, 03 April 2023

Dekan


Dr. Mohamad Nurul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 110171998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amriya Widdatul Hayati
NIM : 294219068
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : 294219068@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS PENERAPAN Bauran Pemaiaran 7P

DI PESANTREN MODERN AL-AMANAH

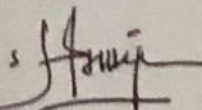
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 NOVEMBER 2023

Penulis,



(Amriya Widdatul H.)

ABSTRAK

Amriya Widdatul Hayati, NIM. B94219068, 2023. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7p di Pesantren Modern Al-Amanah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Bauran Pemasaran 7p di Pesantren Modern Al-Amanah serta mengetahui faktor pendukung penerapan Bauran Pemasaran 7p di Pesantren Modern Al-Amanah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik validitas data yang digunakan adalah triangulasi. Kemudian untuk analisis data peneliti menggunakan model Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini yakni Pesantren Modern Al-Amanah menerapkan proses bauran pemasaran 7p dengan menggunakan lima strategi. Pertama Pesantren modern Al-Amanah menerapkan *segmentation, targeting* dan *positioning*, kedua menerapkan *marketing mix 7p*, ketiga menerapkan keunggulan produk, keempat *timing*, dan kelima evaluasi. Strategi-strategi diatas dibuat untuk menerapkan proses bauran pemasaran 7p di Pesantren Modern Al-Amanah. Sedangkan faktor yang menjadi pendukung penerapan bauran pemasaran 7P di Pesantren Modern Al-Amanah adalah peran seorang pengasuh dalam memimpin dan mengambil sebuah keputusan, perencanaan strategi yang matang, sarana dan prasarana yang lengkap, memiliki pasar yang luas dan yang terakhir ialah keberhasilan seluruh elemen *marketing mix*.

Katakunci: pemasaran, bauran pemasaran, pesantren

DAFTAR ISI

LEMBARPERSETUJUANPEMBIMBINGSKRIPSI.....	ii
LEMBARPENGESAHANUJIANSKRIPSI.....	Error!Bookmarknot defined.
LEMBARMOTTODANPERSEMBAHAN	iv
PERNYATAANORISINALITASKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATAPENGANTAR	vii
DAFTARISI.....	ix
DAFTARGAMBAR.....	xii
DAFTARTABEL	xiii
BABIPENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. RumusanMasalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. ManfaatPenelitian.....	7
E. DefinisiKonsep.....	8
F. SistematikaPembahasan	10
BABIKAJIANTEORITIK.....	12
A. KerangkaTeoritik.....	12
1. Strategi Pemasaran.....	12
2. BauranPemasaran(MarketingMix).....	15
3. ProsesPenerapanStrategiPemasaran.....	26
4. FaktorPendukungPenerapanStrategiBauranPemasaran	30

5.	Pesantren	31
6.	Strategi Bauran Pemasaran Dalam Perspektif Islam	34
B.	Penelitian Terdahulu	40
BAB III METODE PENELITIAN		44
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B.	Lokasi dan Objek Penelitian	45
C.	Jenis dan Sumber Data	45
D.	Tahap-Tahap Penelitian	47
E.	Teknik Pengumpulan Data	50
F.	Teknik Validitas Data	51
G.	Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN		54
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
1.	Profil Singkat Pesantren	54
2.	Sejarah	55
3.	Lokasi Penelitian	58
4.	Visi, Misi, Motto, Tujuan, Panca Jiwa Santri dan 7 Kewajiban Santri	59
5.	Struktur Organisasi	60
6.	Data Guru Pesantren Modern Al-Amanah	61
7.	Jumlah Karyawan Pesantren Modern Al-Amanah	62
8.	Jumlah Santri Pesantren Modern Al-Amanah	62
9.	Jadwal Harian Santri	63
B.	Penyajian Data	64
C.	Analisis Data	99

1. Proses Bauran Pemasaran	99
2. Faktor Pendukung Bauran Pemasaran	111
3. Bauran Pemasaran Dalam Perspektif Islam.....	114
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran dan Rekomendasi	119
C. Keterbatasan Penelitian.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	121
Pedoman Wawancara.....	126
Hasil Wawancara	129



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar4. 1Logo MA.....	71
Gambar4. 2Logo Pesantren.....	71
Gambar4. 3Logo SD.....	72
Gambar4. 4Logo SMP.....	72
Gambar4.5Youtube Al-Amanah.....	75
Gambar4.6Tiktok Al-Amanah.....	75
Gambar4. 7InstagramAl-Amanah.....	75
Gambar4. 8 Facebook Al-Amanah.....	75
Gambar4.9SebaranAlumni.....	77
Gambar4.11HalamanPesantren.....	79
Gambar4.10HalamanMA.....	79
Gambar4.14Daftar Ulang SD.....	81
Gambar4.12AlamatMaps.....	80
Gambar4. 13Maps Al-Amanah.....	80
Gambar4.15Daftar Ulang SMP.....	82
Gambar4.16Daftar Ulang MA.....	84
Gambar4.17Masjid AsramaPutra.....	94
Gambar4.18PerpustakaanPutri.....	94
Gambar4.20 Gazebo.....	94
Gambar4.19 Kamar.....	94
Gambar4.24LabBahasa.....	95
Gambar4. 23RuangMeeting.....	95
Gambar4.22Fasilitas Enterpreneur.....	95
Gambar4.21FasilitasOlahraga.....	95
Gambar4.26Pengolahan Sampah.....	95
Gambar4.25Lahan Hidroponik.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Sumber: Analisis Data Lapangan dan Studi Dokumentasi	62
Tabel 4. 2 Sumber: Analisa Data Lapangan	62
Tabel 4. 3 Sumber : web psb-alamanah.sieduka.net	63
Tabel 4. 4 Sumber : Analisis data lapangan.....	64
Tabel 4. 5 Sumber : Hasil Wawancara Dengan Semua Narasumber	73
Tabel 4. 6 Sumber: Hasil Wawancara dengan Narasumber 2	74
Tabel 4. 7 Sumber : web psb-alamanah.sieduka.net	Error!

Bookmark not defined.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Aisyah. "PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN SWOT PADA PERUSAHAAN POPY" 1 (t.t.): 10.
- Dewi, Pratiwie Nirmala, Chandra Hendriyani, dan Rommy Mochammad Ramdhani. "Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi." *JIP (Jurnal IndustridanPerkotaan)* 17, no. 2 (5 September 2021): 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>.
- Dwinanda, Giri, dan Yuswari Nur. "BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDUSTRI RETAIL GIANT EKSPRES MAKASSAR" 6 (t.t.): 17.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM." *JURISDICTION* 9, no. 1 (30 Juni 2018): 128. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.
- Gunawan, Imam. *METODE PENELITIAN KUALITATIF Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Edisi Pertama. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AqSAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif&ots=m1-umudYnI&sig=kGJnP4KtGmbaR8Yt2Lqk_BGf3OQ&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20kualitatif&f=false.
- Halim, Fajriyah Salsabila, Purnama Putra, dan Isti Pujihastuti. "Analisis Penerapan Strategi

- Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi,” t.t.
- HAMKA, PROF. DR. HAJI ABDULMALIK ABDULKARIMAMRULLAH. *Tafsir Al-Azhar*. 2. SINGAPURA: PUSTAKANASIONALPTE LTD SINGAPURA, 1990.
- Hidayah, Ida, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, dan Edy Suryawardana. “ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDIKASUSPADAPUDANISDI KALIWUNGU).” *Solusi* 19, no. 1 (20 Januari 2021). <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *AL-QUR’AN AL-KARIM DAN TERJEMAHNYA (Edisi Keluarga)*. Edisi Keluarga. Jl. KH. Mas Mansyur No. 57 Surabaya: HALIM, 2013.
- Lestari, Warni, Sitti Musyahidah, dan Rabaniah Istiqamah. “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (12 Juli 2019): 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>.
- M Dayat. “STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREBUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN.” *Jurnal Mu’allim* 1, no. 2 (5 September 2019): 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>.
- Mahdi, Adnan. “SEJARAH DAN PERAN

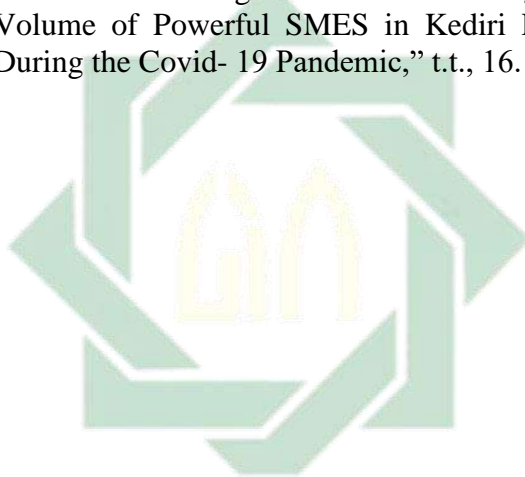
- PESANTREN DALAM PENDIDIKAN DI INDONESIA,” t.t., 20.
- Mas, M Ali. “PERAN PESANTREN DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER BANGSA” 2 (t.t.): 13.
- Murtini, Afri. “ANALISA BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Home Industry CV Melati Kota Pangkalpinang)” 6 (2019): 11.
- Nasuka, Moh. “Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai” 05 (2020).
- Nugraha, Muhamad Tisna, Abdul Pandi, Supiana Supiana, dan Qiqi Yuliati Zaqiah. “Formulasi Kebijakan Pendidikan di Pondok Pesantren Hidayatul Muhsinin Kubu Raya.” *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 3, no. 1 (2 Februari 2021): 36–43. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v2i2.1341>.
- Poluan, F M A, S L Mandey, dan I W J Ogi. “STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA MINUMAN KESEHATAN INSTANT ALVERO),” 2019, 10.
- Rahim, Endang, dan Roni Mohamad. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (1 Juli 2021): 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>.

- Rahman, Arif. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Cetakan pertama 2010. Jakarta Selatan: Trans Media Pustaka, t.t.
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=sJJj-4qN-iMC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Strategi+Dahsyat+Marketing+Mix+for+Small+Business&ots=J-rbMP4Wak&sig=ThX4q2yC0crJFePVFaWcdrkpTaQ>.
- Rijali, Ahmad. "ANALISIS DATA KUALITATIF." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2 Januari 2019): 81.
<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Shofiyah, Nilna Azizatus, Haidir Ali, dan Nurhayati Sastraatmadja. "Model Pondok Pesantren di Era Milenial," t.t., 18.
- Syukur, Patah Abdul, dan Fahmi Syahbudin. "KONSEP MARKETING MIX SYARIAH." *JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH* 5, no. 1 (23 Juni 2020): 71–94.
<https://doi.org/10.46899/jeps.v5i1.167>.
- Thalib, Mohamad Anwar. "PELATIHAN ANALISIS DATA MODEL MILES DAN HUBERMAN UNTUK RISET AKUNTANSI BUDAYA." *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah* 5, no. 1 (11 Mei 2022): 23–33.
<https://doi.org/10.30603/md.v5i1.2581>.
- Timbuleng, S, A L Tumbel, dan D C A Lintong. "ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (STUDI KASUS PADA FRISKABEAUTY STUDI OTOMOHON),"

2021, 7.

Umar, Zainal Abidin. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN IKAN TUNA OLAHAN PADA PT. BETEL CITRA SEYAN GORONTALO” 9 (2012): 26.

Zulfa, Istofia, dan Tuwis Hariyani. “Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid- 19 Pandemic,” t.t., 16.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A