

**MANAJEMEN DIGITAL MARKETING MADRASAH DALAM
MENINGKATKAN ANIMO CALON PESERTA DIDIK BARU
DI MI AL SAMIUN NGLUYU NGANJUK**

SKRIPSI

Oleh :

ALI KHOZIM
06010320003



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Dosen Pembimbing I

Nur Fitriatin, S.Ag, M.Ed.
NIP. 196701121997032001

Dosen Pembimbing II

Muhammad Nuril Huda, M.Pd.
NIP. 198006272008011006

**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : ALI KHOZIM

NIM 06010320003

JUDUL : MANAJEMEN DIGITAL MARKETING MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN ANIMO CALON PESERTA
DIDIK BARU DI MI AL SAMIUN NGLUYU NGANJUK

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan merupakan hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang menjadi rujukan sesuai sumbernya.

Surabaya, 3 Juni 2024



Ali Khozim
06010320003

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh :

NAMA : ALI KHOZIM

NIM 06010320003

JUDUL : MANAJEMEN DIGITAL MARKETING MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN ANIMO CALON PESERTA
DIDIK BARU DI MI AL SAMIUN NGLUYU NGANJUK

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 3 Juni 2024

Pembimbing I



Nur Fitriatin, S.Ag, M.Ed.
NIP. 196701121997032001

Pembimbing II



Muhammad Nuril Huda, M.Pd.
NIP. 198006272008011006

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

**Skripsi oleh Ali Khozim ini telah dipertahankan
di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Surabaya, 4 Juni 2024**



**Mengesahkan,
Dekan,**

**Prof. Dr. H. Muhammad Thohir, S. Ag., M. P.d
NIP. 197407251998031001**

Penguji I

**Dr. Arif Mansyuri, M.Pd.
NIP. 197903302014111001**

Penguji II

**Machfud Bachtiyar, M.Pd.
NIP. 197704092008011007**

Penguji III

**Nur Fitriatin, S.Ag, M.Ed.
NIP. 196701121997032001**

Penguji IV

**Muhammad Nuril Huda, M.Pd.
NIP. 198006272008011006**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : ALI KHOZIM
NIM : 06010320003
Fakultas/Jurusan : TARBIYAH DAN KEGURUAN/ PENDIDIKAN ISLAM
E-mail address : alikhhozim2001@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**MANAJEMEN DIGITAL MARKETING MADRASAH DALAM MENINGKATKAN
ANIMO CALON PESERTA DIDIK BARU DI MI AL SAMIUN NGLUYU NGANJUK**

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 Juni 2024

Penulis
(Ali Khozim)

ABSTRAK

Ali Khozim (06010320003) Manajemen Digital Marketing Madrasah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dosen Pembimbing I, Nur Fitriatin, S. Ag., M. Ed. dan Dosen Pembimbing II, Muhammad Nuril Huda, M. Pd.

Manajemen digital marketing madrasah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru menjadi topik yang sering dibahas selain karena mengikuti tuntutan globalisasi dan informasi teknologi yang pesat. Lembaga instansi pendidikan juga perlu memberikan dukungan dan support untuk terlaksananya manajemen digital marketing guna menunjang keefektifan digital marketing di lembaga pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) Manajemen digital marketing madrasah di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk, dan (2) Manajemen digital marketing dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan analisis dan interpretasi serta menggunakan triangulasi data dalam menguji keabsahan data penelitian. Hasil penelitian ini mengeksplorasi manajemen digital marketing di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk dan upaya mereka dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Pendekatan manajemen didasarkan pada prinsip-prinsip dasar seperti *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. MI Al Samiun memperhatikan dasar hukum pendidikan dan alasan pengelolaan digital marketing, serta langkah-langkah pengelolaan yang meliputi perencanaan konten dan pengembangan SDM. Konten pemasaran mencakup media sosial, fasilitas konten, dan strategi pemasaran. Dampaknya termasuk peningkatan kesadaran masyarakat dan respons positif, meskipun ada juga dampak negatif seperti penurunan interaksi sosial. Upaya untuk meningkatkan minat calon siswa baru melibatkan pemahaman yang baik tentang letak geografis, peningkatan kapasitas tenaga pendidik, kolaborasi dengan media berita, pelatihan digital, dan produksi konten strategis. Evaluasi secara berkala dilakukan untuk memastikan efektivitas strategi yang diimplementasikan.

Kata Kunci: Manajemen Digital Marketing, Animo Calon Peserta Didik Baru

ABSTRACT

Ali Khozim (06010320003) Madrasah Digital Marketing Management in Increasing the Interest of Prospective New Learners at MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk, Islamic Education Management Study Programme, Faculty of Tarbiyah and Keguruan, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Advisor I, Nur Fitriatin, S. Ag., M. Ed. and Advisor II, Muhammad Nuril Huda, M. Pd.

Management of digital marketing in Islamic schools in increasing the enthusiasm of prospective new students has become a frequently discussed topic, not only because it follows the demands of globalization and rapid technological information. Educational institutions also need to provide support for the implementation of digital marketing management to support the effectiveness of digital marketing in educational institutions. The purpose of this research is to describe: (1) Digital marketing management of Islamic schools at MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk, and (2) Digital marketing management in increasing the enthusiasm of prospective new students at MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk. Using a descriptive qualitative research method, data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. Researchers used analysis and interpretation and used data triangulation to test the validity of research data. The results of this study explore digital marketing management at MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk and their efforts to increase the interest of prospective new students. The management approach is based on basic principles such as planning, organizing, actuating, and controlling. MI Al Samiun pays attention to the legal basis of education and the reasons for managing digital marketing, as well as management steps including content planning and human resources development. Marketing content includes social media, content facilities, and marketing strategies. The impact includes increasing public awareness and positive responses, although there are also negative impacts such as decreased social interaction. Efforts to increase the interest of new prospective students involve a good understanding of geographical location, increasing the capacity of educators, collaborating with news media, digital training, and strategic content production. Regular evaluations are conducted to ensure the effectiveness of implemented strategies.

Keywords: Digital Marketing Management, Interest of Prospective New Learners

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Konseptual	9
F. Keaslian Penelitian	12
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II	20
KAJIAN PUSTAKA	20
A. Manajemen Digital Marketing	20
1. Pengertian Manajemen Digital Marketing	20
2. Inovasi Digital Marketing Madrasah	27
3. Bauran Digital Marketing Madrasah	30
4. Jenis-Jenis Strategi Digital Marketing	32
B. Animo Calon Peserta Didik Baru	34
1. Pengertian Animo	34
2. Faktor Yang Mempengaruhi Animo	35
C. Digital Marketing Madrasah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru	36
1. Indikator Keberhasilan Digital Marketing	37
2. Kelebihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Animo	38
3. Kekurangan Digital Marketing dalam Meningkatkan Animo	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41

B. Kehadiran Peneliti.....	43
C. Lokasi Penelitian.....	44
D. Sumber Data dan Informan Penelitian.....	44
E. Metode Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisa Data.....	52
G. Teknik Keabsahan Data.....	55
H. Pedoman Penelitian.....	56
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum dan Pembahasan.....	62
1. Sejarah MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk	62
2. Profil MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk	62
3. Struktur Organisasi MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk	64
4. Visi dan Misi MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	64
5. Tujuan MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	65
B. Deskripsi Subjek	65
C. Hasil Penelitian	66
1. Manajemen Digital Marketing di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	67
2. Manajemen Digital Marketing untuk Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
1. Manajemen Digital Marketing di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	88
2. Manajemen Digital Marketing untuk Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di MI Al Samiun Ngluyu Nganjuk.....	97
BAB V.....	105
PENUTUP	105
A. Simpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN LAMPIRAN	112
1. Surat Izin Penelitian	113
2. Surat Balasan Penelitian.....	114
3. Analisis Hasil Penelitian	115
4. Respon Digital Marketing terhadap Animo.....	116

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. 6th ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021.
- Abdullah, A Ahmad Afif. "Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Manarik Minat Calon Peserta Didik Baru Di SMK Terpadu Khoirot Kandat." *Al-Makrifat: jurnal kajian Islam* (2022). <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/makrifat/article/view/4848>.
- Abdussamad, Z. *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. osf.io, 2022. <https://osf.io/juwxn/download>.
- Adlini, M N, A H Dinda, S Yulinda, and ... "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal ...* (2022). <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/3394>.
- Arifudin, Opan, and Rahman Tanjung. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Auladina, Adinda Maula. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan Di MTs Darul Muttaqien Parung Bogor." *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta, 2022.
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, and Nur Ika Effendi. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Edited by Riyanto Wujarso. PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Ayu Samirah, Jumari, Khoeron. "Strategi Peningkatan Animo Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sd Mutiara Bali Tahun Pelajaran 2020/2021" (2021).
- Azizah, Siti Nur. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di MI Salafiyah Bangilan Tuban." *UIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya, 2021.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemdikbudristek. "Animo - KBBI Daring." Accessed September 13, 2023. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/animo>.
- Badan Pusat Statistik. "Jumlah Sekolah, Guru, Dan Murid Madrasah Ibtidaiyah (MI) Di Bawah Kementerian Agama Menurut Provinsi, 2022/2023." *BPS - Statistics Indonesia*.
- Baharun, H, and U Diana. "Consumer Behavior in Choosing Madrasah Education Institutions: Kotler's Perspective." *TADRIS: Jurnal Pendidikan ...* (2023). <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/tadris/article/view/8422>.
- Baharun, H, and A Mukarramah. "Digital Based Madrasah: The Strategy to Improve the Quality of Madrasah Ibtidaiyah Performance." *Al Ibtida: Jurnal Pendidikan ...* (2023). <https://www.jurnal.syekhnujati.ac.id/index.php/ibtida/article/view/13075>.
- Chaffey, Dave, and Fiona Chadwick-Ellis. *Strategy, Implementation and Practice. Digital Markerting*, 2016. www.pearson.com/uk.
- Chaffey, David, and Danyl Bosomworth. "Digital Marketing Strategy Planning Template." *Smart Insights*, no. January (2013): 1–14. <http://www.enterprisebucks.co.uk/wp-content/uploads/2014/09/digital-marketing-plan-template-smart-insights1.pdf>.
- Charviandi, Adrie, and Henny Noviany. *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Purbalingga: CV.EUREKA MEDIA AKSARA, 2023.
- Esqueda-Walle, Ramiro, Jesus Marmolejo Rodriguez, and Karla. "Digital Marketing: A Conceptual Framework, Review, and Case Study Mixed Approach." *International Journal of Economics and Business Administration* VIII, no. Issue 3 (2020): 256–279.

- Fahyuni, Eni Fariyatul. *Buku Ajar Inovasi Konselor Sebaya Di Sekolah (Dalam Perspektif Pendidikan Islam)*. Umsida Press, 2018. <http://dx.doi.org/10.21070/2018/978-979-3401-93-5>.
- Hambali, Muh., and Mu'alimin. *Manajemen Pendidikan Islam Kontemporer: Strategi Pengelolaan Dan Pemasaran Pendidikan Islam Di Era Industri 4.0*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2020.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
- Hasan, M, T K Harahap, and M S S Hasibuan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Tahta Media Group, 2022.
- Herlina, Erisna, and Happy Fitria. "Inovasi Pendidikan Dengan Memanfaatkan Teknologi Digital Dalam Upaya Menyongsong Era Revolusi Industri 4.0." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang 2* (2020): 599.
- Ibrahim Daud. *MANAJEMEN PEMASARAN Dengan Pendekatan Digital Marketing*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2021.
- Ilmi, I, and I A Nukhatillah. "Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Melalui Digital MAarketing Produk Produk Unggulan SMAN 1 Langkap Lancar." *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH* ... (2023). <http://journal.thamrin.ac.id/index.php/JPKMHthamrin/article/view/1363>.
- Iswanto, Juni, Amiartuti Kusmaningtyas, and Murgianto Murgianto. "Strategic Management of Education To Enhance Environmental-Oriented Competitiveness." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 3, no. 02 (2019).
- Jayabaya, Petrus, and Putu Nina Madiawati. "Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Aplikasi Mobile Kai Access." *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen* 8, no. 2 (2018).
- Junaris, Imam, and Nik Haryanti. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2022.
- Kaharuddin. "Dampak Pemasaran Digital Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kinerja UMKM Kota Palopo." *Jurnal repository.umpalopo.ac.id* 73 (2021): 16.
- Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehellindo, 2002.
- Kus Tri Dianavera. *Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing Lewat Media Sosial Facebook. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA*, 2021.
- M. Munir. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik." *Al Intizam* 1, no. 2 (2018): 1–37.
- Mahbub, Mahbub, and Eva Husnia Zen. "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam* 2, no. 1 (2020): 113. <http://dx.doi.org/10.30739/jmpid.v2i1.601>.
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Mardiatmi, Bernadin Dwi, Ruth M. Bunga Wadu, Yudi Nur Supriadi, Faisal Marzuki, Nani Ariani, Anggi Angga Resti, Jenji Gunaedi Argo, and Lina Aryani. *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital*. Sleman: Deepublish CV Budi Utama, 2022.
- Marentek, Mikke R., Vekky Supit, and Nancy Henrietta J. Mandey. *Komunikasi Pemasaran*. Edited by Joseph N. Tangon. *POLIMDO PRESS*. Manado: POLIMDO PRESS, 2020.
- Margareta, Ririn Tius Eka, Bambang Ismanto, and Bambang Suteng Sulasmono. "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model." *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 5, no. 1 (2018): 1–14.

- Miles, Mathew B., and A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI -Press), 2007.
- Mukhtar, H, Risnita, and Mahmud MY. *Strategi Pemasaran Madrasah Kajian Tentang Persepsi Dan Kepuasan Masyarakat*. Edited by Sumarto. Pustaka Ma'arif Press, 2018.
- Na'im, Zaedun. *Manajemen Pendidikan Islam*. Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Neneng Nurmallasari, and Imas Masitoh. "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial." *Journal of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543.
- Noeng Muhadjir. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2022.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2022. Accessed November 13, 2023. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>.
- Nurmala, Siti. "Factors Affecting Motivation of Students in Continuing Their Study To Vocational School." *Jurnal Pendidikan* 42, no. 2 (2019): 162–172.
- Oklander, Mykhailo, Tatyana Oklander, Oksana Yashkina, Irina Pedko, and Maryna Chaikovska. "Analysis of Technological Innovations in Digital Marketing." *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies* 5, no. 3–95 (2018): 80–91.
- Prihatin, Eka. "UU No. 9 TAHUN 2009 TENTANG BADAN HUKUM PENDIDIKAN DALAM KONTEKS MANAJEMEN DAN PEMASARAN PENDIDIKAN," no. 9 (2009).
- Raco. *METODE PENELITIAN KUALITATIF JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA*. PT Grasindo. Jakarta, 2010. <https://osf.io/mfzuj/>.
- Raco, J. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. osf.io, 2018. <https://osf.io/mfzuj/download>.
- Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, Fara Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, Puji Muniarty, and Hamdan Firmansyah. *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi*. Insania, 2021.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Salim, H, and Haidir. *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan Dan Jenis*. Society. Vol. 2, 2019.
- Septia Lidiani. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMK Negeri 1 Teupah Tengah." *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*. Banda Aceh, 2022.
- Sidiq, U, M Choiri, and A Mujahidin. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Edited by Anwar Mujahidin. CV. NATA KARYA. Ponorogo: repository.iainponorogo.ac.id, 2019.
- Sidiq, Umar. *Manajemen Madrasah*. Vol. 10. Ponorogo: CV. NATA KARYA, 2018. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444>.
- Sidiq, Umar, and Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. CV. NATA KARYA. Vol. 53. Ponorogo, 2019.
- Sudaryana, Yayan, Sarwani, Herjanto Subur, Risyda Aulia, Nunung Nurhasanah, Andy Nugroho, and Rani Sujarwadi. "Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Penjualan IKM/UMKM Di Kabupaten Tangerang Di Tengah Pandemi Covid 19." *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2021): 35–42. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/download/4969/3587>.
- Sugeng, Sugeng Lubar Prastowo. "Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 1 (2022): 45–57.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2018.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, S, and P Lestari. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. eprints.upnyk.ac.id, 2021.
- Sulaiman. "PENDIDIKAN MADRASAH ERA DIGITAL." *Jurnal Al-Makrifat* 2, no. 1 (2017): 9–15.
- Sulaiman Kurdi, Muqarramah. "Dampak Globalisasi Pada Konten Dan Mata Pelajaran Pada Kurikulum Di Madrasah Ibtidaiyah: Tantangan Dan Peluang." *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan* 1, no. 4 (2021): 32–59.
- Yanto, A, D Wanto, and ... "Marketing Dalam Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah DiMA Darussalam Kepahiang." *El-Idare: Jurnal ...* (2023). <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/El-idare/article/view/14218>.
- Yanto, Ari, Deri Wanto, and Murniyanto. "Marketing Dalam Manajemen Pendidikan Islam : Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah Di MA Darussalam Kepahiang." *El-Idare* 9, no. 1 (2023): 131–142.
- Yusuf, M, and F N Maula. "Strategi Promosi Madrasah Di Media Sosial Dalam Menarik Animo Peserta Didik Baru." *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (2023). <http://ejurnal.staiha.ac.id/index.php/aksi/article/view/254>.
- Zulhilmy. "STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENJARING PESERTA DIDIK BARU." *Journal of Education, Administration, Training, and Religion* 4, no. 1 (2023): 59–63.
- Zulhilmy, Zulhilmy. "STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENJARING PESERTA DIDIK BARU." *JENTRE* 4, no. 1 (2023): 59–63. <http://dx.doi.org/10.38075/jen.v4i1.324>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A