

STRATEGI MARKETING LEMBAGA PERGURUAN TINGGI BARU
(Studi Kasus Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri)

TESIS

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh

Rofiul Asna Al Arif

NIM. 22504038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

Jalan Sunan Ampel Nomor 07 Ngronggo Kota Kediri Kode Pos 64127

Telepon (0354) 689282 Faksimile (0354) 686564 Website: www.uinkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rofiul Asna Al Arif

NIM : 22504038

Fakultas/Jurusan : Tarbiyah

E-mail address : rofiulasnaalarif@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : ☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi

☐ Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI MARKETING LEMBAGA PERGURUAN TINGGI BARU (Studi Kasus Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatt Thullab Kediri)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut di atas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri 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 dan pengembangan ilmu pengetahuan 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 Syekh Wasil Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 24 Juli 2026

Penulis

Rofiul Asna Al Arif

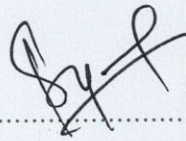
LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis ini dengan judul “STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE LEMBAGA PERGURUAN TIGGI BARU STUDI KASUS SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM HIDAYATUT THULLAB (STAIHIT) KEDIRI” oleh Rofiul Asna Al Arif telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis Program Pasca Sarjana IAIN Kediri

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. H. Syamsul Huda, M.Ag.
NIP. 196302261993031001

1.



2. Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I.
NIP.198808232015031008

2.



HALAMAN PENGESAHAN

sis ini dengan judul "STRATEGI MARKETING LEMBAGA PERGURUAN TINGGI
RU STUDI KASUS SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM HIDAYATUTTHULLAB
(TAIHIT) KEDIRI" oleh ROFIUL ASNA AL ARIF ini telah diperbaiki sebagaimana
stinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan
.Pd) pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 30 Juni 2025.

n Penguji:

1. Dr. Umar Faruq, M.Fil.I
NIP.19680511200604100

1. 

2. Dr. Erwin Indrioko, M.Pd.I
NIP. 198401222015031005

2. 

3. Prof. Dr. H. Syamsul Huda, M.Ag.
NIP.196302261993031002

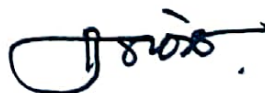
3. 

4. Dr Addin Arsyadana, M.Pd.I
NIP. 198808232015031008

4. 

Kediri, 30 Juni 2025

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana IAIN Kediri



Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag
NIP. 197506132003121004

MOTTO

Inovasi Muncul Dari Kreativitas Dan Kreativitas Hanya Bisa Di Kembangkan
Dengan Mengetahui Kemampuan Diri Sendiri

Rofiul Asna Al Arif

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : Rofiul Asna Al Arif

NIM : 22504038

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Tesis : STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN
BRAND IMAGE LEMBAGA PERGURUAN TINGGI BARU
STUDI KASUS SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM
HIDAYATUTTHULLAB (STAIHIT) KEDIRI

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

Kediri, 30 Mei 2025

Hormat saya



Rofiul Asna Al Arif

HALAMAN PERSEMBAHAN

Telah usai perjalanan dan perjuangan saya dalam menulis Tesis ini. Atas nama cinta dan rasa syukur dalam hati saya yang teramat dalam, melalui untaian kata ini ingin saya persembahkan rasa terimakasih saya kepada:

1. Allah SWT, sebagai satu-satunya Dzat yang tak mungkin tak terlibat dalam seluruh kehidupan saya. Terimakasih atas nikmat kesempatan hidup, akal, jiwa dan raga, serta ujian yang membuatku semakin kuat dan memahami apa arti hidup yang sesungguhnya.
2. Diri saya sendiri, atas kegigihan gempuran dalam mengerjakan Tesis dengan penuh kesabaran dan keikhlasannya.
3. Keluarga tercinta **Ayahanda Bapak Nuruddin, Ibunda Ibu Triyani, Pendamping Hidup Nila Muna Zakia, Putri Tercinta Kalila Liva Humaida, Saudari Syarifah Bihusnil Laili dan Keluarga besar** yang selalu menyebutkan nama saya disetiap do'anya. Memberikan nasehat-nasehat dan melimpahkan segala kasih sayangnya kepada saya, serta memotivasi saya menuju keberhasilan.
4. Dosen pembimbing saya, Bapak **Prof. Dr. H. Syamsyul Huda, M.Ag.** serta Bapak **Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.** yang telah membimbing dalam penyelesaian Tesis ini.
5. Teman-teman seperjuangan sekaligus keluarga Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam 2022 yang telah memberikan dukungan saat proses penulisan tesis ini.
6. Dan semua orang yang telah berjasa dalam kehidupan saya.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua. Akhirul Qoul semoga penulisan ini dapat mendatangkan motivasi serta manfaat bagi orang lain. Amin Yaa Robbal 'Alamiin.

ABSTRAK

Rofiul Asna Al Arif, 2025. *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Brand Image Lembaga Perguruan Tinggi Baru Studi Kasus Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri*. Tesis Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Pembimbing I : Prof. Dr. H. Syamsul Huda, M.Ag. Dan Pembimbing II : Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I.

Kata Kunci : *Strategi Marketing, Segmentasi pasar, Bauran Pemasaran, Waktu Pemasaran, Fokus Perguruan Tinggi Baru*

Persaingan dalam pemasaran lembaga pendidikan menjadi tantangan yang harus di lalui oleh administrator untuk mempertahankan citra lembaga Pendidikan sebagai upaya mendantangkon konsumen produk pendidikan apalagi bagi lembaga pendidikan baru. Strategi marketing dapat menjadi landasan pemimpin untuk menyelesaikan problem secara sistematis yang khususnya berhubungan dengan daya saing lembaga atau organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait Strategi Marketing dalam meningkatkan Brand Image perguruan tinggi baru yang diterapkan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri dengan fokus penelitian di antaranya : 1) Bagaimana Pemetaan Pasar (*Segmentasi Market*) untuk meningkatkan Brand Image Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri 2) Apa saja elemen Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang digunakan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri untuk menarik minat masyarakat 3) Bagaimana penentuan Waktu Pemasaran (*Timing Strategi*) Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri untuk meningkatkan daya pemasaran

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis untuk menggali informasi yang dijalankan di perguruan tinggi baru. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan dosen, mahasiswa, staff, dan pihak terkait perguruan tinggi. Teknik keabsahan data menggunakan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketelitian, dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Marketing dalam meningkatkan Brand Image di Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri merupakan bentuk usaha dalam menjaring calon mahasiswa dengan fokus sebagai berikut 1) Menargetkan pemasaran kepada semua masyarakat secara offline maupun online baik yang mempunyai potensi besar maupun potensi kecil dalam perhitungan segmentasi pasar. 2) Mempertimbangkan tempat, produk, harga, dan promosi yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri merupakan langkah utama agar dapat mewujudkan hasil pemasaran yang signifikan. 3) Melakukan observasi waktu pemasaran secara optimal dan opsional untuk meningkatkan daya pemasaran. Jika pemasaran dilakukan di waktu yang sesuai target, maka kegiatan pemasaran dapat meningkatkan daya saing secara kompetitif.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamiin penulis ucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat beserta Sallam penulis tunjukan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukan kepada kita keyakinan haqiqi yaitu agama islam.

Penulis menyampaikan terima kasih dengan setulus hati kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penulisan Tesis ini. Terima kasih yang terdalam penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana IAIN Kediri.
3. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Huda, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi arahan, dan masukan sehingga proses penyusunan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I. selaku Kepala Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana IAIN Kediri sekaligus pembimbing II dalam penulisan ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf pengajar di lingkungan Pascasarjana Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Kediri yang telah membekali ilmu sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
6. Keluarga besar peneliti dan teman-teman Pasca prodi MPI angkatan 2022 yang berjuang bersama-sama untuk menyelesaikan studi dan saling berbagi semangat untuk mencapai cita-cita bersama.
7. Kepala Ketua, Dosen, Staff, Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu selesainya tesis ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu penulisan tesis ini kelak mendapatkan jaryahnya dan diberikan limpahan kebaikan oleh Allah SWT. dan bagi siapapun yang membaca, semoga karya ilmiah ini membawa berkah dan manfaat yang terus menerus mengalir.

DAFTAR ISI

HALAM SAMPUL.....	i
HALAM JUDUL.....	ii
HALAM PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS.....	iv
MOTTO.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Penelitian Terdahulu.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Konsep Strategi.....	18
B. Strategi Marketing.....	21
C. Tujuan Marketing.....	24
D. Konsep Strategi Marketing.....	26
E. Brand Image.....	29
F. Lembaga Pendidikan.....	31
G. Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Brand Image Peruruan Tinggi Baru.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	35
B. Kehadiran Peneliti.....	35
C. Sumber Data.....	36
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data.....	37
F. Tahap Penelitian.....	39
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL TEMUAN PENELITIAN.....	41
A. Paparan Data.....	41
1. Paparan Data Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri.....	41
B. Temuan Penelitian	
1. Temuan Penelitian Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri.....	105
BAB V PEMBAHASAN.....	112

A. Strategi Marketing Perguruan Tinggi Baru Dalam Pemetaan Pasar (<i>Segmentasi Market</i>) Untuk Meningkatkan Brand Image Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri.....	112
B. Strategi Marketing Dalam Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri Untuk Menarik Minat Masyarakat.....	118
C. Srategie Marketing Dalam Pelaksanaan Waktu Pemasaran (Timming Market) Di Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab (STAIHIT) Kediri Untuk Meningkatkan Daya Pemasaran.....	123
D. Elemen Yang Menjadi Pengaruh Kegiatan Marketing Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatullab (STAIHIT) Kediri	123
BAB VI PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR GAMBAR

4.1 : Denah Lokasi Pondok Pesantren Hidayatut Thullab Kediri.....	47
4.2 : Gedung A Dan Gedung B STAIHIT Kediri.....	49
4.3 : Ruang Kelas STAIHIT Kediri.....	50
4.4 : Armada Antar Jemput STAIHIT Kediri.....	54
4.5 : Struktur Organisasi Dan Dosen STAIHIT Kediri.....	56
4.6 : Tes Masuk MABA Dan Suasana Perkuliahan STAIHIT Kediri.....	61
4.7 : Rapat Via Zoom Dan Hasil Sosialisasi STAIHIT Kediri.....	65
4.8 : Rapat Sosialisasi PMB STAIHIT Kediri.....	66
4.9 : Kegiatan Istigotsah Ponpes Hidayatut Thullab Kediri.....	68
4.10 : Akun Sosial Media STAIHIT Kediri.....	70
4.11 : UKM STAIHIT Kediri dan Ponpes Hidayatut Thullab Kediri.....	73
4.12 : Brosur STAIHIT Kediri.....	76
4.13 : Kegiatan Kemasyarakatan STAIHIT Kediri.....	78
4.14 : Halaman Website Dan Portal Pendaftaran Online STAIHIT Kediri.....	80
4.15 : Kegiatan Perlombaan Dengan Sekolah SMA	83
4.16 : Sosialisasi Di Sekolah SMA STAIHIT Kediri.....	85
4.17 : Pamflet PMB Dan Pembagian Brosur Di Car Free Day Kediri.....	89
4.18 : Kegiatan Santri PonPes Hidayatut Thullab Kediri.....	92
4.19 : MOU STAIHIT Dengan Masyarakat Dan Sekolah Tingkat SMA.....	95
4.20 : Media Sosial STAIHIT Dan PonPes Hidayatut Thullab Kediri.....	97
4.21 : Rapat PMB Dan Persiapan Tahun Ajaran Baru STAIHIT Kediri.....	100
4.22 : Brosur Skolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri.....	102
2.23 : Upaya Membangun Kerja Sama STAIHIT Kediri.....	104

DAFTAR TABEL

4.1 : Profil Sekolah Tinggi Agama Islam Hidayatut Thullab Kediri.....	45
4.2 : Data Dosen STAHIT Kediri.....	56
4.3 : Data Staf STAIHIT Kediri.....	56
4.4 : Data Mahasiswa MPI STAIHIT Kediri.....	58
4.5 : Data Mahasiswa HKI STAIHIT Kediri.....	58