

TESIS

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON
PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA
CENDEKIA**



Oleh:

Hikmatul Hasanah

NPM: 2022501012

UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

PALEMBANG

2024

TESIS

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON
PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA
CENDEKIA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen



Oleh:

Hikmatul Hasanah

NPM: 2022501012

**UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
PALEMBANG
2024**



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER






PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA
DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA CENDEKIA**

Nama Mahasiswa : Hikmatul Hasanah
NPM : 2022501012
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran




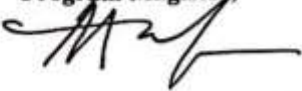

Telah Diuji Dalam Sidang Tesis
Pada Tanggal 30 Juli 2024

No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	Tanda Tangan
01	Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501 Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama	
02	Dr. Tien Yustini, M.Si, CIRR., CLMA NIDN. 0228047001 Anggota Komisi Penguji I	
03	Dr. Juhaini Alie, MM NIDN. 0210067003 Anggota Komisi Penguji II	
Disetujui oleh; Dekan Fakultas Ekonomi,  Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701		Diketahui oleh; Ketua Program Studi Manajemen Program Magister,  Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh, Judul : Implementasi Manajemen Marketing Pendidikan <i>Blue Ocean Strategy</i> Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Calon Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Aulia Cendekia Nama Mahasiswa : Hikmatul Hasanah NPM : 2022501012 Program Studi : Manajemen Program Magister	
Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.	
Komisi Penguji Sidang Tesis,	
Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama,	 Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501
Anggota Komisi Penguji I	 Dr. Tien Yustini, M.Si, CIRR., CLMA NIDN. 0228047001
Anggota Komisi Penguji II	 Dr. Juhaini Alie, MM NIDN. 0210067003
Disahkan oleh:	
Ketua Program Studi Manajemen Program Magister  Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501	Dekan Fakultas Ekonomi, FAKULTAS EKONOMI  Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

JUDUL TESIS

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN
BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK
BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA CENDEKIA**

Nama Mahasiswa : Hikmatul Hasanah
NPM : 2022501012
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis

Palembang, 19/08/2024
Ketua Komisi Penguji/
Pembimbing,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501

Anggota Komisi Penguji I,

Dr. Tien Yustini, M.Si, CRR., CLMA
NIDN. 0228047001

Anggota Komisi Penguji II,

Dr. Juhaini Alie, MM
NIDN. 0210067003

Palembang, 19/08/2024
Dekan Fakultas Ekonomi,

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

Palembang, 19/08/2024
Ketua Program Studi Manajemen Program
Magister,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,
CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501

PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama lengkap : Hikmatul Hasanah

NPM : 2022501012

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis saya yang berjudul ;

“IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA CENDEKIA”

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain dan benar-benar hasil penelitian saya, sesuai kode etik akademik penulisan ilmiah. Pengutipan hasil penelitian orang lain atau penggunaan teori penelitian, saya selalu disebutkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melakukan plagiarisme dan melanggar pernyataan tersebut, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik yang berlaku di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangani secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Hikmatul Hasanah

NPM 2022501012

DEKLARASI HAK CIPTA

Dengan ini, saya selaku penulis dan pemilik hak cipta kekayaan intelektual berupa tesis yang berjudul:

“IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA CENDEKIA”

Dengan sebenarnya memberikan kewenangan terbatas kepada program studi manajemen program magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang, untuk menyimpan pada perpustakaan, menggandakan dan mensitasi untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Demikianlah deklarasi ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 Agustus 2024

Yang Mendeklarasikan,



Hikmatul Hasanah

NPM 2022501012

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“IMPLEMENTASI MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN BLUE OCEAN STRATEGY MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS CALON PESERTA DIDIK BARU DI PONDOK PESANTREN AULIA CENDEKIA”**.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai Gelar Magister Manajemen pada di Universitas Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Di dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, SE. MM. Selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri (IGM).
2. Bapak Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri (IGM).
3. Bapak Dr. Muhammad Wadud, SE., M.Si.CF. CDM. CMarcom, selaku Ketua Program Magister Manajemen dan selaku Dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing selama penyusunan tesis ini.
4. Segenap Dosen-Dosen Program Manajemen Universitas Indo Global Mandiri (IGM).
5. Suami tercinta Muhammad Nawawi, S.E., M.Ak., yang selalu memotivasi dan selalu ada dalam penulisan tesis ini.

6. Segenap keluarga besar peneliti, terutama kedua orang tua saya Bapak Abdul Mutholib dan Ibu Azilah selaku orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memotivasi demi menyelesaikan tesis ini.
7. Seluruh teman -teman Magister Manajemen angkatan 22 yang telah saling mendukung dan memberikan sumbangan pemikiran, motivasi sehingga penelitian ini dapat di selesaikan,
8. Kepada seluruh pihak yang telah membantu melancarkan demi terselesainya penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu masukan berupa kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen serta bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Palembang, 19 Agustus 2024

Peneliti,



Hikmatul Hasanah

NPM 2022501012

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah melihat banyaknya Lembaga Pendidikan yang bersaing demi mendapatkan konsumen atau siswa untuk bisa masuk ke lembaganya masing-masing sehingga dibutuhkan suatu strategi untuk bisa merekrut banyak siswa atau meningkatkan kuantitas siswa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran proses manajemen strategi pemasaran yang terjadi di Pesantren Aulia Cendekia Palembang dalam mengembangkan Pesantren yang mengalami kenaikan peminat. Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif ini akan menganalisis manajemen strategi dalam pengembangan Lembaga Pendidikan Islam dengan perspektif *Blue Ocean Strategy*, yang mencakup tentang syarat perumusan dan fokusnya dalam perspektif *Blue Ocean Strategy* (BOS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pesantren Aulia Cendekia Palembang telah memenuhi syarat *Blue Ocean Strategy*, yakni: a) Utilitas bagi pembeli, b) Harga strategis, c) Biaya dan d) Pengadopsian, dengan menawarkan terobosan baru berbasis pada kekhasan lembaga (slogan lembaga) dan keunggulan program lembaga yaitu program tahfidz non-mukim. Pesantren Aulia Cendekia Palembang telah melakukan tahapan perumusan strategi serta mengimplementasikannya menurut perspektif *Blue Ocean Strategy* yakni telah melakukan prinsip *Eliminate, reduce, raise* dan prinsip *create*. Pesantren Aulia Cendekia Palembang juga berhasil membangun *networking* dengan melibatkan *teamwork* dan juga mampu mengimplementasikan strategi marketing pendidikan *Blue Ocean Strategy* (BOS) melalui pemanfaatan media sosial.

Kata Kunci : Lembaga Pendidikan, *Blue Ocean Strategy*, Media Sosial.

ABSTRACT

The background of this research is to see the many educational institutions competing to get consumers or students to enter their respective institutions, so a strategy is needed to be able to recruit many students or increase the quantity of students. The aim of this research is to understand the description of the marketing strategy management process that occurs at the Aulia Scholar Islamic Boarding School in Palembang in developing Islamic Boarding Schools which are experiencing an increase in interest. This type of research uses a descriptive qualitative approach. This qualitative research will analyze strategic management in the development of Islamic Education Institutions from a Blue Ocean Strategy perspective, which includes the formulation requirements and focus from a Blue Ocean Strategy (BOS) perspective. The results of this research show that the Aulia Scholar Palembang Islamic Boarding School has fulfilled the requirements of the Blue Ocean Strategy, namely: a) Utility for buyers, b) Strategic price, c) Cost and d) Adoption, by offering new breakthroughs based on the uniqueness of the institution (institution slogan) and the superiority of the institution's program, namely the non-resident tahfidz program. The Aulia Scholar Palembang Islamic Boarding School has carried out the stages of formulating a strategy and implementing it according to the Blue Ocean Strategy perspective, namely implementing the Eliminate, Reduce, Raise and Create principles. The Aulia Scholar Palembang Islamic Boarding School has also succeeded in building networking by involving teamwork and is also able to implement the Blue Ocean Strategy (BOS) educational marketing strategy through the use of social media.

Keywords: Educational Institutions, Blue Ocean Strategy, Social Media.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya. Tesis ini penulis persembahkan kepada:

1. Terimakasih penulis sampaikan rasa hormat serta cinta dan kasih kepada dua insan sederhana yang sangat hebat dan luar biasa, cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Abdul Mutholib dan pintu surgaku Ibunda Azilah. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan, senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar magister. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
2. Kakak ku Nur Evika, dan adikku Intan Purnama Sari, Intan Permata Sari dan Muhammad Iskhaq Maulana yang telah memberikan peneliti dukungan untuk penulis agar menyelesaikan studinya tepat waktu.
3. Teruntuk suamiku tercinta, Muhammad Nawawi, SE., M.Ak yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka. Telah menjadi rumah untuk saya. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
4. Bapak Dr. Muhammad Wadud, SE., M.Si.,CF.,CDM.,CMarcom. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan, kritik, saran dan selalu

meluangkan waktunya disela kesibukan.

5. Teman seperjuanganku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu kebersamai serta membantu penulis dalam menyusun tesis peneliti.
6. Terimakasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Ho Seok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook selaku idol BTS yang memberi pelajaran hidup dan memberi inspirasi kepada penulis untuk menulis tesis ini serta lagu-lagu yang membuat penulis tidak merasa bosan saat menyusun tesis ini.
7. Kepada diri saya sendiri, terimakasih telah bertahan hingga sampai saat ini.

HALAMAN MOTTO

“Teruslah hidup meskipun hanya untuk indomie yang enak dipagi hari”

“Allah memberi beban yang luar biasa tetapi Allah memberikan hasil yang di
luar dugaan kita”

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh
jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu, Allah mengetahui
sedangkan kamu tidak mengetahui”

(QS. Al-Baqarah: 216)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS	iv
PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME.....	v
DEKLARASI HAK CIPTA.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABTRACT.....	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
HALAMAN MOTTO	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Manfaat Teoritis	10
1.5.2. Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Teori Manajemen	12
2.1.1.1. Definisi Manajemen.....	12

2.1.1.2. Fungsi Manajemen	14
2.1.1.3. Tingkatan Manajemen	15
2.1.2. Teori Pendidikan	17
2.1.2.1. Definisi Pendidikan	17
2.1.2.2. Fungsi Pendidikan	19
2.1.2.3. Unsur-Unsur Pendidikan	20
2.1.3. Manajemen Pemasaran (<i>Marketing Management</i>)	22
2.1.3.1. Definisi Pemasaran	22
2.1.3.2. Definisi Manajemen Pemasaran	24
2.1.3.3. Konsep Manajemen Pemasaran	26
2.1.3.4. Manajemen Pemasaran Pendidikan	28
2.1.4. Strategi Pemasaran	29
2.1.4.1. Definisi Strategi Pemasaran	30
2.1.4.2. Tujuan Strategi Pemasaran	31
2.1.5. Teori Market Strategy	33
2.1.6. Teori <i>Marketing Mix Strategy</i> (Bauran Pemasaran)	37
2.1.7. Blue Ocean Strategy	42
2.1.8. Media Sosial	52
2.1.9. Peserta Didik	53
2.2. Penelitian Sebelumnya	54
2.3. Posisi Penelitian	59
2.4. Kerangka Pemikiran	59
2.5. Proposisi Penelitian	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	63
3.1. Alasan Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif	63
3.2. Desain Penelitian	64
3.2.1. Prosedur Penelitian	65
3.2.2. Unit Analisis	66
3.2.3. Keterkaitan Data dengan Proposisi	67

3.3.	Kriteria Uji Keabsahan Data	68
3.3.1.	Uji Credibility	69
3.3.2.	Uji <i>Transferability</i> (Validitasi Eksternal).....	72
3.3.3.	Uji <i>Dependability</i> (Realibilitas).....	72
3.3.4.	Uji <i>Confirmability</i> (Obyektivitas).....	72
3.4.	Jenis dan Sumber Data	73
3.4.1.	Sumber Data Primer.....	73
3.4.2.	Sumber Data Sekunder.....	73
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	74
3.5.1.	Observasi.....	74
3.5.2.	Wawancara	75
3.5.2.1.	Wawancara Mendalam	75
3.5.2.2.	Kriteria Wawancara	76
3.5.2.3.	Materi Wawancara	78
3.5.2.4.	Jenis-Jenis Wawancara.....	79
3.5.3.	Dokumentasi	80
3.6.	Teknik Analisis Data.....	81
3.6.1.	Data <i>Reduction</i> (Reduksi Data).....	82
3.6.2.	Data <i>Display</i> (Penyajian Data).....	82
3.6.3.	Conclusion Drawing/Verification.....	83
3.7.	Triangulasi.....	84
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		85
4.1.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	85
4.1.1.	Letak Geografis Pondok Pesantren Aulia Cendekia.....	85
4.1.2.	Profil Pondok Pesantren Aulia Cendekia.....	86
4.1.3.	Sejarah Berdiri Pondok Pesantren Aulia Cendekia.....	87
4.1.4.	Visi, Misi dan Tujuan Pondok Pesantren Aulia Cendekia	88
4.1.5.	Kondisi Guru, Pegawai dan Keadaan Peserta Didik Pondok Pesantren Aulia Cendekia Palembang.....	90
4.1.5.1.	Kondisi Guru dan Pegawai.....	90

4.1.5.2. Keadaan Peserta Didik	94
4.1.6. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Aulia Cendekia (Madrasah Tsanawiyah Aulia Cendekia)	96
4.2. Deskripsi Data	97
4.2.1. Strategi <i>Blue Ocean</i> Lembaga dalam proses meningkatkan kuantitas peserta didik baru di Pondok Pesantren Aulia Cendekia	97
4.2.2. Strategi <i>blue ocean</i> dalam menjalin <i>networking</i> dengan <i>stakeholder</i> di Pondok Pesantren Aulia Cendekia	115
4.2.3. Implementasi Strategi Marketing Pendidikan <i>Blue Ocean Strategy</i> melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru Pondok Pesantren Aulia Cendekia	122
4.3. Temuan Penelitian & Hasil Pembahasan	159
4.3.1. Temuan Penelitian	159
4.3.2. Hasil Pembahasan	161
BAB V PENUTUP	163
5.1. Kesimpulan	163
5.2. Saran	164
DAFTAR PUSTAKA	165

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Kajian Teori.....	12
Gambar 2. 2. Kerangka Kerja Empat Langkah Blue Ocean Strategy	47
Gambar 2. 3. Kerangka Pemikiran	61
Gambar 2. 4. Proposisi Penelitian	62
Gambar 3. 1. Desain Penelitian.....	64
Gambar 3. 2. Uji Keabsahan Data dalam Penelitian Kualitatif.....	68
Gambar 3. 3. Uji Kreadibilitas Data dalam Penelitian Kualitatif	69
Gambar 3. 4. Alur Komponen Analisis Data.....	83
Gambar 4. 1. Peta Lokasi Pesantren Aulia Cendekia Palembang	86
Gambar 4. 2. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Aulia Cendekia Palembang	96
Gambar 4. 3. Pondok Pesantren Aulia Cendekia (Kampus A).....	100
Gambar 4. 4. Foto Bersama Pimpinan Pondok Pesantren Aulia Cendekia, KH. Hendra Zainuddin Al-Qodiri	100
Gambar 4. 5. Beberapa Foto Piala hasil Prestasi yang di Peroleh Pesantren Aulia Cendekia.....	102
Gambar 4. 6. Wawancara bersama Kepsek MTs Aulia Cendekia, Bapak Nasmir, S.Pd.	104
Gambar 4. 7. Wawancara bersama Ibu Nurhayati, S.Pd.	105
Gambar 4. 8. Wawancara bersama Bapak Budiman, S.Pd.....	105
Gambar 4. 9. Wawancara bersama Ibu Sulastri, S.Ag.	105
Gambar 4. 10. Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru Pondok Pesantren Aulia Cendekia.....	106
Gambar 4. 11. Peneliti melakukan wawancara di Kantor Kementerian Agama Kota Palembang.....	107
Gambar 4. 12. Dokumentasi Wali Santri dan Peserta Didik	108
Gambar 4. 13. Dokumentasi peserta didik menggunakan fasilitas sekolah.....	110
Gambar 4. 14. Kerjasama Pondok Pesantren Aulia Cendekia dan Bank Sumsel Babel	116

Gambar 4. 15. Kerjasama Pondok Pesantren Aulia Cendekia dan PT. Bumi Aksara	117
Gambar 4. 16. Kerjasama Pondok Pesantren Aulia Cendekia dengan Bursa Efek Indonesia	117
Gambar 4. 17. Galeri Investasi Syariah (GIS) Aulia Cendekia Bursa Efek Indonesia (BEI) di Kampus C	118
Gambar 4. 18. Bank Wakaf Mikro Syariah (BWM) di Pondok Pesantren Aulia Cendekia.....	119
Gambar 4. 19. Kegiatan Kultum Puasa di Bulan Ramadhan (Youtube)	125
Gambar 4. 20. Media Sosial Youtube Pesantren Aulia Cendekia	127
Gambar 4. 21. Media Sosial Facebook Pesantren Aulia Cendekia	128
Gambar 4. 22. Media Sosial Instagram Pesantren Aulia Cendekia.....	128
Gambar 4. 23. Media Sosial Tiktok Pesantren Aulia Cendekia	129
Gambar 4. 24. Struktur Pengurus Multimedia Pesantren Aulia Cendekia.....	135
Gambar 4. 25. Hasil Konten Harian Di Media Sosial Tiktok Pesantren.....	142
Gambar 4. 26. Foto Dokumentasi Pencak Silat Santri Putra dan Putri Pondok Pesantren Aulia Cendekia	143
Gambar 4. 27. Kegiatan 10 Muharram 1445 H bersama KH. Hendra Zainuddin Al-Qodiri	143
Gambar 4. 28. Kegiatan santri putra di bulan suci Ramadhan bersama KH. Hendra Zainuddin Al-Qodiri.....	143
Gambar 4. 29. Acara milad Pondok Pesantren Aulia Cendekia ke-16.....	144
Gambar 4. 30. Konten Kegiatan Tahunan Santri di Media Sosial Instagram Pondok Pesantren Aulia Cendekia	148

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1. Perbedaan Antara Blue Ocean Strategy dan Red Ocean Strategy	46
Tabel 2. 2. Enam Prinsip Blue Ocean Strategy	48
Tabel 2. 3. Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3. 1. Keterkaitan Data dengan Proposisi	67
Tabel 3. 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	78
Tabel 4. 1. Kondisi Guru dan Pegawai Pondok Pesantren Aulia Cendekia	91
Tabel 4. 2. Keadaan Peserta Didik	94
Tabel 4. 3. Jumlah peserta didik baru lima tahun terakhir	122
Tabel 4. 4. Jumlah Pengikut / Follower Media Sosial.....	126

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tesis.....	169
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	170
Lampiran 3 Data Responden.....	181
Lampiran 4 Pedoman Observasi	183
Lampiran 5 Curriculum Vitae Peneliti	185