

**STRATEGI PEMASARAN KEUNGGULAN SEKOLAH  
ISLAM TERPADU SYAJARUL QUR'AN MELALUI  
INTERNET DALAM ERA 4.0**



**INTERNSHIP**  
Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S2  
**MAGISTER MANAJEMEN**

Oleh :  
**Muhammad Sajirun**  
**182510031**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-S2**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINA DARMA**  
**2020**

**PENGESAHAN INTERNSHIP**

**STRATEGI PEMASARAN KEUNGGULAN SEKOLAH  
ISLAM TERPADU SYAJARUL QUR'AN MELALUI  
INTERNET DALAM ERA 4.0**

(Studi Kasus : Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Kecamatan  
Gelumbang Kabupaten Muara Enim)

Disusun oleh :

Muhammad Sajirun

182510031

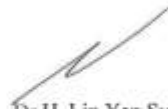
Telah disetujui untuk diujikan komprehensif  
Program Pasca Sarjana Universitas Bina Darma oleh Dosen Pembimbing

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Dr. H. Abdul Basyit., S.E., M.Si

Palembang, Januari 2020  
Menyetujui,  
Dosen Pembimbing,



Dr.H. Lin Yan Syah, SE., M.Si

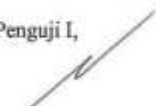
**PENGESAHAN PENGUJI INTERNSHIP**  
**STRATEGI PEMASARAN KEUNGGULAN SEKOLAH**  
**ISLAM TERPADU SYAJARUL QUR'AN MELALUI**  
**INTERNET DALAM ERA 4.0**

Disusun oleh :  
Muhammad Sajirun  
182510031

Telah dipertahankan dan disetujui di depan Tim Penguji pada 19 Februari 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

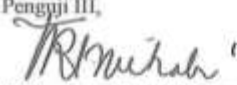
Penguji I,

  
Dr. H. Lin Yan Syah, S.E., M.Si.

Penguji II,

  
Fitriya, SE., M.B.A., Ph.D.

Penguji III,

  
Dr. Ir. Ratu Mutialela Caropeboka, M.S.

Palembang, 19 Februari 2020  
Direktur Program Pascasarjana

  
Dr. Ir. Hj. Hasmawaty AR, M.M., M.T.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Muhammad Sajirun**  
Nim : **182510031**

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan Internship ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Bina Darma atau perguruan tinggi lain;
2. Laporan Internship ini murni, gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing;
3. Di dalam laporan Internship ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan ke dalam daftar rujukan;
4. Saya bersedia Laporan Internship, yang saya hasilkan di cek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke internet sehingga dapat diakses secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipertanggung jawabkan sebagai mana mestinya.

Palembang, 24 Februari 2020  
Yang membuat pernyataan



Muhammad Sajirun 182510031

## ABSTRAK

Diera abad-21 dan beralih pada era 4.0 memberikan dampak dan pengaruh yang sangat signifikan dalam tren pemasaran tidak terkecuali di dunia pendidikan yang mengusung nilai sosial (*non profit*). Tren pemasaran itu bergeser bahkan beralih dari konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Bagi pelaku usaha konsep digital marketing sangat membantu untuk dapat memasarkan produk lintas wilayah dan negaranya, dari mana saja dan kapan saja melalui dunia digital (internet), begitu pun dengan lembaga pendidikan bisa memasarkan keunggulan sekolah (*excellence*) melalui internet. Fokus masalah yang akan diangkat, yaitu : (1) Bagaimana strategi pemasaran melalui Internet (*digital marketing*) yang dilakukan oleh Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Gelumbang (2) Apa saja kendala dan manfaat Penerapan (implementasi) digital marketing bagi Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Gelumbang / Muara Enim

Kata Kunci: Pemasaran Melalui Internet, Keunggulan, Strategi Pemasaran, Era 4.0

## **ABSTRACT**

*In the 21 st century and move on in 4.0 era, it has avery significant impact and influence on marketing trends, not least in the world of education that carries social values (non-profit). Tren marketing trend is shifting and even shifting from conventional (offline) to digital (online). . For business people, the concept of digital marketing is very helpful for marketing products across regions and countries, from anywhere and anytime through the internet, so with education institutions can market school excellence (brand awareness) trough the internet. Focus of the issues raised are: (1) How brand awareness strategy trough digital marketing is carried out by the integrated Islamic school Syajarul Qur'an (2) What are the obstacles and benefits of implementating digital marketing for integrated Islamic Schools Syajarul Qur'an Gelumbang / Muara Enim.*

*Keywords: Digital Marketing, Excellence, Marketing Strategy, 4.0 Era,*

## MOTTO

### **“Mengayomi Tanpa Henti”**

- *Tidakkah kamu memperhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya kuat dan cabangnya (menjulang) ke langit. (Al-Qur'an, Surat Ibrahim ayat: 24)*
- *Pohon itu menghasilkan buahnya pada setiap waktu dengan seizin Tuhannya. Dan Allah membuat perumpamaan itu untuk manusia agar mereka selalu ingat. (Al-Qur'an Surat Ibrahim ayat: 25)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Internship ini saya persembahkan kepada semua pihak yang telah berperan dalam setiap episode kehidupan yang saya alami. Rasa syukur yang mendalam dan tiada henti atas Ridho dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian dan menuangkan dalam bentuk tulisan dalam Internship ini.

1. Kepada kedua orang tua saya ibu Mayut Semah (*al-Marhumah*) dan ayahanda Suntarak (*al-Marhum*).
  - Do'a ini selalu mengalir dari lisan dan hati tiada henti agar jasa baik ibunda dan ayahanda menjadi *amal jiriyah* yang akan mengangkat derajat disisi-Nya.
2. Kepada dosen pembimbing, penguji dan pengajar.
  - Terimakasih tak terhingga, (*jazakallah khoiron katsiro*) atas ketulusan, keikhlasan, bimbingan, perhatian, ilmu dan waktunya yang tentu tidak ternilai harganya. Jasa bapak ibu akan selalu saya kenang.
3. Kepada Istri tercinta (Dina Damayanti),



- Terimakasih atas *Support*, Cinta dan Kesetiannya. Semoga kita senantiasa bersama hingga ditaman-taman syurga seperti yang kita impikan dulu dan saat ini. Aku mencintaimu karena Allah.
4. Kepada putra-putri kecilku.
- Tangisan kalian dikeheningan malam begitu merdu, senyum nanda begitu menyejukan qalbu. Bahkan ketika nanda menghilangkan sebagian data internship ini menjadi tantangan bagi abi. Kelak saat kalian bisa membaca persembahan ini, ingatlah wahai anak-anak ku: **Jangan pernah tinggalkan shalat dalam kondisi apapun, Pelajari al-Qur'an ajarkan dan amalkan, jadilah penolong agama Allah, jadilah cendikiawan dan negarawan muslim yang banyak memberikan manfaat bagi ummat dan kelak ketika ayahanda kembali kepangkuan *Ilahi*, uruslah jenazah abi (mandikan, shalatkan dan hantarkan ke liang lahat) dan jangan lupa kirimkan do'a.**
5. Kepada teman-teman terbaikku, khususnya sahabat seperjuangan kelas Karyawan R- 32, Bina Darma Palembang.
- Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian tidak akan mungkin saya sampai disini, terimakasih atas canda, tawa dan kenangan manis yang akan senantiasa menjadi bagian indah dalam sejarah kehidupan saya.

Terimakasih tak terhingga untuk semuanya. Akhir kalam, saya persembahkan Internship ini untuk orang-orang yang saya cinta dan saya sayangi. Dan semoga internship ini dapat menjadi amal jiriyah bagi saya serta memberikan kontribusi untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. *Aamiin.*

## *Daftar Riwayat Hidup*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Sajirun  
Status : Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Bina Darma  
Nim : 182510031  
Prodi : Manajemen Pemasaran  
Umur : 34 tahun  
TT. lahir : Prabumulih, 11 Nopember 1985  
Jenis kelamin : Laki-Laki  
Bangsa : Indonesia  
Agama : Islam  
Tempat tinggal : Jl. Pipa Pertamina No. 99 Kec.Gelumbang, Kab. Muara Enim,  
Hobi : Membaca, Menulis dan Ternak  
Email : [sajirun1111@gmail.com](mailto:sajirun1111@gmail.com)  
Hanphone/WA : 082329261584

Gelumbang, Januari 2020

Saya yang membuat

Muhammad Sajirun

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberi kekuatan kepada peneniliti untuk menyelesaikan rangkaian penelitian dan menuangkannya dalam bentuk tulisan Interenship yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN KEUNGGULAN SEKOLAH ISLAM TERPADU SYAJARUL QUR’AN MELALUI INTERNET DALAM ERA 4.0”**. Shalawat salam tercurahkan kepada nabi junjungan kita nabiyullah Muhammad SAW. Ia adalah guru terbaik sepanjang zaman.

Internship ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada Universitas Bina Darma Palembang. Dalam proses awal hingga penyelesaian Internship ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, arahan, serta informasi baik merupakan pemikiran maupun orientasi yang menjadi sumber inspirasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M.M, M.Pd, Selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang
2. Dr. Hj. Hasnawaty AR, M.M., M.T., Selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Abdul Basyith, S.E., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
4. Dr. H. Lin Yansyah, S.E., M.Si., Sebagai Pembimbing Internship yang telah membimbing, mengarahkan, dan menuntun penulis dalam menyelesaikan Internship ini.

5. Bapak dan ibu Dosen Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
6. Bapak dan ibu guru, serta wali siswa Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Gelumbang yang telah memberikan banyak informasi dan data dalam penyusunan Intership ini.
7. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Internship ini dari awal hingga akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Internship ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Dan semoga Internship ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Gelumbang, Januari 2020

Penulis

Muhammad Sajirun

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING INTERNSHIP.....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI INTERNSHIP.....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VI</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>VII</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>XI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XXI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XXIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XXV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	20
1.3. Perumusan Masalah.....	20
1.4. Tujuan Penelitian.....	20
1.5. Manfaat Penelitian.....	21

1.1.1. Manfaat Teoritis.....	21
1.1.2. Manfaat Praktis.....	21
1.6. Definisi Konsep Penelitian.....	22
1.1.3. Strategi Pemasaran Keunggulan .....	22
1.1.4. Penerapan Internet ( <i>Digital Marketing</i> ).....	23
1.1.5. Sekolah Islam Terpadu.....	30
1.7. Kerangka Pikir Penelitian.....	40
1.8. Metode Penelitian.....	41
1.1.6. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
1.1.7. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian.....	43
1.1.8. Lokasi Penelitian.....	45
1.1.9. Jenis dan Sumber Data.....	45
1.1.10. Tahap Penelitian.....	46
1.9. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1.10. Teknik Analisis Data.....	49

## **BAB II KAJIAN TEORITIS**

A. Kajian Pustaka.....	50
1. Strategi Pemasaran Keunggulan Sekolah Islam Terpadu .....	50
a. Perencanaan Pemasaran Keunggulan Sekolah Islam Terpadu.....	51
b. Pelaksanaan Pemasaran Keunggulan Islam Terpadu .....	52
c. Evaluasi Pemasaran Keunggulan Sekolah Islam Terpadu .....	55
2. Digital Marketing (Internet).....	56
a. Definisi Digital Marketing .....	56
b. Saluran Media Digital .....	56

c. Pemasaran Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ) .....	59
1) Definisi Media Sosial ( <i>Social Media</i> ) .....	59
2) Karakteristik Media Sosial.....	63
3) Definisi Sosial Media Marketing .....	64
4) Facebook Marketing .....	66
5) Instagram Marketing .....	68
6) WhatAps Marketing.....	74
d. Pemanfaatan Digital Marketing oleh SIT Syajarul Qur'an.....	74
3. Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an .....	76
a. Definisi Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an .....	76
b. Tujuan Didirikannya Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an.....	77
c. Karaktristik Sekolah Islam Terpadu.....	78
B. Kajian Teori- Teori Pemasaran Terpadu .....	79
Teori Pemasaran Media Sosial .....	79

### **BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN**

A. Deskripsi Subyek & Obyek Penelitian.....	82
1. Profil Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Gelumbang .....	83
a. Latar Belakang Pendirian SIT Syajarul Qur'an Gelumbang .....	83
b. Arti Lambang.....	84
c. Tahap Rekrutment & Perkembangan Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an.....	85
2. Struktur Organisasi.....	91
3. Program Penunjang Pendidikan.....	96
4. Profil Informan.....	97



B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	100
1. Strategi Pemasaran Keunggulan Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Melalui Internet.....	101
2. Kendala dan Manfaat Penerapan Pemasaran Sekolah Islam Terpadu Syajarul Qur'an Gelumbang Melalui Internet.....	117

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Temuan Penelitian.....	120
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori.....	123

#### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	148
B. Rekomendasi dan Saran.....	148

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b>	<b>Perbedaan Marketing dan Sale</b>	<b>4</b>
<b>Tabel 1.2</b>	<b>Ruang Lingkup Marketing MIX</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 1.3</b>	<b>Proses Marketing</b>	<b>6</b>
<b>Tabel 1.4</b>	<b>Kondisi Guru Februari 2019</b>	<b>13</b>
<b>Tabel 1.5</b>	<b>Kondisi Karyawan Februari 2019</b>	<b>13</b>
<b>Tabel 1.6</b>	<b>Data Ruang Pendidikan dan Kondisinya</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 1.7</b>	<b>Kondisi Orang Tua Siswa Tahun Pelajaran 2018/2019</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 1.8</b>	<b>Anggaran Sekolah dalam Tiga tahun terakhir</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 1.9</b>	<b>Jumlah Siswa SDIT Syajarul Qur'an</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 1.10</b>	<b>Jumlah Siswa SDIT X</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 1.11</b>	<b>SWOT</b>	<b>17</b>
<b>Tabel 1.12</b>	<b>Kekhasan SIT</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 1.13</b>	<b>Subjek dan Objek Penelitian</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 2.1</b>	<b>Kekuatan dan Kelemahan Media</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 3.1</b>	<b>Kegiatan Ekstrakurikuler</b>	<b>96</b>
<b>Tabel 4.1</b>	<b>Rekapitulasi kekuatan SIT Syajarul Qur'an</b>	<b>131</b>
<b>Tabel 4.2</b>	<b>Pembobotan Kekuatan Faktor Internal SIT SQ</b>	<b>131</b>
<b>Tabel 4.3</b>	<b>Rekapitulasi Kelemahan SIT Syajarul Qur'an</b>	<b>132</b>
<b>Tabel 4.4</b>	<b>Pembobotan Kelemahan Faktor Internal SIT SQ</b>	<b>133</b>
<b>Tabel 4.5</b>	<b>Pembobotan Kekuatan &amp; Kelemahan Faktor Int SQ</b>	<b>134</b>
<b>Tabel 4.6</b>	<b>Perengkingan Kekuatan &amp; Kelemahan Faktor Int SIT</b>	<b>135</b>
<b>Tabel 4.7</b>	<b>Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Strategis Int</b>	<b>135</b>
<b>Tabel 4.8</b>	<b>Rekapitulasi Peluang Eksternal SIT Syajarul Qur'an</b>	<b>136</b>
<b>Tabel 4.9</b>	<b>Pembobotan Peluang Faktor Eksternal SIT SQ</b>	<b>136</b>
<b>Tabel 4.10</b>	<b>Rekapitulasi Ancaman Eksternal SIT Syajarul Qur'an</b>	<b>137</b>
<b>Table 4.11</b>	<b>Pembobotan Ancaman Faktor Eksternal SIT SQ</b>	<b>137</b>
<b>Tabel 4.12</b>	<b>Pembobotan Peluang &amp; Ancaman Faktor Eks SIT SQ</b>	<b>138</b>
<b>Tabel 4.13</b>	<b>Perengkingan Peluang &amp; Ancaman Faktor Eks</b>	<b>139</b>
<b>Tabel 4.14</b>	<b>Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Strategis Eks</b>	<b>140</b>
<b>Tabel 4.15</b>	<b>Matriks Internal dan Eksternal SIT Syajarul Qur'an</b>	<b>142</b>
<b>Tabel 4.16</b>	<b>Matriks TOWS</b>	<b>145</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Marketing Mix	4
<b>Gambar 1.2</b>	Ruang Lingkup Marketing MIX	5
<b>Gambar 1.3</b>	Analisis S.W.O.T	17
<b>Gambar 1.4</b>	Digital Marketing di Era 4.0	19
<b>Gambar 1.5</b>	Pemasaran konten yang terencana	24
<b>Gambar 1.6</b>	Konten Asli dan Relevan	25
<b>Gambar 1.7</b>	Influencer Mikro	26
<b>Gambar 1.8</b>	Optimasi mesin pencari	27
<b>Gambar 1.9</b>	Storytelling Brand atau Produk	28
<b>Gambar 1.10</b>	Tujuan Sekolah Islam terpadu	39
<b>Gambar 1.11</b>	Grounded Theory Approach	42
<b>Gambar 2.1</b>	Platform Sosial Media	61
<b>Gambar 2.2</b>	Pengguna internet	61
<b>Gambar 2.3</b>	Alat mengakses internet	62
<b>Gambar 2.4</b>	Waktu Mengakses Internet	62
<b>Gambar 2.5</b>	Pengguna Intenet yang menggunakan google	63
<b>Gambar 2.6</b>	Diagram pengguna Facebook 2018	68
<b>Gambar 2.7</b>	Diagram pengguna Telegram di Indonesia tahun 2018	74
<b>Gambar 2.8</b>	Logo SIT Syajarul Qur'an	84
<b>Gambar 3.1</b>	Srukturisasi yayasan Syajarul Qur'an	92
<b>Gambar 3.2</b>	Strukturisasi SIT Syajarul Qur'an	93
<b>Gambar 3.3</b>	Strukturisasi Unit SDIT Syajarul Qur'an	94
<b>Gambar 3.4</b>	Strukturisasi Unit TKIT Syajarul Qur'an	95
<b>Gambar 3.5</b>	Pelayan Sisko untuk sekolah	114
<b>Gambar 3.6</b>	Pelayanan Sisko untuk guru	115
<b>Gambar 3.7</b>	Pelayanan Sisko untuk siswa	116

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Izin Penelitian
2. Kartu Bimbingan Lapangan
3. Absensi Konsultasi Bimbingan Internship
4. Transkrip Nilai Sementara
5. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
6. Formulir Perbaikan Proposal Internship
7. Kartu Hasil Studi
8. Sk Pembimbing Internship
9. AD/ART
10. Mapel Umum
11. Lembar Pertanyaan
12. Originality Report