STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN

SKRIPSI

Oleh:

FELINDA KARELA

NIM 16170016

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2020

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Diajukan Oleh:

Felinda Karela

NIM. 16170016

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2020

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN

Oleh:

Felinda Karela

NIM. 16170016

Telah disetujui dan disahkan,

Pada Tanggal 19 Februari 2020

Oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. H. Mulyono, MA.

NIP. 19660626 200501 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Mulyono, MA.

NIP. 19660626 200501 1 00

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh
Felinda Karela (16170016)
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Februari 2020 dan dinyatakan
LULUS
Dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Panitia Ujian	Tanda Tangan
Ketua Sidang Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd. NIP. 19801001200801 1 016	:
Sekretaris Sidang Dr. H. Mulyono, MA. NIP. 19660626 20050 1 100	:
Pembimbing Dr. H. Mulyono, MA. NIP. 19660626 20050 1 100	:
Penguji Utama Dr. H. Abdul Basith, M.Si. NIP. 19761002200312 1 003	:

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.
NIP. 19650817199803 1 003

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji syukur tiada henti saya ucapkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk dua malaikat penjagaku di dunia, yang selalu ada di setiap suka maupun duka, yang selalu tulus menyertakan do'a-do'anya, dan yang tak kenal lelah memberikan kasih sayangnya. Merekalah Ibuku tercinta (Lustianah) dan Bapakku tersayang (Taufiqur Rohman).

Adikku (Dwi Inas Apriliani) yang selalu memberikan semangat dan motivasi disetiap hal, memberikan banyak cerita dan pengalaman berharganya.

Tak lupa teruntuk seluruh keluarga besarku yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan untuk mewujudkan cita-citaku dan mencapai ridha Allah SWT.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

MOTTO

"Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik." (Evelyn Underhill).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dr. H. Mulyono, MA.

Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Felinda Karela

Malang, 2020

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Malang

Di Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Felinda Karela
NIM	: 16170016
Jurusan	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi	: *Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan*

Maka selaku Pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Dr. H. Mulyono, MA.

NIP. 19660626 200501 1 003

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felinda Karela

NIM : 16170016

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.

Malang, 2020

Felinda Karela

NIM 16170016

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT pencipta langit seisinya, pemberi nikmat yang tak terhitung jumlahnya, dan penabur rizki bagi setiap hamba-Nya. Karena rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat beriringkan salam marilah kita sampaikan kepada tauladan umat yang menjadi *role model* bagi generasi-generasi setelahya. Beliaulah junjungan kita umat islam, Nabi akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Selanjutnya, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam terselesaikannya skripsi ini, diantara mereka adalah:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Agus Maimun selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Mulyono, MA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Mulyono, MA, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan semua pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulis skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

6. Bapak Arif Saifudin, M.Pd. selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan dan Bapak Ahmad Fauzi, S.Pd. selaku guru di MTs. Mazra'atul Ulum yang telah memberikan waktunya dalam proses penelitian.
7. Ibu Lustianah dan Bapak Taufiqur Rohman tercinta yang selalu memberikan yang terbaik da berjuang tak kenal lelah untuk penulis.
8. Adikku tercinta Dwi Inas Apriliani yang selalu memberikan do'a serta motivasinya untuk penulis.
9. Keluarga besarku yang senantiasa memberikan dukungan, do'a dan motivasinya untuk penulis.
10. Nelly, Eka, Ovi, Rani, Fitri, Nisa, Ririn, Ria, Ineke, Nadhifah, dan Almh. Dwi yang selalu membantu, memberikan dukungan dan curahan motivasi kepada penulis sehigga penulis tetap semagat dalam meyelesaika skripsi ini.
11. Rahmantio Lukmanto yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, perhatian dan semangatnya kepada penulis.
12. Segenap teman-teman MPI A yang telah menorehkan cerita dalam bagian kehidupan penulis selama menjalani hari-hari di UIN Malang.
13. Segenap teman-teman UIN Malang dari berbagai fakultas yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

14. Semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan sebaik-baik balasan, amin.

Sebagai manusia biasa, tentu dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan. Oleh karea itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Malang, 19 Februari 2020

Felinda Karela
NIM. 16170016

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penelitian transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا	= a	ز	= z	ق	= q
ب	= b	س	= s	ك	= k
ت	= t	ش	= sy	ل	= l
ث	= ts	ص	= sh	م	= m
ج	= j	ض	= dl	ن	= n
ح	= h	ط	= th	و	= w
خ	= kh	ظ	= zh	ه	= h
د	= d	ع	= ‘	ء	= ‘
ذ	= dz	غ	= gh	ي	= y
ر	= r	ف	= f		

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â
Vokal (i) panjang = î
Vokal (u) panjang = û

C. Vokal Diftong

و	= aw
أي	= ay
و	= u
أي	= i

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iv**

MOTTO ..... **v**

NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **vi**

SURAT PERNYATAAN ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... **xi**

DAFTAR ISI ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR BAGAN ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

ABSTRAK INDONESIA ..... **xix**

ABSTRAK INGGRIS ..... **xx**

ABSTRAK ARAB ..... **xxi**

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Originalitas Penelitian 8
F. Definisi Istilah 13
G. Sistematika Pembahasan 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Manajemen Pemasaran 16
   1. Pengertian Strategi 16
   2. Pengertian Manajemen Pemasaran 17
   3. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran 20
   4. Fungsi Manajemen Pemasaran 23
   5. Langkah-langkah Manajemen Pemasaran 25
   6. Konsep Manajemen Pemasaran 30
   7. Unsur-unsur Manajemen Pemasaran 33
   8. Bauran Pemasaran 35
B. Peningkatan Penerimaan Peserta Didik 38
   1. Pengertian Penerimaan Peserta Didik 38
   2. Pengertian Peningkatan Penerimaan Peserta Didik 39
   3. Sistem Penerimaan Peserta Didik 39
   4. Kriteria Penerimaan Peserta Didik 41
C. Kerangka Berfikir 45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian 48
B. Kehadiran Peneliti 49

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

C. Lokasi Penelitian 51
D. Data dan Sumber Data 52
E. Teknik Pengumpulan Data 54
F. Aanalisis Data 59
G. Keabsahan Data 62

BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian 64
B. Paparan Data 73
   1. Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 75
   2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 82
   3. Evaluasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 94
C. Hasil Penelitian 95

BAB V PEMBAHASAN

A. Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 100
B. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 105
C. Evaluasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan 109

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 116
B. Saran 118

DAFTAR PUSTAKA 119

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penelitian Terdahulu 10

Tabel 3.1 : Instrumen Wawancara 56

Tabel 3.2 : Instrumen Observasi 57

Tabel 3.3 : Instrumen Dokumentasi 59

Tabel 4.1 : Jumlah Siswa dan Rombongan Belajar.....73

Tabel 4.2 : Identitas Informan.....75

Tabel 4.3 : Jumlah Siswa 3 Tahun Terakhir 88

Tabel 4.4 : Sarana dan Prasarana MTs. Mazra'atul Ulum 90

Tabel 4.5 : Fasilitas MTs. Mazra'atul Ulum 92

Tabel 4.6 : Hasil Penelitian Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik 97

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 : Konsep Pemasaran Madrasah 30

Bagan 2.2 : Kerangka Berfikir 47

Bagan 6.1 : Kerangka Hasil Penelitian 114

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Strategi Manajemen Pemasaran.....22

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi MTs. Mazra'atul Ulum 72

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Bukti Konsultasi 123

Lampiran II : Surat Izin Penelitian Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 124

Lampiran III : Surat Keterangan Penelitian dari MTs. Mazra'atul Ulum 125

Lampiran IV : SK Panitia PPDB 126

Lampiran V : Jadwal Panitia PPDB 129

Lampiran VI : Brosur PPDB.....131

Lampiran VII : Data Guru dan Karyawan 132

Lampiran VIII : Pedoman Wawancara.....133

Lampiran IX : Catatan Lapangan.....136

Lampiran X : Kesimpulan Hasil Penelitian.....144

Lampiran XI : Dokumentasi 146

Lampiran XII : Biodata Mahasiswa 148

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRAK

Karela, Felinda. 2020. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Dr. H. Mulyono, MA.

Kata Kunci: Strategi Manajemen Pemasaran, Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Skripsi ini membahas tentang strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang dilatarbelakangi oleh pemasaran yang dilakukan untuk mengatasi kompetisi antar lembaga pendidikan. Karena suatu pemasaran itu sangat berpengaruh terhadap jumlah peserta didik, dengan strategi manajemen pemasaran yang baik dan tersusun maka jumlah peserta didik akan bertambah.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan: 1) Bagaimana perencanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? 2) Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peseta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? 3) Bagaimana evaluasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? Permasalahan tersebut dibahas melalui penelitian yang dilaksanakan di MTs. Mazra'atul Ulum yang mana madrasah ini dijadikan sebagai sumber informasi data untuk mendapatkan potret, gambaran, jawaban dan hasil dari strategi manajemen pemasaran dalam rangka meningkatkan penerimaan peserta didik. Dalam hal ini data diperoleh dengan cara, wawancara, observasi dan dokumentasi. Semua data nanti akan dianalisis deskriptif yaitu dengan menuangkan hasil ke dalam kalimat-kalimat yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menjadi kalimat yang tersusun dengan rapi.

Hasil penelitan menunjukkan bahwa: 1) perencanaan strategi pemasaran di MTs. Mazra'atul Ulum ini adalah proses penyusunan perencanaan pemasaran dilaksanakan oleh pimpinan sekolah, hal ini dikarenakan agar perencanaan yang dilaksanakan dapat tersusun lebih efektif. 2) implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik dalam hal ini adalah wujud realisasi dari program yang telah dicanangkan dalam rencana proses promosi menggunakan media brosur, pamflet, lewat wali murid, lewat teman dan yang paling unggul adalah lewat masyarakat itu sendiri. 3) evaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan penerimaan peserta didik adalah dengan menggunakan berbagai strategi, semua strategi telah dilaksanakan dengan baik oleh semua pihak sekolah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRACT

Karela, Felinda. 2020. Marketing Management Strategies in Increasing Student Acceptance at MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Thesis, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Thesis Advisor: Dr. H. Mulyono, MA.

Keywords: Marketing Management Strategy, Increasing Student Acceptance

This thesis discusses marketing management strategies in increasing student acceptance which is motivated by marketing to overcome competition between educational institutions. Because a marketing is very influential on the number of students, with a good marketing management strategy and arranged the number of students will increase.

This study is intended to answer the problem: (1) How to plan marketing strategies in increasing student acceptance in MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? (2) How to implement marketing strategies in increasing student acceptance in MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? (3) How to evaluate marketing strategies in increasing student acceptance in MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan? These problems are discussed through research conducted at MTs. Mazra'atul Ulum which is used as a source of information madrasa data to get portraits, images, answers and results of marketing management strategies in order to increase student acceptance. In this case the data obtained by means of, interviews, observations and documentation. All data will be analyzed descriptively by pouring the results into sentences arranged so that they can be neatly arranged sentences.

The results of the research show that: (1) marketing strategy planning in MTs. Mazra'atul Ulum is the process of preparing a marketing plan carried out by school leaders, this is so that the planning carried out can be arranged more effectively. (2) the implementation of marketing strategies in increasing student acceptance in this case is the realization of the program that has been planned in the promotional process plan using brochure media, pamphlets, through student guardians, through friends and the most superior is through the community itself. (3) evaluation of marketing strategies to increase student acceptance is to use a variety of strategies, all strategies have been implemented well by all schools. So in terms of increasing student acceptance the most effective thing in the marketing process is from the community and from the educator himself where the educator is always polite and friendly will have a positive effect on the school.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ملخص

كاريلا ، فيليندا. ٢٠٢٠. استراتيجيات إدارة التسويق في زيادة قبول الطلاب في مدرسة تسناوية لذلك فيما يتعلق بزيادة قبول الطلاب ، فإن أكثر الأمور فعالية في عملية التسويق هي من المجتمع ومن المعلم نفسه حيث مزرعة العلوم بتشيران لامونجان. أطروحة ، قسم إدارة التربية الإسلامية ، كلية التربية وتدريب المعلمين ، جامعة مولانا مالك إبراهيم الحكومية الإسلامية في مالانج. مشرف رسالة: دكتور. حاجي .موليونو ، ماجستير في الإدارة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية إدارة التسويق ، زيادة قبول الطلاب

تناقش هذه الأطروحة استراتيجيات إدارة التسويق في زيادة قبول الطلاب على خلفية التسويق المنجز للتغلب على المنافسة العالمية مع المدارس الأخرى.

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن المشكلة: (١) كيف تخطيط استراتيجيات التسويق في زيادة قبول الطلاب في مدرسة تسناوية. مزرعة العلوم بتشيران لامونجان؟ (٢) كيف يتم تنفيذ استراتي جيات التسويق في زيادة قبول الطلاب في مدرسة تسناوية. مزرعة العلوم بتشيران لامونجان؟ (٣) كيف تقييم استراتيجيات التسويق في زيادة قبول الطلاب في مدرسة تسناوية. مزرعة العلوم بتشيران لامونجان؟ وتناقش هذه المشاكل من خلال البحوث التي أجريت في مدرسة تسناوية. مزرعة العلوم التي تُستخدم كمصدر لمعلومات معلومات المدرسة للحصول على صور وصور وإجابات ونتائج استراتيجيات إدارة التسويق من أجل زيادة قبول الطلاب. في هذه الحالة ، يتم الحصول على البيانات عن طريق المقابلات والملاحظات والوثائق. سيتم تحليل جميع البيانات بشكل وصفي عن طريق صب النتائج في جمل مرتبة بحيث يمكن ترتيب جمل مرتبة بدقة.

تظهر نتائج البحوث أن: (١) تخطيط استراتيجية التسويق في مدرسة تسناوية. مزرعة العلوم هي عملية إعداد خطط التسويق التي ينفذها قادة المدارس ، بحيث يمكن ترتيب التخطيط الذي يتم تنفيذه بشكل أكثر فعالية. (٢) تنفيذ استراتيجيات التسويق في زيادة قبول الطلاب في هذه الحالة هو تحقيق البرنامج الذي تم التخطيط له في خطة العملية الترويجية باستخدام كتيب وسائل الإعلام ،

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

والنشرات ، من خلال أولياء الأمور الطلاب ، من خلال الأصدقاء والأكثر متفوقة من خلال المجتمع نفسه. (٣) تقييم استراتيجيات التسويق لزيادة قبول الطلاب هو استخدام استراتيجيات مختلفة ، وقد تم تنفيذ جميع الاستراتيجيات بشكل جيد من قبل جميع المدارسيكون المعلم دائمًا مهذبًا وودودًا سيكون له تأثير إيجابي على المدرسة. لذلك فيما يتعلق بزيادة قبول الطلاب ، فإن أكثر الأمور فعالية في عملية التسويق هي من المجتمع ومن المعلم نفسه حيث يكون المعلم دائمًا مهذبًا وودودًا سيكون له تأثير إيجابي على المدرسة.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan.[1] Lembaga yang dimaksud adalah sebuah madrasah. Agar bisa mempertahankan eksistensinya, madrasah dituntut untuk dapat memasarkan madrasahnya, karena berapapun bagusnya suatu madrasah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.[2]

Philip Kotler dan Topor menyatakan dalam bukunya Muhaimin, bahwa citra yang positif merupakan aset yang sangat berharga di pasar. *Image* yang positif juga modal dasar yang kuat dalam mempengaruhi harapan pelanggan. Citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara memengaruhi

[1] Ara Hidayat, dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010) hal. 257
[2] Muhaimin, dkk, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam penuyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 101

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kebutuhan dan harapan pelanggan agar sesuai dengan produk dan layanan yang ada di sekolah atau madrasah. Dengan demikian, calon siswa lebih tertarik untuk masuk sekolah atau madrasah tersebut.[3] Maka dari itu, sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan, dan didukung dengan promosi yang maksimal agar hasil yang diharapkan akan tercapai. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan bersama dengan menciptakan, menawarkan dan saling bertukar sesuatu yang bernilai, satu dengan yang lainnya.[4] Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran adalah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan yang disepakati.[5]

Adapun tujuan dari pemasaran adalah membantu pengelola suatu organisasi untuk memutuskan produk apa yang mesti ditawarkan terlebih dahulu dan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat. Di lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat

[3] Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan*…..hal.100.
[4] Jamal Ma'ruf Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, (Yogyakarta: Jakarta Press, 2015) hal. 18
[5] TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal. 334

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, memberi penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat.

Dalam kaitannya dengan pemasaran, kegiatan manajemen pemasaran sangat diperlukan oleh madrasah guna tercapainya peningkatan penerimaan peserta didik, sebuah madrasah harus tetap exis dengan adanya jumlah peserta didik baru minimal 2 rombel atau 2 kelas yang perkelasnya berisi 25-30 peserta didik. Manajemen pemasaran yang baik ialah melakukan kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.[6]

Apabila kita melihat lembaga pendidikan sekarang ini, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Konsumen utamanya adalah para siswa atau mahasiswa, di samping itu masih banyak konsumen lain. Apalagi produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini yaitu jasa pendidikan, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak

[6] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.130

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur dan tidak ada peminatnya, akhirnya sekolah akan tutup.[7]

Melalui observasi pra penelitian yang peneliti lakukan di MTs. Mazra'atul Ulum. Mazra'atul Ulum adalah madrasah yang berada di Desa Paciran, kecamatan Paciran, kabupaten Lamongan dan merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta serta menjadi pilihan penulis untuk dikaji strategi manajemen pemasarannya, karena MTs. Mazra'atul Ulum merupakan salah satu madrasah dari 6 madrasah tsanawiyah yang berada di kecamatan Paciran telah memperoleh akreditasi A tiga kali berturut-turut, dengan pencapaian akreditasi ini merupakan sebuah nyawa bagi madrasah agar tetap exis dan diminati banyak masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi hasil wawancara penulis dengan kepala MTs. Mazra'atul Ulum yaitu Bapak Arif Saifudin, beliau mengatakan "manajemen pemasaran merupakan langkah yang dilakukan mulai dari perencanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dalam pelaksanaan pemasaran beliau mengartikan sebagai enterpreunership yaitu usaha, tetapi usaha disini bukan sebagai bisnis melainkan usaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Pemasaran sangatlah perlu dan penting dilakukan agar para pelanggan tahu serta paham terkait apa yang ditawarkan, selain itu, kami juga menggunakan strategi pemasaran yang tersusun agar program-program yang kita buat dapat terlaksana dengan baik dan benar sesuai

[7] Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi pemasaran jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet, 1, hlm, 13.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan tujuan".[8] Adanya strategi pemasaran ini menjadikan jumlah peserta didik yang berminat untuk masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum semakin meningkat. Salah satu bukti pemasaran berhasil yaitu karena data peserta didik baru selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat melalui wawancara dengan kepala sekolah nya langsung yakni pada tahun pelajaran 2017/2018 jumlah pendaftar hanya 131 peserta didik, selanjutnya pada tahun pelajaran 2018/2019 jumlah pendaftar bertambah menjadi 132 peserta didik, kemudian pada tahun terakhir ini yakni tahun pelajaran 2019/2020 jumlah pendaftar menjadi 137 peserta didik yang dibagi menjadi 4 kelas masing-masing kelas berjumlah 34 siswa.

Berdasarkan pemaparan data di atas untuk mengetahui bahwa di MTs. Mazra'atul Ulum mengalami peningkatan jumlah pendaftar peserta didik baru yang akan ditempatkan di kelas VII. Maka dengan itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan".

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah dijabarkan atas judul "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di

[8] *Wawancara dengan kepala MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan*, Pada Tanggal 20 Juni 2019, Pukul 09.15.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan" akan timbul beberapa pertanyaan, maka penelitian ini difokuskan pada:

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan?
3. Bagaimana evaluasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, di dalam penelitian pasti mempunyai tujuan tertentu yaitu menemukan serta menguji kebenaran suatu pengetahuan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perencanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana evaluasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti mempunyai manfaat tertentu yaitu menemukan serta menguji kebenaran suatu pengetahuan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan untuk peneliti dan menjadi bahan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pemasaran pendidikan sehingga hal ini bisa bermanfaat bagi praktisi pendidikan di sebuah madrasah. Selain itu bisa bermanfaat untuk memberikan masukan dan sumbangan pemikiran tentang strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik dan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam pembelajaran manajemen sekolah.

2. Secara Praktis

a. Bagi madrasah, hasil penelitian ini sebagai bahan untuk memajukan strategi manajemen pemasaran dalam peningkatkan penerimaan peserta didik MTs. Mazra'atul Uum Paciran Lamongan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b. Bagi penulis, guna memahami masalah yang berkaitan dengan bagaimana strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Uum Paciran Lamongan.

c. Bagi peneliti lain, sebagai referensi tambahan dalam rangka mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

E. Originalitas Penelitian

Sebagai bukti originalitas ini, peneliti melakukan kajian pada beberapa penelitian terdahulu, tujuannya untuk melihat persamaan dan perbedaan kajian dalam penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu dijadikan perbandingan adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Ahmad dengan judul "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MI Darul Hikmah Purwokerto Tahun 2016". Fokus penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen pemasaran di MI Darul Hikmah Purwokerto yaitu menggunakan empat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

Kedua, penelitian ini dilakukan oleh Zakiyah Eka Pratiwi dengan judul "Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MI Muhammadiyah Karanganyar Tahun 2017". Fokus penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan peserta didik sebanyak-banyaknya. Adapun hasil dari penelitian

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ini adalah pelaksanaan strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat peserta didik baru dilakukan dengan cara promosi. Promosi yang dilakukan ada dua macam yaitu ketika PPDB dan ketika diluar PPDB. Promosi yang dilakukan ketika PPDB yaitu dengan pemasangan sepanduk, banner, rontek, pamflet dan pembagian brosur. Selain itu juga melakukan presentasi ke TK-TK dan masyarakat. Kemudian untuk poromosi yang dilakukan diluar PPDB yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti lomba-lomba dan expo pendidikan untuk TK-TK, mengadakan kagiatan jalan sehat setiap bulan sekali, pawai keliling wilayah dengan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah, mempererat hubungan dengan masyarakat yaitu dengan pembagian kalender, pembagian jadwal imsakiyah, mengadakan pengajian, pembagian zakat fitrah dan daging kurban pada masyarakat di sekitar sekolah.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Muhammad halim Kusuma dengan judul "Strategi Pemasaran penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Klaten Tahun 2016". Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran penerimaan peserta didik. Adapun hasil dari penelitian ini adalah ada beberapa strategi yang harus dilakukan dalam pemasaran penerimaan peserta didik.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Aditia Fradito dengan judul "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam Di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 Tahun 2016". Fokus penelitian ini adalah bagaimana layanan jasa yang diberikan sekolah tersebut

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

melalui strategi manajemen pemasaran yang dilakukan serta mendeskripsikan bagaimana dampak dari strategi manajemen pemasaran yng diterapkan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa citra sebuah lembaga sangat berpengaruh dengan adanya strategi pemasaran yang baik karena dengan itu, maka akan tercipta produk yang baik untuk kepuasan masyarakat.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh M. Munir dengan judul " Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik". Fokus penelitian jurnal ini adalah bagaimana konsep pemasaran jasa pendidikan yang harus diberikan kepada layanan sekolah melalui manajemen pemasaran pendidikan. Adapun hasil dari penelitia ini adalah manajemen pemasaran yang baik harus menerapkan 7 elemen, yaitu: produk, harga, lokasi, promosi, orang atau guru dan staf, dan bentuk fisik dari lembaga pendidikan tersebut.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Bentuk, (Skripsi/Tesis/Disertasi) Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1	Fitriana Ahmad dengan judul "Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MI Darul Hikmah Purwokerto"	Penelitian ini mengarah pada bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan di MI Darul Hikmah	Temuan berbeda penelitian ini adalah mengarah pada bentuk bagaimana	Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti cenderung ke arah bagaimana strategi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	Skripsi, 2016, Perguruan Tinggi, Institut Agama Islam Purwokerto.	Purwokerto.	manajemen pemasaran yang dilakukan.	manajemen pemasaran dapat meningkatkan penerimaan peserta didik baru.
2	Zakiyah Eka Pratiwi dengan judul "Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MI Muhammadiyah Karanganyar", Skripsi, 2017, Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Surakarta.	Penelitian ini mengarah pada bagaiamana pelaksanaan strategi pemasraan sekolah yang baik guna mendapat peserta didik yang unggul dari sekolah lain.	Temuan berbeda penelitian ini adalah mengarah pada strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan cara promosi dan PPDB ynga dilakukan sekolah setiap tahun melalui expo campus, pembuatan pamflet dan brosur.	Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, cenderung lebih menggunakan cara perencanaan, implementasi, dan hasil dari strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan peserta didik.
3	Muhammad Halim Kusuma dengan judul "Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK 2 Muhammadiyah Klaten" Tesis, 2016, Universitas Muhammadiyah Surakarta.	Penelitian ini mengarahkan pada strategi pemasaran dengan fungsi seorang guru.	Temuan berbeda dimana penelitian ini lebih mengarahkan bagaimana strategi pemasaran menjadi sentral cara untuk mendapat peserta didik baru.	Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah cenderung lebih mengarah pada bagaimana strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan peserta didik baru.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4	Aditia Fradito dengan judul "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam Di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 Malang", Tesis, 2016, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.	Penelitian ini mengarah pada bagaimana strategi pemasaran menjadi efektif dengan mengedepankan citra lembaga.	Temuan berbeda dimana penelitian ini lebih focus kepada jasa layanan pendidikan yang dilakukan sehingga masyarakat dapat mendapa kepuasan.	Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti cenderung pada bagaimana bentuk strategi manajemen pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pesert didik.
5	M. Munir dengan judul "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik" Jurnal, 2017, Volume 1, Nomor 2.	Penelitian ini di fokuskan pada manajemen pemasaran pendidikan.	Penelitian ini di fokuskan pada layanan jasa pendidikan untuk meningkatkan jumlah peserta didik.	Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah cenderung lebih mengarah pada bagaimana strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan peserta didik baru.

Dari kelima penelitian terdahulu dapat dilihat perbedaan yang menonjol dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa penelitian yang dilakukan peneliti lebih cenderung pada bentuk bagaimana strategi pemasaran yang digunakan di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

F. Definisi Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk menjelaskan istilah-istilah yang ada pada judul agar tidak terjadi salah pengertian atau kekurangan jelasan makna.[9] Adapun istilah-istilah yang perlu didefinisikan dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
2. Manajemen Pemasaran adalah merencanakan, pengarahan, dan pelaksanaan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari suatu organisasi atau perusahaan.
3. Strategi manajemen pemasaran adalah cara yang digunakan untuk menganalisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan.
4. Peningkatan adalah proses atau cara untuk meningkatkan sebuah kegiatan pada tingkat yang lebih baik.
5. Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan informal, pendidikan formal maupun

[9] *Pedoman Penelitian Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan* (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016), hlm. 19

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pendidikan nonformal, pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu.

6. Peningkatan penerimaan peserta didik adalah usaha yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kegiatan mencari dan menentukan calon peserta didik yang biasanya dilakukan menjelang tahun ajaran baru.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dan pemahaman serta hasil yang runtut dan sistematis, maka sistematika pembahasan susunan skripsi adalah sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, originalitas penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kajian pustaka, dalam bab ini akan dijelaskan teori teori yang berkaitan dengan strategi manajemen pemasaran, yang berisi uraian singkat tentang hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan juga kerangka berfikir yang kan digunakan dalam penelitian.

Bab ketiga adalah metode penelitian, dalam bab ketiga ini akan dijelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab keempat adalah paparan data dan hasil penelitian, pada bab ini berisi uraian tentang penyajian dan deskripsi data serta temuan kajian. Bentuk penyajian

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

data dapat berupa dialog antara data dengan konsep dan teori yang dikembangkan. Bab ini menyajikan uraian yang terdiri atas gambaran umum latar penelitian, paparan data penelitian, dan temuan penelitian.

Bab kelima adalah pembahasan hasil penelitian, pada bab ini menjawab masalah penelitian dan menafsirkan temuan penelitian. Kemudian temuan-temuan tersebut dianalisis sampai menemukan sebuah hasil dari apa yang sudah tercatat sebagai fokus penelitian.

Bab keenam adalah penutup, memuat dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran dari hasil temuan penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi pada mulanya populer di bidang kemilitiren berasal dari bahasa Yunani Kuno yang diartikan sebagai ilmu perang atau bela diri. Kata strategi juga di pakai dalam ilmu ekonomi yang artinya cara agar perusahaan dapat melaksanakan perencaan yang sedang dipersiapkan sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.[10] Pengertian strategi dalam konteks manajemen adalah perencanaan secara menyeluruh yang terintegrasi dan komprehensif sehingga menjadi pedoman bagi setiap perencaan operasional unit-unit organisasi perusahaan atau non perusahaan.[11] Dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal*. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

[10] Yayat, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Indeks, 2006), hlm 105
[11] *Ibid*,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dipertegas lagi oleh Wina Sanjaya strategi digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan.[12]

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian kekuatan, yang mencakup seluruh elemen yang dapat dilihat maupun yang tidak terlihat untuk menjamin keberhasilan demi mencapai tujuan secara efektif.

2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Dapat juga diartikan sebagai alat untuk analisis, perencanaan, penerapan serta pengendalian suatu program dalam perusahaan yang sudah dirancang untuk menciptakan, membangun dan juga mempertahankan pertukaran agar bisa memberikan keuntungan. Keuntungan ini nantinya digunakan sebagai jalan untuk mencapai tujuan utama sebuah bisnis atau perusahaan.[13]

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Manajemen sendiri merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan,

[12] Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Pernada Media, 2006), hlm 124.
[13] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.130

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui manfaat sumber daya manusia dan sumber-sumber lain. [14]

Sedangkan pemasaran didefinisikan sebagai proses yang membentuk hubungan antara produsen dengan individu atau grup dalam menyampaikan jenis-jenis produk: barang dan jasa, dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan *(Need and wants),* guna mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi melalui penciptaan produk yang berkualitas.[15] Sekolah yang berkualitas maka produk yang akan di keluarkan juga baik.

Pengertian manajemen pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran di dalam organisasi. Hal ini mencakup juga segala aktivitasnya bagaimana memenuhi tujuan tersebut disamping melakukan pengukuran kemajuan sudah mencapai level mana dengan mempertimbangkan peluang pasar dan sumber daya internal. Pelaku manajemen di bidang pemasaran adalah seorang manajer pemasaran yang akan mempelajari struktur pembiayaan, sumber keuntungan, sumber daya serta kompetensi.[16] Jadi manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkan pertukaran yang

[14] Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), Cet. 1, hlm 16. .
[15] Rd. Soemanagara, *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategi dan Terapan*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 2.
[16] Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002), hlm. 1198

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.[17] Menurut Ben M. Enis mengatakan bahwa: *Marketing Management is the process of increasing the effectiveness and or efficiency by which marketing activities are performed by individuals or organizations.* (manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatlkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan).[18] Pemasaran merupakan hal utama yang harus di lakukan di sebuah pendidikan.

Hal lainnya yang tak luput dipelajari oleh manajer pemasaran adalah diferensiasi produk dan posisi kompetitif, tingkat integrasi vertikal, riwayat respon perkembangan industri serta faktor lainnya yang masih berkaitan dengan kompetitor. Menurut Dharmesta dan Handoko, pengertian manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan pertukaran. Jauh sebelum barang diproduksi, proses pemasaran tersebut sudah dilakukan dan tidak berakhir pada penjualan. Selain penjualan, kegiatan pemasaran tersebut juga harus memberikan rasa puas pada konsumen. Ini harus dilakukan oleh semua perusahaan agar usahanya

[17] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), Cet.7, hlm 130.
[18] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Strategi*, hlm 130.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

berjalan terus dan konsumen punya pandangan baik terhadap perusahaan.[19]

Maka dari itu, pemasaran yang baik harus melalui tahap-tahap yang tersusun dan membentuk hubungan yang baik dengan produsen agar produk yang dijual kepada konsumen dapat diterima dengan baik dan pelanggan tidak berkurang.

3. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi disebut juga dengan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.[20] strategi dapat diartikan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Strategi dapat juga berbentuk pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam

[19] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, t.t.), Edisi ke Enam, hlm.14
[20] Masithoh dan Laksmi Dewi, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: DEPAG RI, 2009), hal 37.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

bentuk unik berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.[21]

Melihat Pengertian strategi diatas, di dalam sebuah lembaga pendidikan hal pertama yang dilakukan dalam menarik minat konsumen adalah bagaimana pemasaran yang akan dilakukan. Suatu pemasaran akan terlaksana dengan semestinya dan sesuai dengan program apabila terdapat manajemen di dalamnya, maka dari itu Pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Manajemen menurut istilah adalah suatu aktivitas yang melibatkan proses pengarahan, pengawasan dan pengerahan segenap kemampuan untuk melakukan suatu aktifitas dalam suatu organisasi. Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan oleh individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dari pihak lain.[22]

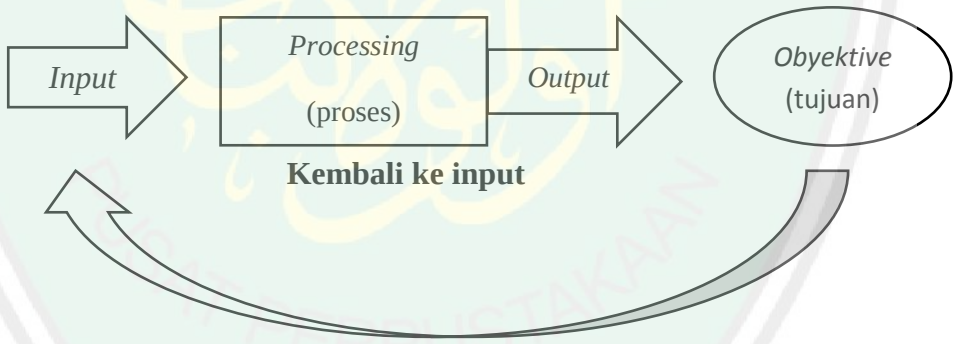
Jadi, dapat disimpulkan strategi manajemen pemasaran merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja

[21] Abu Ahmadi dan Joko Tri Prasetya, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hal 47.
[22] Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Moderen*, (Yogyakarta: unit penerbit dan percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YNKP, 2005), hlm 2.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

perusahaan dalam jangka panjang yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara produsen dan konsumen melalui barang yang di jual. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Untuk memenuhi strategi manajemen pemasaran sebagai proses, maka dibawah ini digambarkan pendekatan sistem:



Gambar 2.1 Proses Strategi Manajemen Pemasaran

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

Untuk keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka diperlukan masukan, masukan ini misalnya berassal dari informasi kegiatan yang berjalan di lapangan. Misalnya barang-barang merk X Kurang laku, ternyata harganya lebih tinggi dari saingan. Ini

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

adalah merupakan masukan informasi yang harus diproses. Setelah diadakan analisis, dari berbagai sumber informasi lainnya, akhirnya muncullah output (luaran), yaitu berupa suatu keputusan atau kebijakan yang harus ditempuh guna mencapai tujuan perusahaan. Setelah keputusan diambil dan dilaksanakan, ditunggu bagaimana hasil pelaksanaannya, inilah yang disebut *feedback* (balikan) yang sangat berguna bagi manajemen untuk memperrbaiki kebijakan lebih lanjut.[23] Dengan demikian proses manajemen pemasasran akan lebih meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

4. Fungsi Manajemen Pemasaran

Sebuah bisnis perusahaan atau suatu lembaga pendidikan yang sedang berkembang wajib memahami manajemen pemasaran yang baik, apalagi pada era globalisasi seperti ini dimana banyak kompetitor yang berlomba-lomba memasarkan produknya bahkan hingga berbagai manca negara. Manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi berikut:

a. Fungsi Pertukaran

Di sini fungsi pertukaran pada manajemen pemasaran terbagi menjadi dua fungsi utama, yakni fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Lebih lanjut, fungsi pembelian berarti peran manajemen pemasaran berfungsi sebagai proses timbal balik dari aktivitas penjualan. Dengan begitu, diperlukan strategi khusus terutama pemahaman mengenai

[23] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm 130-131

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kegiatan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Sedangkan fungsi penjualan termasuk dalam aktivitas untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang bisa dilakukan secara langsung maupun melalui perantara.

b. Fungsi Fisis

Fungsi fisis manajemen pemasaran terfokus pada kegunaan waktu, lokasi dan bentuk yang perlu dipertimbangkan pada suatu produk ketika suatu produk akan diangkut, diproses dan disimpan hingga sampai ketangan konsumen. Jika tidak dipertimbangkan dan direncanakan dengan baik, bisa jadi perusahaan akan mengalami kerugian besar akibat penanganan produk yang tidak berstandar.

c. Fungsi Penyediaan Sarana

Manajemen pemasaran juga memiliki fungsi sebagai penyediaan sarana karena akan berkaitan dengan segala kegiatan yang mampu melancarkan operasional pemasaran. Fungsi penyediaan sarana mencakup segala proses pengumpulan, komunikasi, penyortiran sesuai standar dan pembiayaan.[24]

Dari ketiga fungsi manajemen pemasaran diatas dapat dikatakan bahwa sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan harus mengetahui tujuan yang jelas dari lembaganya tersebut karena dengan itu, maka manajemen pemasaran dikatakan efektif.

[24] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012) hal, 16.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

5. Langkah-langkah Manajemen Pemasaran

Di dalam pemasaran pendidikan terdapat beberapa langkah strategis, yaitu:

a) Identifikasi Pasar

Tahapan pertama dalam pemasaran sekolah adalah mengidentifikasi atau melakukan pengamatan terhadap kondiri dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini perlu dilakukan suatu penelitian atau riset pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahapan ini adalah pemetan dari sekolah lain selain itu, untuk mengetahui kebutuhan pasar sekolah juga harus melakukan metode analisis pemasaran. Menurut Kompri analisis yang strategtis yaitiu dengan analisis SWOT:[25]

1) Mengidentifikasu kekuatan (strength), setiap lembaga pendidikan harus mampu menganalisis kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh sekolah. Misalnya jika kekuatan lembaga tersebut dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pemasaranmnya.
2) Kelemahan (weakness), dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mencari kelemahan-kelemahan yang ada dilingkungan

[25] Kompri, *Manajemen Sekolah: Teori dan Praktik*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 49-50.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sehingga bisa dimanfaatkan untuk mencari peluang dalam pemasaran.

3) Kesempatan (opportunity), lembaga pendidikan harus dapat memanfaatkan kesempatan yang ada untuk melakukan promosi.

4) Ancaman (threat), setiap lembaga pendidikan pasti memiliki ancaman-ancaman dari luar. Maka dari itu dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mengantisipasi ancaman-ancaman yang terjadi.

b) Segmentasi Pasar dan *Positioning*

Penentuan target pasar merupakan langkah selanjutnya dalam pengelolaan masalah pemasaran sekolah. Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna pedidikan. Secara umum pasar dapat dipilah berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi maupun perilaku.

Dengan demikian sekolah akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran sehubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar. Setelah kita mengetahui karakter pasar, maka kita akan menentukan bagian pasar mana yang akan kita layani. Tentunya secara ekonomis, melayani pasar yang besar akan membawa sekolah masuk ke dalam skala operasi yang baik.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

c) Diferensiasi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya sekolah yang ada, orangtua siswa akan kesulitan untuk memilih sekolah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar sekolah semakin standar. Sekolah hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk-bentuk kemasan yang menarik seperti logo dan slogan. Fasilitas internet mungkin akan menjadi standar, namun jaminan internet yang aman dan bersih akan menarik perhatian orangtua. Melakukan pembedaan secara mudah dapat pula dilakukan melalui bentukbentuk tampilan fisik yang tertangkap panca indra yang memberikan kesan baik, seperti pemakaian seragam yang menarik, gedung sekolah yang bersih atau stiker sekolah.

d) Komunikasi pemasaran

Akhirnya pengelola sekolah hendaknya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran sekolah yang diharapkan pasar. Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam bentuk/ format ilmiah, seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, forum ilmiah/ seminar dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Komunikasi yang sengaja dilakukan sekolah dalam bentuk promosi atau bahkan iklan sekalipun perlu menjadi pertimbangan. Bentuk dan materi pesan agar dapat dikemas secara elegan namun menarik perhatian agar sekolah tetap dalam *image* sekolah sebagai pembentuk karakter dan nilai yang baik. Publikasi yang sering terlupakan namun memiliki pengaruh yang kuat adalah promosi "mouth to mouth". Alumni yang sukses dapat membagi pengalaman (testimony) atau bukti keberhasilan sekolah. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.[26]

Komunikasi yang dilakukan oleh sekolah dalam promosi atau iklan perlu menjadi pertimbangan, bentuk dan materi pesan hendaknya dikemas secara elegan, tetapi menarik perhatian agar sekolah tetap dalam pencintraan sekolah sebagai pembentuk karakter dan nilai yang baik.

Ada beberapa bentuk komunikasi pemasaran, yaitu:[27]

1. *Personal selling*, komunikasi langsung (tatap muka) antara penjualan dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba membelinya.

[26] Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Layanan dan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 162.
[27] *Ibid*, hlm 163.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. *Mass selling*, pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama *mass selling*, yaitu periklanan dan publisitas.
3. Promosi penjualan, bentuk promosi langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
4. Hubungan masyarakat, suatu upaya komunikasi menyeluruh dari perusahaan untuk mempengaruhi presepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.
5. *Direct marketing*, sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau transaksi sembarang lokasi.
6. *Word of moth*, komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu ciri khusus promosi dalam bisnis jasa. Promosi ini merupakan salah satu sumber yang penting, dimana orang yang menyampaikan rekomendasi secara perorangan sering kali lebih disukai sebagai sumber informasi.

Dengan langkah-langkah kegiatan tersebut diatas, maka sekolah dapat mencapai keseimbangan/ ekuilibrium dalam operasionalisasi pengajaran dalam kondisi memperebutkan ‘kue’ dari banyak

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

penyelenggara sekolah. Dengan demikian masalah sekolah yang kekurangan murid tidak terjadi lagi.

6. Konsep Manajemen Pemasaran

Organisasi pendidikan hendaknya memiliki sistem pengelolaan atau manajemen yang dapat memaksimalkan atribut-atribut yang dianggap pasar sebagai atribut yang penting dalam sebuah institusi pendidikan. Dengan demikian konsep pemasaran pendidikan yang berwawasan jasa atau produk pelayanan akan berkembang menjadi konsep pemasaran pendidikan yang berorientasi pasar, bahkan berwawasan masyarakat (society).

Bagan 2.1 Konsep Pemasaran Madrasah

Ada beberapa kegiatan manajemen pemasaran yang harus dilakukan, yaitu:

1. Perencanaan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Beberapa hal yang perlu dilakukan dalam membuat perencaan pemasaran adalah:

a. Menentukan visi, misi, tujuan umum, dan tujuan khusus lembaga pendidikan
b. Menganalisis ancaman dan peluang eksternal lembaga pendidikan. Dalam ancaman dan peluang ekstrernal ini dibagi menjadi 4:
    a) Lingkungan publik yaitu kelompok atau organisasi yang tertarik pada kegiatan lembaga.
    b) Lingkungan kompetitif yaitu lembaga lain yang bersaing untuk mendapatkan perhatian atau loyalitas dari kelompok sasaran.
    c) Lingkungan makro yaitu kekuatan fundamental berskala besar yang membentuk peluang dan ancaman terhadap lembaga tersebut.
    d) Lingkungan pasar yaitu kelompok dan organisasi yang bekerja sama dengan lembaga tersebut untuk mencapai visi dan misi mereka.
c. Mengetahui kecenderungan "kondisi pasar" sekaligus menentukan calon siswa yang akan dipilih lembaga pendidikan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Pelaksanaan

Satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran adalah memperhatikan variabel-variabel yang dapat menarik minat pelanggan.

3. Pengendalian

Hal ini diperlukan untuk pecapaian sebuah kontrol yang baik, karena lembaga pendidikan sangat memerlukan informasi-informasi yang akurat dan memadai. Kemudian informasi yang telah didapatkan digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan kontrol dan evaluasi.

Dalam pengendalian terdapat 3 jenis kontrol yang dapat dilakukan oleh organisai nirlaba seperti suatu lembaga pendidikan yaitu:

a. Rencana kontrol tahunan, meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan. Alat utamanya adalah analisis penjualan, analisis pangsa pasar, analisis anggaran pemasaran, dan penelusuran sikap pasar.

b. Kontrol profitabilitas, yaitu determinasi profitabilitas yang aktual dari pemasaran yang telah dilakukan, dan akhirnya dapat dlam pelaksanaan pemasaran. Misalnya kesesuaian layanan dengan kebutuhan di masyarakat, segmen pasar, saluran promosi, dsb.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

c. Audit pemasaran, bertujuan menganalisis tujuan pemasaran, strategi, dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaranyang telah diramalkan.[28]

Dengan adanya sebuah konsep yang baik dan tertata dari awal maka sebuah pemsaran akan mempunyai kontrol pelaksanaan yang baik yang bertujuan agar dapat menganalisis tujuan pasar.

7. Unsur-unsur Manajemen Pemasaran

a. Unsur strategi persaingan (*mid share strategy*) meliputi:

a) Segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Setiap konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri.

b) *Targeting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

c) Positioning, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada dipasar kedalam bentuk konsumen.

b. Unsur teknik pemasaran (*market share tactic*) meliputi:

a) Selling, yang terkait dengan penjualan

[28] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindp Persada, 2004), hal,81.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b) Diferensiasi, yang terkait dengan cara membangun strategi pemasaran di berbagai aspek perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan diferensiasi yang dilakukan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

c) Bauran pasar (*marketing mix*), terkait dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat atau yang lebih dikenal dengan sebutan 4P, yaitu *product, price, promotion,* dan place untuk buruan pemasaran barang dan 7P yaitu, *product* (produk jasa), *price* (harga jasa), *place* (lokasi lasa), *promotion* (promosi jasa), *person* (sumber daya jasa), *physical evidence* (bukti fisik atau sarana prasarana jasa) dan process (manajemen layanan jasa) untuk pemasaran jasa.

c. Unsur nilai pemasaran (*heart share*) yang berkaitan dengan brand, service dab proses. Dalam nilai pemasaran, merek (*brand*) mempunyai arti penting bagi konsumen yaitu:

a) Sebagai identifikasi untuk membedakan antara satu produk dengan produk lain. Identifikasi ini diperlukan agar konsumen mempunyai kebebasan memilih produk dan merek mana yang memenuhi kebutuhannya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

b) Sebagai garansi atas kualitas dan kinerja dari produk yang akan dibeli. Merek akan memberikan rasa percaya diri kepada konsumen.

c) Merek memberi status dan *image* pada seseorang. Dengan membeli merek tertentu, sudah menujukan bagaimana status sosial seseorang.

d) Merek memberi arti emosional. Seorang fans sebuah klub sepak bola misalnya, akan rela membeli berbagai macam *merchandise* yang dijual dengan atribut klub tersebut.[29] Kelima unsur pemasaran merek tersebut sangat mempengaruhi dalam nilai pemasaran.

8. Bauran Pemasaran

Menurut Buchari Alma dan Ratih bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta didik yang bertujuan untuk memuaskan peserta didik.[30] Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap lembaga pendidikan harus bisa mengelola pemasarannya dengan baik. Dalam sebuah perusahaan harus dapat mengkombinasikan unsur 7P dalam bauran pemasaran yaitu:[31]

[29] Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm 258-259.
[30] Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Layanan dan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 154.
[31] *Ibid*, hlm 154-168

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

a. *Product* (produk)

Produk yang ditawarkan kepada sasaran pasar meliputi fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi atau ide. Fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh sekolah.

b. *Price* (harga)

Hal yang paling utama dalam penentuan harga yaitu pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dengan keuntungan yang membandingkan pengeluaran dan keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan, serta penetapan harga (pricing) atau harga yang dikenakan pada pelanggan. [32]

c. *Place* (tempat/lokasi)

Kemudahan akses, penampilan, serta kondisi secara keseluruhan. Semakin memperhatikan penampilan (misalnya melalui dekorasi, tampilan dan ucapan selamat datang kepada pengunjung), semakin mengurangi perhatian yang diberikan pada masalah seperti akses (parker untuk pengunjung, akses bagi penyandang cacat, konsultasi diluar sekolah, dan mesin penjawab telepon).[33]

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasasr sasaran atas

[32] Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin, *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm 270
[33] Yeti Heryati dan Mumuh MUhsin, *Op cit*, hlm 270.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang dirtawarkan perusahaan yang bersangkutan.

e. People (orang)

Yaitu semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran produk atau jasa kepada konsumen. Organisasi juga harus merekrut atau mempertahankan karyawan yang mempunyai *skill*, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

f. Layanan fisik

Sekolah harus memperhatikan gaya bangunan serta fasilitas penunjang seperti kelengkapan sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan.

g. *Process* (proses)

Seluruh aktivitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktifitas-aktifitas, dan rutinitas-rutinitas dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Operasional untuk mengatur pemasaran, dengan implikasi yang jelas terhadap penempatan karyawan sekolah dalam pembagian tanggung

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran sekolah.[34]

Dari ke tujuh bauran pemasaran diatas, maka sebuah lembaga pendidikan akan mencapai tujuan yang diinginkan apabila ketujuh bauran pemasaran tersebut digunakan dan di terapkan di strategi pemasaran.

B. Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

1. Pengertian Penerimaan Peserta Didik

Penerimaan siswa baru merupakan peristiwa penting bagi suatu sekolah, karena peristiwa ini merupakan titik awal yang menentukan kelancaran tugas sesuatu sekolah. Kesalahan dalam penerimaan siswa baru dapat menentukan sukses tidaknya usaha pendidikan di sekolah yang bersangkutan kapan penerimaan siswa baru dilakukan? Oleh karena itu penerimaan siswa baru bukanlah hal yang ringan. Maka menjelang tahun ajaran baru proses penerimaan peserta didik baru harus sudah selesai. Untuk itu maka penunjukan panitia penerimaan peserta didik baru telah dilakukan oleh kepala sekolah sebelum tahun ajaran berakhir: panitia penerimaan siswa baru sifatnya tidak tetap, jadi akan dibubarkan jika tugasya sudah selesai.[35] Sebelum penerimaan peserta didik baru di mulai maka semua rencana harus disiapkan secara matang.

[34] Yeti Heryati dan Mumuh MUhsin, *Op cit*, hlm 271
[35] Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2009), Cet 5, hlm 58.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Pengertian Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Peningkatan penerimaan peserta didik adalah proses, cara perbuatan meningkat (usaha kegiatan dan sebagainya) dan cara perbuatan meningkatkan usaha kegiatan dalam Penerimaan peserta didik yang merupakan satu kegiatan yang sangat penting, karena jika tidak ada peserta didik yang diterima di sekolah berarti tidak ada yang harus ditangani atau diatur. Penerimaan peserta didik juga merupakan salah satu kegiatan yang pertama dilakukan yang biasanya dengan mengadakan seleksi calon murid.[36]

3. Sistem Penerimaan Peserta Didik

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) mengeluarkan Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Sekolah Menengah Kejuruan, atau Bentuk Lain yang Sederajat.[37] Dalam permendikbud tersebut, diatur mengenai sistem zonasi yang harus diterapkan sekolah dalam menerima calon peserta didik baru.

Berdasarkan Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017, dengan menerapkan sistem zonasi, sekolah yang diselenggarakan oleh

[36] Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 41.
[37] PermendikbudNomor 17 Tahun 2007, *tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)*, [online] kamis, 26 September 2019, Pukul 10.01 WIB.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pemerintah daerah wajib menerima calon peserta didik yang berdomisili pada radius zona terdekat dari sekolah paling sedikit sebesar 90 persen dari total jumlah peserta didik yang diterima. Domisili calon peserta didik tersebut berdasarkan alamat pada kartu keluarga yang diterbitkan paling lambat enam bulan sebelum pelaksanaan PPDB.

Radius zona terdekat ditetapkan oleh pemerintah daerah sesuai dengan kondisi di daerah tersebut. Kemudian sebesar 10 persen dari total jumlah peserta didik dibagi menjadi dua kriteria, yaitu lima persen untuk jalur prestasi, dan lima persen untuk peserta didik yang mengalami perpindahan domisili. Namun, sistem zonasi tersebut tidak berlaku bagi sekolah menengah kejuruan (SMK).

Dalam Permendikbud ini memang disebutkan bahwa seleksi PPDB pada kelas VII SMP dan kelas X SMA/SMK mempertimbangkan kriteria dengan urutan prioritas sesuai dengan daya tampung berdasarkan ketentuan rombongan belajar. Urutan prioritas itu adalah: 1. Jarak tempat tinggal ke sekolah sesuai dengan ketentuan zonasi; 2. Usia; 3. Nilai hasil ujian sekolah (untuk lulusan SD) dan Surat Hasil Ujian Nasional atau SHUN (bagi lulusan SMP); dan 4. Prestasi di bidang akademik dan non-akademik yang diakui sekolah sesuai dengan kewenangan daerah masing-masing.

PPDB bertujuan untuk menjamin penerimaan peserta didik baru berjalan secara objektif, akuntabel, transparan, dan tanpa diskriminasi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sehingga mendorong peningkatan akses layanan pendidikan. PPDB dapat dilakukan dengan dua acara. Pertama, pendaftaran melalui jejaring (daring/*online*), yaitu melalui laman (*website*) resmi PPDB daerah masing-masing. Kedua, pendaftaran melalui luring (luar jaringan/*offline*), yaitu dengan mendaftar langsung ke sekolah. Sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah wajib mengumumkan secara terbuka proses pelaksanaan dan informasi PPDB, antara lain terkait persyaratan, seleksi, daya tampung, dan hasil penerimaan peserta didik baru.

4. Kriteria Penerimaan Peserta Didik

Manajemen peserta didik merupakan penataan dan pengaturan terhadap kegiatan yang berkaitan dengan peserta didik, mulai dari siswa itu masuk sampai dengan keluar dari suatu sekolah. Manajemen peserta didik bertujuan mengatur berbagai kegiatan dalam bidang kesiswaan agar kegiatan pembelajaran di sekolah lancar, tertib dan teratur. Beberapa ahli berpendapat bahwa tujuan manajemen peserta didik adalah untuk menciptakan kondisi lingkungan sekolah yang baik serta agar siswa dapat belajar dengan tertib sehingga tercapai tujuan pengajaran yang efektif dan efisien. Ada tiga tugas utama dalam bidang manajemen peserta didik untuk mencapai tujuan tersebut yaitu penerimaan peserta didik, kegiatan kemajuan belajar serta bimbingan dan pembinaan disiplin. Akan tetapi kelompok meneliti tentang Manajemen Peserta Didik Baru.[38]

[38] B. Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 74

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Penerimaan peserta didik baru sebenarnya adalah salah satu kegiatan manajemen peserta didik yang sangat penting, karena apabila tidak ada peserta didik yang diterima di sekolah, berarti tidak ada yang harus ditangani atau di atur serta proses belajar mengajar tidak akan berlangsung. Ada dua macam sistem penerimaan peserta didik baru, yaitu sistem promosi dan seleksi. Sistem promosi adalah penerimaan peserta didik tanpa menggunakan seleksi dan semua peserta didik yang mendaftar akan diterima, sistem promosi ini biasanya dilakukan pada sekolah-sekolah yang kurang peminat dan masih kurang daya tampungnya.[39]

Sedangkan sistem seleksi digolongkan menjadi tiga macam. Pertama, seleksi berdasarkan nilai UN atau data nilai hasil ujian nasional. yang kedua melalui penelusuran minat dan kemampuan. sedangkan yang ketiga berdasarkan hasil tes masuk, tes ini dibagi lagi menjadi tes administrasi dan tes akademik. Dalam penerimaan peserta didik baru, diperlukan adanya kriteria-kriteria tertentu. Kriteria penerimaan peserta didik baru. Kriteria adalah patokan-patokan yang menentukan bisa tidaknya seseorang untuk diterima sebagai peserta didik atau tidak.

Adapun Macam-macam kriteria penerimaan peserta didik adalah:

1. Kriteria acuan patokan *(standar criterien referenced)* yaitu satu penerimaan peserta didik yang didasarkan atas patokan-patokan

[39] Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 348.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini, sekolah terlebih dahulu membuat patokan bagi calon peserta didik dengan kemampuan minimal setingkat mana yang dapat diterima di sekolah tersebut. Sebagai konsekuensi dari penerimaan yang didasarkan atas kriteria acuan patokan demikian, jika semua calon peserta didik yang mengikuti seleksi memenuhi patokan minimal yang ditentukan, maka mereka harus diterima semua. Sebaliknya, jika calon peserta yang mendaftar kurang dari patokan minimal yang telah ditentukan, haruslah ditolak atau tidak diterima

2. Kriteria acuan norma *(norma criterien referenced)* yaitu status penerimaan calon peserta didik yang didasarkan atas keseleruhan prestasi peserta didik yang mengikuti seleksi,. Dalam hal ini, sekolah menetapkan kriteria penerimaan berdasarkan prestasi keseluruhan peserta didik. Keseluruhan prestasi peserta didik dijumlah, kemudian dicari rata-ratanya. Calon peserta didik yang nilainya berada di atas rata-rata, digolongkan sebagai calon yang dapat diterima sebagai calon peserta didik. Sementara yang berada di bawah rata-rata termasuk paserta didik yang tidak diterima.
3. Kriteria yang didasarkan atas daya tampung sekolah, sekolah terlebih dahulu menentukan beberapa jumlah daya tampungnya,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

atau beberapa calon peserta didik baru yang akan diterima. Setelah sekolah menentukan, kemudian merangking prestasi siswa mulai dari yang berprestasi paling tinggi sampai dengan prestasi paling rendah. Penentuan peserta didik yang diterima dilakukan dengan cara mengurut dari atas ke bawah, sampai daya tampung tersebut dipenuhi.

Jika ada diantara siswa yang rangkingnya, sedangkan mereka sama-sama berada dirangking kritis penerimaan, sekolah dapat mengambil kebijaksanaan antara lain, melalui tes ulang ats siswa-siswa yang rangkingnya sama tersebut. Atau, dapat pula memilih diantara mereka dengan mengamati prestasi lainnya. Bisa juga, menangguhkan penerimaan mereka dengan menempatkannya dalam cadangan, dengan catatan jika sewaktu-waktu ada calon peserta didik yang rangkingnya berada diatasnya mengundurkan diri, yang bersangkutan dipanggil untuk mengisi formulir tersebut. Alternatif mana yang dipilih, tentukanlah harus disepakati bersama dengan tenaga kependidikan di sekolah sejak awal-awal perencanaan. Sebab, dengan penetapan terlebih dahulu demikian, telah terdapat kesepakatan pentingnya rapat penerimaan peserta didik baru.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

C. Kerangka Berfikir

Sekolah merupakan suatu lembaga pendidikan formal yang sistematis yang bertujuan untuk memajukan pengetahuan peserta didik melalui proses pembelajaran. Saat ini sudah banyak berdiri sekolah-sekolah baik umum ataupun berbasis keagamaan. Maka dari itu sekolah perlu bersaing untuk menjaga eksistensinya. Untuk bisa meningkatkan eksistensi suatu sekolah maka pihak pengelola harus mampu menciptakan trobosan baru yang terus dapat meningkatkan eksistensinya. Salah satu cara untuk meningkatkan eksistensi suatu pendidikan yaitu dengan melakukan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu kegiatan memasarkan atau memperkenalkan sekolah kepada Calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat tentang lembaga pendidikan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan sebuah rancangan atau cara untuk memasarkan sekolah. Dalam strategi pemasaran sendiri ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu dengan promosi dan publikasi tentang lembaga pendidikan tersebut, proosi tersebut berupa brosur, pamflet, spanduk, pameran pendidikan, word of mouth (dari mulut ke mulut), melalui media masa dan surat kabar. Tujuan dari pemasaran sekolah yaitu untuk membuat citra sekolah menjadi lenih baik, membujuk calon peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut, bersaing dengan sekolah lain.

Apabila citra sekolah menjadi baik secara otomatis masyarakat akan percaya kepada sekolah tersebut dan kemudian menyekolahkan anaknya ke

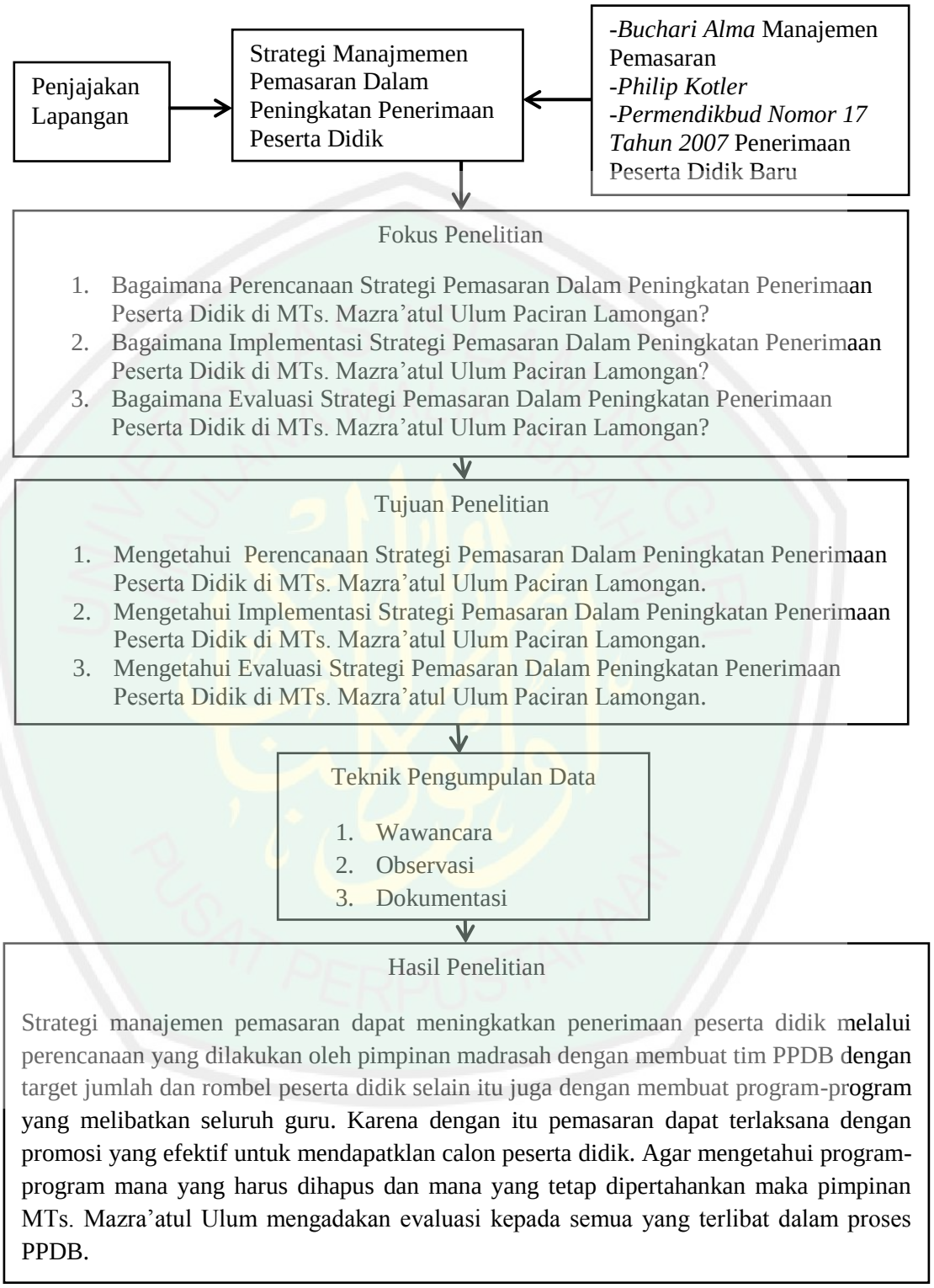
CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sekolah tersebut. peserta didik merupakan suatu anggota masyarakat yang sedang melakukan kegiatan belajar dalam suatu lembaga mulai dari TK sampai dengan perguruan tinggi dengan tahapan-tahapan yang sesuai. Peserta didik merupakan salah satu peran penting terlaksananya pembelajaran dalam suatu sekolah. Apabila tidak ada peserta didik kegiatan pembelajaran tidak dapat berjalan. Maka dari itu salah satu tujuan utama pemasaran yaitu untuk mencari dan membujuk calon peserta didik sebanyak-banyaknya untuk bersekolah di lembaga tersebut.

Karena eksistensi suatu sekolah juga dibuktikan dengan banyaknya jumlah peserta didik yang bersekolah di dalam suatu lembaga pendidikan. Semakin banyak siswa yang bersekolah di lembaga tersebut maka semakin banyak pula dan eksistensi lembaga pendidikan tersebut semakin baik. Untuk menciptakan suatu lembaga yang dapat menarik peserta didik yang banyak di sekoah tersebut maka sekolah juga harus mencipatakan sebuah lembaga pendidikan yang berkualitas.

Untuk mempermudah skema penelitian ini, maka dibuatlah kerangka berfikir sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



Bagan 2.2 Kerangka Berfikir

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Manajemen Pemasaran di suatu lembaga pendidikan. Dengan mengangkat fokus penelitian tentang strategi manajemen pemasaran, peneliti harus datang dan mengetahui bagaimana keadaan dan lingkungan di lapangan yang sesungguhnya. Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.[40]

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, bahwa metodologi kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.[41] Dan Nasution mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran pada lingkungan sekitarnya.[42] Sementara itu penelitian kualitatif juga bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau

[40] Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm.6
[41] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm.3
[42] Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif,* (Bandung: Tarsito, 1992), hlm 5

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

perspektif partisipan yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, dan persepsinya.[43]

Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, untuk meneliti secara mendalam dan fokus pada peningkatan penerimaan peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum yang melalui strategi manajemen pemasaran serta dikaji secara mendalam dengan maksud untuk memahami keadaan dan suasana di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum dengan bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan sehingga dapat menarik minat peserta didik.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lapangan, tidak lain merupakan syarat yang wajib dilakukan dalam penelitian kualitatif, guna memperoleh data yang objektif serta mendalam dengan mengamati sekaligus mendengar secara cermat. Dengan demikian peneliti sebagai pengamat, juga berperan serta dalam kehidupan sehari-hari subyeknya pada setiap situasi yang diinginkannya untuk dipahaminya.[44]

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga kehadiran peneliti menjadi suatu keharusan, karena posisi peneliti menjadi instrument kunci yang

[43] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm.94
[44] Buna'i, *Penelitian Kualitatif*, (Malang: Perdana Offset, 2008), hlm 80

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

bertindak sebagai instrument utama dalam pengumpulan data.[45] Untuk mendapatkan data dan informasi yang lengkap, maka kehadiran peneliti memberi andil yang cukup signifikan dalam rangka menemukan strategi manajemen pemasaran di MTs. Mazra'atul Ulum secara mandiri untuk meningkatkan penerimaan peserta didik.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan, mengenai perencanaan, implementasi, dan evalusi dari lingkup strategi manajemen pemasaran. Sebelum melakukan penelitian dengan wawancara bersama informan. Peneliti sudah melakukan persiapan, sebagai berikut:

1. Sebelum terjun ke lapangan, peneliti membuat surat perizinan penelitian dari Fakultas ILmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang diajukan kepada kepala MTs. Mazra'atul Ulum Paciran.
2. Mengantar surat perizinan pada tanggal 30 November 2019, lalu sudah diterima untuk melakukan penelitian tentang streategi manajemen pemasaran, dan berlanjut pada tanggal 02 Desember 2019 untuk melakukan wawancara pertama bersama kepala madrasah MTs. Mazra'atul Ulum Paciran.

[45] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 8

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Mengumpulkan data dan dokumen sementara sesuai dengan tema penelitian.
4. Membuat jadwal wawancara selanjutnya, berdasarkan kesepakatan peneliti bersama informan.
5. Melakukan wawancara kedua bersama perwakilan guru Mts. Mazra'atul Ulum Paciran.
6. Melaksanakan penelitian dan kunjungan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

C. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan yang beralamatkan di JL. Raya Deandles No. 214 Paciran Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Kode Pos 62264 No. Telpon (0322) 663262. Lokasi madrasah ini termasuk strategis karena berada di jalan poros pantura, selain itu juga madrasah ini menjadi madrasah tsanawiyah swasta yang berada di wilayah pinggiran desa paciran, tidak berada di pusat kota, lokasinya yang berdekatan dengan wilayah kecamatan lain, yaitu kabupaten Brondong dan berdekatan dengan kabupaten Gresik dan kabupaten Tuban yang menjadikan madrasah ini menjadi semakin kompleks peminatnya.

Peneliti melakukan penelitian di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran ini sebagai objek penelitian didasarkan pada keunikan dan kekhasan yang dimiliki

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

madrasah yaitu: 1) MTs. Mazra'atul Ulum Paciran selain menyiapkan siswa untuk melanjutkan ke jenjang SMA, MA, atau SMK unggulan. 2) MTs. Mazra'atul Ulum Paciran menjadi salah satu madrasah pilihan para peserta didik, baik dari wilayah Desa Paciran sendiri, hingga luar wilayah Desa Paciran. 3) MTs. Mazra'atul Ulum memiliki prestasi akademik maupun non akademik yang sangat baik terlihat pada prestasi-prestasi siswa yang hampir setiap tahun membawa harum nama madrasahnya baik ditingkat kecamatan, kabupaten, maupun provinsi. 4) MTs. Mzra'atul Ulum Paciran telah mengalami akreditasi dengan nilai A selama 3 kali berturut-turut dan merupakan madrasah swasta yang memperoleh peserta didik setiap tahun meningkat dibandingkan dengan sekolah atau madarasah lain. Dari beberapa keberhasilan yang telah di capai madrasah, ini menjadi alasan peneliti untuk melakukan tentang strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran.

D. Data dan Sumber Data

Data merupakan dokumen peling penting dalam penelitian. Dalam hal ini data yang yang digunakan peneliti berasal dari wawancara, data dokumentasi berupa rekaman hingga data dokumentasi foto dan arsip yang berkaitan dengan focus penelitian yaitu strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan pesert didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sumber data yang diperoleh peneliti, diambil dari objek penelitian, dikutip dari Sugiyono menurut Spradley. Objek penelitian dalam penelitian kualitatif yang di observasi dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu: *place* (tempat), *actor* (pelaku), *activities* (aktivitas).

1. *Place*, atau tempat dimana interaksi dalam situasi sosial sedang berlangsung.
2. *Actor*, pelaku atau orang-orang yang sedang memainkan peran tetentu.
3. *Activity*, atau kegiatan yang dilakukan oleh actor dalam situasi sosial yang sedang berlangsung.[46]

Dari ketiga objek diatas, peneliti menggunakan sebagai tiga sumber data yang memberikan informasi mengenai fokus penelitian yang telah peneliti tentukan, yaitu:

1. Tempat yaitu Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan, yang di dalamnya ada strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik yang dijalankan.
2. Wawancara atau interview yang dilakukan dengan kepala madrasah, bagian pemasaran, bagiana dministrasi dan sejumlah peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.
3. Dokumen yang di dapat berupa foto atau gambar, dokumen arsip resmi, hingga dokumen tentang manajemen pemasaran yang teah terlaksana sesuai dengan fokus peneitian yang teah peneliti tentukan.

[46] Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 229

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

E. Teknik Pengumpulan Data

Burhan Bungin menjelaskan teknik pengumpulan data adalah dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang *valid* dan *reliable.*

Dalam upaya mendapatkan data yang tepat dan akurat dalam penelitian ini, metode yang diterapkan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

1. Wawancara *(Interview)*

   Interview sering juga disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara *(interviewer)* untuk memperoleh informasi dari terwawancara *(interviewer)* dengan cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan secara sepihak berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditetapkan .[47] Ada beberapa kelebihan pengumpulan data melalui wawancara, diantaranya pewawancara dapat melakukan kontak langsung dengan apa yang diteliti, dan diperoleh secara mendalam, yang di interview bisa mengungkapkan isi hatinya secara lebih luas, pertanyaan yang tidak jelas bisa diulang dan diarahkan yang lebih bermakna.

   Metode ini digunakan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh pihak MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan dalam strategi pemasaran dalam menarik minat

[47] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), Hal, 155

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

peserta didik untuk bersekolah di lembaga tersebut. wawancara yang dilakukan yaitu dengan kepala sekolah, guru, siswa dan wali murid.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan tiga informan utama. Dalam penentuan tiga informan utama ini peneliti menentukan berdasarkan aspek penguasaan banyak informasi yang akan peneliti peroleh dari ketiga informan utama tersebut mengenai strategi manajemen pemasaran dan peningkatan penerimaan peserta didik. Adapun tiga informan utama tersebut yaitu Bapak Kepala MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, perwakilan salah satu guru, dan orang tua siswa. Dengan menggunakan pertanyaan yang sama namun tetap sesuai konteks tupoksi yang dilaksanakan yaitu mengenai fokus penelitian strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara semi struktur, karena ketika pertanyaan sudah diurutkan denga sistematis, namun peneliti dan informan juga tidak hanya terpaku dengan instrument tersebut, namun disini peneliti dan informan saling merespon agar informasi yang didapat lebih mendalam. Adapun instrument wawancara yang digunakan yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 3.1 Instrumen Wawancara

Fenomena Yang Diamati	Indikator	Item
Srategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	Strategi Pemasaran	1. Perencanaan 2. Implementasi 3. Evaluasi
	Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	1. Perencanaan 2. Implementasi 3. Evaluasi

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki.[48] Teknik observasi merupakan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti guna mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, disamping itu berguna untuk melakukan upaya pengecekan atau triangulasi. Berdasarkan triangulasi, maka diharapkan diperoleh data yang obyektif dengan perolehan data dan informasi yang akurat. Karena peneliti datang sendiri ke lapangan dan melakukan pemeriksaan dokumen yang sangat membantu menemukan fakta nyata tentang strategi manajemen pemsaran untuk meningkatkan penerimaan peserta didik yang dimiliki, serta mengamati suasana madrasah.

Observasi dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan bagaimana strategi pemasaran yang telah dilakukan di MTs. Mazra'atul Ulum dengan melakukan pengamatan pada beberapa kegiatan

[48] Marzuki, *Metode Riset*, (Yogyakarta: BPEF-UII, 2000), hlm 55-56

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang sesuai dengan fokus penelitian, adapun instrumen observasi yang dilihat melalui kegiatan yaitu:

Tabel 3.2 Instrumen Observasi

Fenomena Yang Diamati	Indikator	Item
Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	Strategi Pemasaran	1. Saat bertemu dengan informan untuk mendapatkan informasi 2. Saat informan memberi tahu SK PPDB dan beberapa prestasi yang diraih peserta didik
	Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	1. Saat bertemu informan untuk mendapatkan informasi 2. Melihat hasil startegi pemasaran

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber yang tertulis, film, gambar, dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian. Dokumentasi menggunakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.[49] Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari sumber manusia melalui observasi dan wawancara, akan

[49] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia dan PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 221

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

tetapi ada pula sumber lain yang dapat digunakan, diantaranya adalah dokumen, foto dan lain-lain.[50]

Data yang diambil brosur, foto-foto, pamflet, rontek, banner, dan guru, data siswa dan kegiatan sekolah yang berkaitan dengan strategi analisis data. Atau bisa juga dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dsb.[51] Dokumentasi yang diperoleh peneliti digunakan untuk melengkapi data dan informasi yang telah tersimpan dan terdokumentasikan dalam file dan berkas-berkas untuk dapat dijadikan sebagai rujukan strategi manajemen pemasaran pada masa yang akan datang. Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data berupa dokumen pribadi dan dokumen resmi, namun tidak hanya itu saja, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi berupa foto-foto atau gambar yang berkaitan dengan fokus penelitian yang telah ditentukan. Dengan adanya dokumentasi dari sekolah menjadi salah satu penguat dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Dokumentasi yang peneliti gunakan tertera dalam instrumen dokumen sebagai berikut:

---

[50] Rochajat Harun, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Pelatihan*, (Bandung: Bandar Maju, 2007), hlm 72

[51] Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm 144

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 3.3 Instrumen dokumentasi

Fenomena Yang Diamati	Indikator	Item
Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	Strategi Pemasaran	1. Brosur 3 tahun terakhir 2. Data siswa 3 tahun terakhir 3. Data guru dan karyawan 4. Data sarana dan prasarana 5. Foto bersama kepala sekolah
	Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	1. SK PPDB 3 tahun terakhir 2. Jadwal piket PPDB

F. Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis. Menurut miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verivikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut analisis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

1. Reduksi Data

   Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.[52]

   Reduksi data merupakan salah satu langkah analisis data yang bertujuan menajamkan, mengkodekan, mengarahkan serta membuang yang tidak diperlukan untuk diorganisasi sedemikian rupa yang selanjutnya bisa ditarik kesimpulan dan dapat diverifikasi. Proses reduksi data dilakukan dengan alur pemilihan data penting, pemusatan

[52] Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, Qualitative Data Analysis, terj, Jetjep Rohendi Rohidi, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 16.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

serta abstraksi data kasar yang telah diperoleh dari data lapangan. Hasil penelitian lapangan ini kemudian dikelompokkan secara terpola sesuai dengan pertanyaan penelitian. Kegiatan reduksi data pada fase berikutnya yaitu melakukan penyusunan dan perangkuman secara sistematis hal-hal pokok yang berkaitan dengan fokus masalah untuk diketahui bentuk dan pola yang tepat sehingga diperoleh gambaran yang tajam untuk mendekati jawaban yang hendak ditemukan.

2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya yaitu penyajian data, dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, bagan dan lainnya. Dalam hal ini peneliti menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif. Menurut Miles dan Huberman, 1984 dikutip Sugiyono mengemukakan disarankan, dalam melakukan penyajian data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik dan tabel. Dengan begitu peneliti juga memberi penguatan dalam penyajian data dengan tabel.

3. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. [53]

Setelah tahapan analisis telah dilakukan semua, maka kesimpulan akan disajikan dalam bentuk deskriptif. Namun dapat berkembang secara terus menerus selagi dalam proses pengumpulan data baru hingga peneliti menghasilkan data yang dirasa cukup dan menjadi kesimpulan akhir peneliti.

G. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu pengecekan keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui pengecekan keabsahan data kredibilitas atau kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini adalah pengecekan kembali data yang telah terkumpul. Teknik yang digunakan peneliti dalam pengecekan data agar dapat di uji keabsahannya dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti menggunakan dua teknik yaitu dengan teknik triangulasi dan *member check* yaitu dengan meminta kesepakatan informan. Pada teknik triangulasi terdapat dua cara yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Pada triangulasi sumber dilakukan untuk ,menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah

[53] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 246.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

diperoleh melalui bebebrapa sumber. Data yang telah di analisis oleh peneliti dan sudah mendapatkan sebuah kesimpulan, maka selanjutnya dimintai kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber yang telah di wawancarai.

Triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu.[54] Triangulasi ini merupakan teknik pengumpulan data gabungan. Teknik triangulasi merupakan pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.[55] Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dan teknik yang kedua yaitu *member check* yaitu dengan meminta kesepakatan hasil penelitian bersama informan.

[54] Lexy J. Moleong, Op.Cit. hlm. 330
[55] Andi Prastowo, *Metode penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hlm 231

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Identitas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran

Nama Sekolah/Madrasah	: MTs. MAZRA'ATUL ULUM
Nomor Statistik Sek./Madrasah(NSS/NSM)	: 121235240096
NIS/MSN	: 210830
NPSN	: 20582845
Alamat Sekolah/Madrasah	: Jalan Raya No 214 Paciran
Desa	: Paciran
Kecamatan	: Paciran
Kabupaten	: Lamongan
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 62264
Telepon	: 0322-663262
Faximail	: 0322-663262
E-mail	: mtsmu@rocketmail.com
Website	:mtsmazraatululum.blogspot.com

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tahun Berdiri	: 1964
Status Sekolah/Madrasah	: Swasta
SK/Ijin Pendirian	: Kementerian Agama
Nama Kepala Sekolah/Madrasah	: Arif Saifudin, M.Pd
Alamat Kepala Madrasah	: Paciran Lamongan
Desa	: Paciran
Kecamatan	: Paciran
Kabupaten	: Lamongan
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 62264
Telepon	: 0322-601090 / 663262
HP	: 085649963417
Nama Yayasan Penyelenggara	: LP MA'ARIF NU Lamongan
Alamat	:Jl. Lamongrejo No. 09 Lamongan
Telepon	: 0322-321668
Akte Pendirian	: 103

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tahun	: 1986
Kelompok Yayasan	: LP. MA'ARIf NU Lamongan
Nama Ketua Komite Sekolah/Madrasah	:KH. AHMAD SUHAMDI ROWI, SH, M.Pd
Alamat	: Jl. Pasar Lama I
Desa	: Paciran
Kecamatan	: Paciran
Kabupaten	: Lamongan
Provinsi	: Jawa Timur
Status Akreditasi Terakhir	: Terakreditasi Tipe "A" dengan nilai 91
SK Akreditasi	:Nomor:200/BAP-S/M/SK/X/2016

2. Sejarah MTs. Mazra'atul Ulum Paciran

Tanggal 30 April 1958, lahir sebuah Perguruan Agama Islam di Desa Paciran, Kecamatan Paciran dengan nama SRINU (Sekolah Rakyat Islam Nahdlatul Ulama), sebuah unit sekolah setingkat SD/MI yang didirikan oleh Pengurus Ranting Nahdlatul Ulama Desa Paciran. Dalam

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

perkembangan berikutnya sekolah tersebut berganti nama menjadi Madrasah Ibtidaiyah Nahdlatul Ulama (MINU).

Pasca G 30 S PKI, dan seiring dengan tuntutan warga WARGA Desa Paciran untuk menyekolahkan putra-putrinya ke jenjang yang lebih tinggi, maka didirikan sebuah Sekolah Lanjutan dengan nama Madrasah Mu'alimin-Mu'alimat Nahdlatul Ulama 6 tahun. Dalam kurun waktu kurang lebih sepuluh tahun, madrasah tingkat lanjutan tersebut mengalami stagnasi (kurang berkembang), maka mengacu pada kebijakan pemerintah pasca dasa warsa tahun 70-an, tepatnya pada tahun 1975, Madrasah Mu'alimin-Mu'alimat Nahdlatul Ulama 6 tahun tersebut dipecah menjadi 2 unit sekolah, yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA) dengan induk Perguruan Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Mazra'atul Ulum Paciran, sebuah unit sekolah dengan jenjang yang berbeda yang masing-masing dengan masa belajar 3 tahun. Pada tahun pelajaran 1994/1995, untuk pertama kalinya mengikuti program akreditasi, dan dinyatakan sebagai Madrasah dengan status diakui.

Melihat prospek kemajuan Madrasah, dengan indikasi jumlah murid makin bertambah, dan semangat pengabdian Guru yang semakin tinggi, maka pada tahun 1998/1999 pengurus madrasah menetapkan Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran (MTs-MU) sebagai unit unggulan dari 7 (tujuh) unit sekolah yang dibina,. Artinya Pengurus

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Madrasah memberikan porsi perhatian yang lebih besar terhadap unit Madrasah Tsanawiyah (MTs) Mazra'atul Ulum Paciran.

Untuk mendukung program Pengurus tersebut, maka tenaga Guru yang akan ditempatkan di unit MTs. Mazra'atul Ulum Paciran diangkat secara selektif, siswa dikelompokkan dengan pola differensiasi, dan sarana prasarana madrasah lebih disempurkan. Pada tahun pelajaran 1998/1999 telah dibangun 4 (empat) ruang tambahan sebaga lokal belajar, sehingga secara keseluruhan pada tahun pelajaran 1998/1999 tersebut MTs. Mazra'atul Ulum Paciran memiliki 9 (sembilan) ruang belajar, 1 (satu ruang kepala, 1 (satu) ruang guru, 1 (satu) ruang perpustakaan, 1 (satu) ruang laboratorium IPA/IPS, dan 1 (satu) ruang laboratorium komputer.

Siklus 5 (lima) tahunan yang kedua Akreditasi MTs. Mazra'atul Ulum Paciran jatuh pada tahun pelajaran 1999/2000. Momentum akreditasi ulang ini dijadikan pemacu untuk lebih mengembangkan Madrasah. Sejak awal tahun sudah dicanangkan Madrasah harus dapat menggapai status DISAMAKAN, dan alhamdulillah, usaha yang dilakukan oleh seluruh civitas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran tidak sia-sia. Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Ptropinsi Jawa Timur Nomor: Wm.06.03/PP.03.2/0876/SKP/2000, tanggal 20 Maret 2000, Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran dengan NSM: 212.35.24.22.075 secara legal dinyatakan Madrasah dengan Status disamakan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Kepak sayap harus terus senantiasa, karena: Di dunia ini tidak ada tempat untuk berhenti, sikap lamban berarti mati. Siapa yang bergerak, dialah yang terdepan. Yang menunggu sejenak sekalipun pasti tergilas. Terinspirasi oleh kalimat bijak diatas, mendorong segenap civitas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran untuk bergerak cepat, beradaptasi dan berpacu dengan perubahan paradigm pendidikan, berorientasi ke masa depan, serta menjalin kerja sama yang harmonis dengan segenap masyarakat dan stakeholder. Dengan segala kesiapan yang ada, siklus akreditasi 5 tahun ketiga, yang jatuh pada tahun pelajaran 2004/2005 dijadikan target untuk meraih status yang lebih tinggi lagi. Puji syukur pada Tuhan, melalui Surat Keputusan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Timur, Nomor: A/Kw.13.4/MTs/405/2005, tertanggal 29 April 2005, MTs. Mazra'atul Ulum Paciran disyah sebagai madrasah dengan status TERAKREDITASI "A" (Unggul).

Melalui perjuangan yang tak mengenal lelah, pengabdian dan dedikasi yang tinggi dari para civitasnya untuk melejitkan MTs. Mazra'atul Ulum Paciran ini agar bisa terus berkarya dan berprestasi, akhirnya berdampak pada animo masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya ke madrasah yang berlokasi di jalan Raya Nomor 214 Paciran ini. Meski persaingan untuk merebut siswa baru dari tahun ke tahun semakin sengit, dan di dalam Desa Paaciran sendiri terdapat 6 (enam) sekolah setingkat SLTP, namun berkat prestasi yang ditorehkan oleh para siswa

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dan civitasnya, mulai tingkat regional sampai ke tingkat nasional, memasuki tahun pelajaran 2010/2011 jumlah siswa MTs. Mazra'atul Ulum Paciran (sebuah madrasah yang hanya berjarak 100 m dari SMP Negeri 1 Paciran), justru mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dari 9 (Sembilan) rombongan belajar pada tahun 2005, kini telah berkembang menjadi 12 (dua belas) rombongan belajar dengan jumlah siswa mencapai 400 orang.

Setelah di ekspose oleh beberapa surat kabar dan mas media, pengakuan akan eksistensi MTs. Mazra'atul Ulum Paciran pun terus bermunculan. Sehingga tak mengherankan, jika pada akhirnya oleh Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan, MTs. Mazra'atul Ulum Paciran diproyeksikan sebagai satu-satunya madrasah tsanawiyah swasta yang harus mampu maraih jatah status RMBI dalam pelaksanaan akreditasi oleh BAP tahun 2010 ini. Gayung bersambut, amanat dari Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lamongan tersebut diterima dengan penuh antusias oleh segenap civitas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran. Tak ada usaha yang sia-sia jika kita mau melakukannya, berkat ridlo dari Allah SWT dan kerja keras dari seluruh komponen madrasah yang ada, puji syukur pada Tuhan, melalui Surat Keputusan Ketua Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah (BAP-S/M) Jawa Timur, Nomor: 073/BAP-SM/TU/X/2010, tertanggal 30 Oktober 2010, MTs. Mazra'atul Ulum Paciran disyahkan sebagai madrasah tsanawiyah dengan status

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

TERAKREDITASI "A" yang memperoleh nilai **96 (Sembilan puluh enam)**.

3. Visi, Misi, dan Tujuan

a. Visi

Mewujudkan madrasah yang berkualitas, religious, professional, dan berakhlakul karimah.

Berdasarkan visi diatas, penekanan indikator ketercapaian visi yang terjadi saat ini yaitu dengan lulusan MTs. Mazra'atul Ulum yang berkualitas dari segi materi ataupun non materi, mempunyai jiwa yang mendalami agama, dan dalam kehidupan sehari-hari harus menerapkan jiwa yang professional terhadap apapun yang di lakukannya,mserta taat dalam menjalankan ibadah dan mampu berkomunikasi dengan masyarakat dengan akhlak yang sopan santun.

b. Misi

1) Memberikan kontribusi dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa
2) Melakukan usaha sesuai dengan kaidah imtaq dan iptek
3) Memperhatikan kepentingan stake holder
4) Menjaga dan meningkatkan kualitas lulusan
5) Memuaskan masyarakat

Bila dilihat dati paparan misi diatas, maka misi tersebut sangat terlihat bahwa MTs. Mazra'atul Ulum menyelenggarakan pendidikan yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

berorientasi pada mutu lulusan yang bai secara akademik maupun non akademik, sehingga madrasah mampu menyiapkan dan mengembangkan sumber daya insani yang unggu dari madrasah yang lain.

c. Tujuan

1) Menjadikan MTs. Mazra'atul Ulum sebagai madrasah terbaik, sebuah madrasah tanpa kegagalan
2) Terbentuknya masyarakat akademik yang handal dan professional
3) Kualitas lulusan yang dapat diandalkan dan dipertanggung-jawabkan
4) Terciptanya siswa yang cerdas, terampil, kreatif, mandiri, dan berbudi pekerti luhur.

Berdasarkan tujuan yang dijabarkan kedalam empat poin diatas, sangat terlihat bahwa orientasi kualitasguru dan peserta didik sangta terlihat. Dalam peningkatan madrasah kualitas peserta didik juga sangat berepengaruh. Pemasaran disini sangta berperan untuk menggapai tujuan dari MTs. Mazra'atul Ulum.

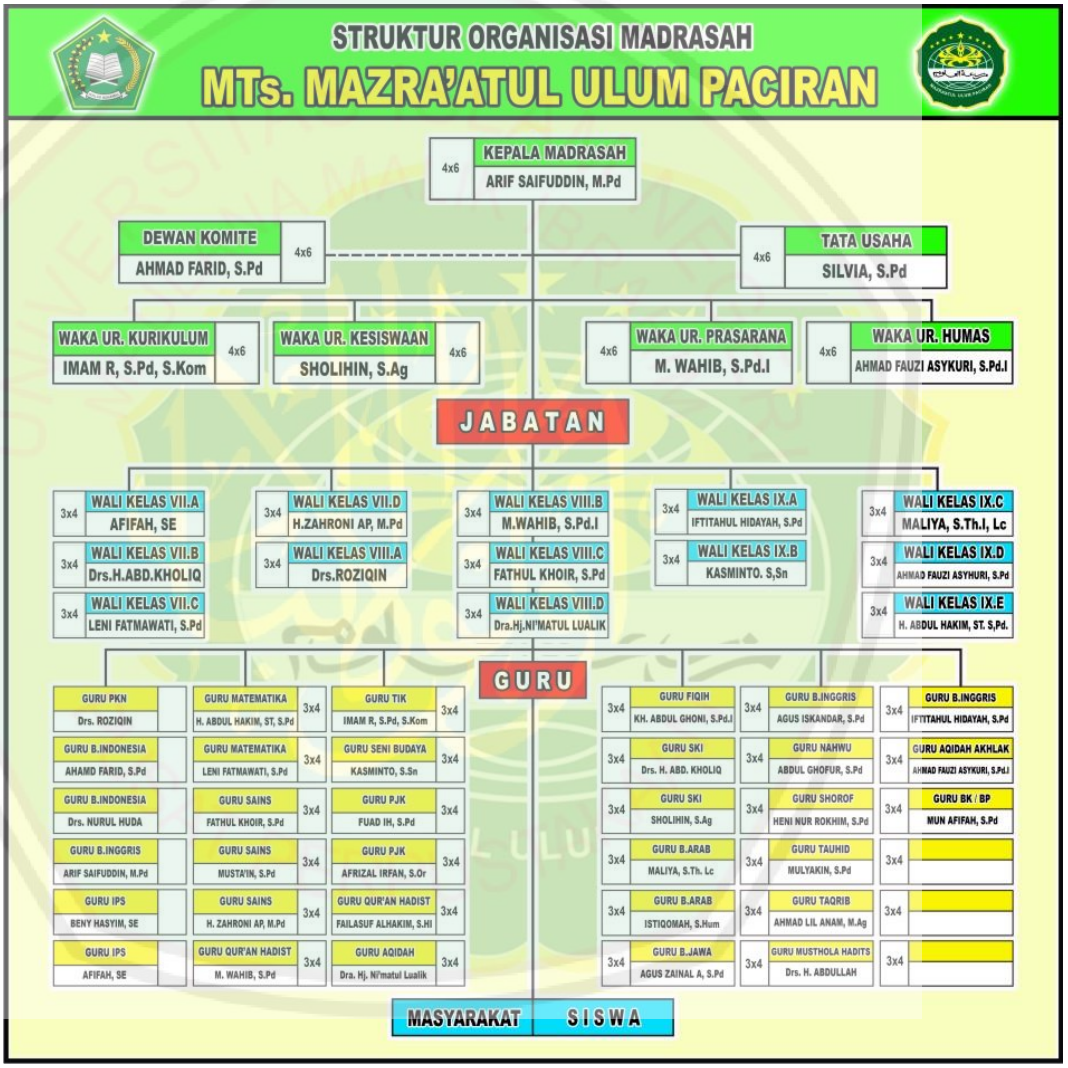
4. Struktur Organisasi

Suatu organisasi dalam lembaga madrasah pasti tidak terlepas dari yang namanya struktur organisasi. Fungsi struktur organisasi ini untuk menjelaskan posisi seseorang, tugas pokoknya dan fungsi dari setiap komponen yang ada dalam suatu organisasi dengan menggunakan symbol garis. Oleh karena itu, pembaca lebih mudah mengetahui siapa yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menjadi pemimpin dan lainnya din dalam lembaga tersebut. Adapun struktur organisasi MTs. Mazra'atul Ulum. Sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI MTs. MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN



Gambar. 4.1 Struktur Organisasi MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan gambar di atas maka dapat di lihat bahwasanya devisi ini, diisi oleh beberapa orang yang pada akhirnya disebut sebagai TIM. Seiring perjalanan itu tentunya ada beberapa proses yang harus dilalui seperti adanya prioritas pengembangan peserta didik, peningkatan peserta didik. Dari sini semua dewan guru dan pimpinan madrasah selalu berkontribusi pada pemasaran yang dilakukan guna mendapatkan peserta didik yang sebanyak-banyaknya.

5. Jumlah Siswa Dan Rombongan Belajar

Tabel 4.1 Jumlah Siswa dan Rombongan Belajar

No.	Program	Rombongan belajar				Jumlah Siswa							
		Kelas				Kelas VII		Kelas VIII		Kelas IX		JUMLAH	
		VII	VIII	IX	JML	L	P	L	P	L	P	L	P
1	Umum	5	4	4	13	67	70	58	74	63	68	188	212
Jumlah		**5**	**4**	**4**	**13**	**67**	**70**	**58**	**74**	**63**	**68**	**188**	**212**

Kelas	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Jumlah
VII	137	-	-	-	-	137
VIII	132	-	-	-	-	132
IX	131	-	-	-	-	131
Jumlah	**400**	**-**	**-**	**-**	**-**	**400**

Berdasarkan tabel jumlah siswa dan rombongan belajar diatas, dapat di lihat bahwa MTs. Mazra'atul Ulum sangat memikirkan bagaimana agar

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

peserta didik setiap tahunnya meningkat sesuai dengan pemasaran yang dilakukan.[56]

B. Paparan Data

Sebelum peneliti melaksanakan penelitian, peneliti melaksanakan observasi di lokasi penelitian yaitu MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Peneliti melaksanakan penelitian di Lembaga Pendidikan Islam dalam naungan Kementerian Agama.

Selanjutnya, penelitian ini dilaksankaan selama kurang lebih 3 bulan mulai November 2019 sampai bulan Januari 2020. Penelitian ini dilakukan di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Begitupun juga dengan fokus yang lain penelitian ini dilakukan diluar kantor, waktu kurang lebih 3 bulan ini mencakup pencarian *actor* atau pelaku yang berkompeten dalam kaitannya dengan strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan.

Data ini diperoleh melalui wawancara mulai awal hingga akhir oleh peneliti meskipun terkadang dalam pengumpulan data ini peneliti lebih banyak bertanya kepada dosen pembimbing ataupun teman sejawat. Pelaksanaan penelitian ini memang banyak menemui terkait kendala-kendala yang misalnya waktu dari *actor* untuk diwawancarai. Karena

[56] Observasi, Pada Tanggal 4 Januari 2020

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

penelitian ini berkaitan dengan kepala sekolah yang biasanya super sibuk yang mengetahui tentang penelitian ini, sehingga penelitian ini lebih banyak berhubungan dengan *actor* tersebut.

Adapun informan yang dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Tabel 4.2 Identitas Informan

No.	Nama Informan	Jenis Kelamin (L/P)	Pekerjaan	Pendidikan
1.	Arif Saifuddin, M.Pd.	L	Kepala MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan	S2
2.	Ahmad Fauzi Asykuri, S.Pd.I.	L	Guru sekaligus Waka Humas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamonga	S2
3.	Zakiyah	P	Orang Tua Siswa	Madrasah Aliyah

Dengan demikian peneliti mendapat 3 informan yang akan dijadikan actor penelitian. Actor atau pelaku penelitian diharapkan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kedepannya mampu membantu memberikan pernyataan sesuai dengan topik peneltiian guna mendapatkan data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.

1. **Perencanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan**

   Perencanaan merupakan langkah pertama yang dilaksanakan dalam mencapai tujuan. Terutama dalam bidang manajemen pemasaran. Di dalam manajemen pemasaran perencanaan dibuat agar program-program kerja dalam manajemen pemasaran dapat terlaksana dengan baik. Adanya perencanaan yang telah disusun dengan baik menjadi dasar ketika program yang akan dicapai terdapat banyak masalah yang akan dihadapi. Maka dari itu perlunya perencanaan yang baik agar dapat meminimalisir kegagalan yang akan dihadapi.

   Manajemen Pemasaran menjadi salah satu lingkup penting didalam manajemen sekolah untuk mendapatkan peserta didik dengan jumlah yang banyak maka perlu adanya sebuah strategi pemasaran. MTs. Mazra'atul Ulum yang terletak di Desa Paciran, Kabupaten Lamongan, memiliki perencanaan strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh lembaganya guna meningkatkan jumlah peserta didik setiap tahunnya. Hal ini seperti dengan yang diungkapkan oleh Bapak Arif Saifuddin selaku kepala madsrasah MTs. Mazra'atul Ulum bahwa:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

> saya sebagai kepala madrasah MTS. Mazra'atul Ulum harus jeli untuk melihat peluang pasar khususnya untuk mendapatkan peserta didik. hal yang pertama saya lakukan adalah membuat perangkat pemasaran seperti merencanakan membentuk tim pelaksanaan PPDB, waktu, dan tempat, target yang dituju, dan media untuk mempromosikan MTs. Mazra'atul Ulum.[57]

Dalam perencanaan strategi pemasaran pendidikan MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, maka disusun panitia PPDB yang terdiri dari wali kelas, dan PKM atau pimpinan MTs. Mazra'atul Ulum seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras, kemudian kepala sekolah membentuk perangkat pemasaran, akan tetapi yang dilakukan pertama kali adalah sosialisasi brosur setelah itu dilakukan pembagian waktu dan tempat promosi.

Dalam mempromosikan madrasah MTs. Mazra'atul Ulum yang pertama dilakukan adalah menentukan waktu dan tempat, kapan dan dimana proses promosi dilakukan, apakah hanya di daerah sekolah saja atau di luar daerah sekolah tersebut. Hal ini diperjelas oleh Bapak Fauzi selaku guru di MTs. Mazra'atul Ulum, mengatakan bahwa:

> rencana waktu dan tempat promosi kami lakukan agar kami paham bentuk layanan pendidikan seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Desa Paciran, ternyata setelah melakukan rapat bersama kepala sekolah kami menemukan fakta bahwa promosi harus dilakukan diluar Desa Paciran juga untuk urutannya seperti ini, jadi untuk arah timur sampai Gresik arah barat sampai Tuban arah selatan sampai Parengan Blimbing dan arah utara mencakup daerah Pantura.[58]

[57] Wawancara dengan Bapak Arif, Kepala Sekolah MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, tanggal 30 November 2019.
[58] Wawancara dengan Bapak Fauzi, Guru MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, 2 Desember 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pada dasarnya setiap sekolah mempunyai target tersendiri dalam mempromosikan sekolahnya kepada masyarakat. Seperti kata Bapak Arif selaku kepala sekolah MTs. Mazra'atul Ulum, mengatakan bahwa:

> target yang kami tuju adalah anak usia remaja lulusan dari berbagai SD/MI swasta maupun negeri yang tidak ada kriteria khusus untuk bisa masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum.[59]

Target yang di tuju ini semua jenjang MTs. harus orang-orang yang mampu, mampu dalam arti mereka mampu dalam hal biaya, tapi hal ini target yang dituju adalah peserta didik mulai umur 12 tahun yang tidak memandang dari golongan atas maupun menengah, karena golongan bawah pun bisa bersekolah di MTs. Mazra'atul Ulum. Selain target, waktu, dan tempat yang direncanakan Dalam menentukan tim pelaksana strategi pemasaran MTs. Mazra'atul Ulum penyusunan perencanaan dilakukan oleh kepala sekolah, guru, karyawan, pembina ekstra kurikuler, dalam arti semua pendidik harus mengikutsertakan dalam proses mempromosikan suatu sekolah, karena berhasil dan tidaknya sebuah promosi itu terdapat pada tim pelaksana. Tim pelaksana harus menggunakan media dalam mempromosikan sekolahnya.

Penggunaan media dalam hal untuk mempromosikan suatu sekolah kita harus melihat target dari MTs. tersebut untuk menunjang proses keberhasilan dalam sebuah promosi. Tanpa adanya sebuah promosi maka sekolah tersebut tidak akan dikenal di masyarakat. Banyak wali murid atau

[59] Wawancara dengan Bapak Arif, *Op.Cit.*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

orang tua yang menyekolahkan anaknya di MTs. Mazra'atul Ulum karena mengetahui dari pamflet atau brosur yang ditempel dijalan. Hal ini dipertegas oleh Ibu Zakiyah selaku orang tua murid, mengatakan bahwa:

> saya mengetahui MTs. Mazra'atul Ulum, setelah saya melihat brosur yang ditempel di tembok rumah warga pinggir jalan yang sering saya lewati bersama anak saya.[60]

Hal serupa juga dipertegas oleh Bapak Arif selaku kepala madrasah MTs. Mazra'atul Ulum, mengatakan bahwa:

> kami sebagai kepala madrasah melakukan strategi pemasaran melalui pembuatan brosur dan banner atau baliho yang kami tempel di tempat-tempat yang sering dikunjungi banyak orang seperti di jalan depan pasar paciran .[61]

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang paling esensial dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. Karena tanpa adanya perencanaan maka pelaksanaan tidak akan berjalan dengan lancar, seperti halnya manusia yang masuk dalam kedalam hutan tanpa menggunakan peta dan kompas. Dapat dipastikan dia tidak akan dapat keluar dengan selamat dari hutan, begitu pula seperti halnya pelaksanaan tanpa perencanaan, dia akan berjalan tanpa tahu arah yang harus dilewati dalam rangka mencapai tujuan karena dalam perencanaan terdapat proses seleksi dan pertimbangan untuk kemudian yang terbaik yang akan dimasukkan dalam program untuk kemudian dilaksanakan.

[60] Wawancara dengan Ibu Zakiyah,Orang Tua Peserta Didik, tanggal 9 Desember 2019.
[61] Wawancara dengan Bapak Arif, Kepala Sekolah MTs. Mazra'atul Ulum, tanggal 30 November 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

MTs. Mazra'atul Ulum ini merencanakan untuk biaya infaq atau SPP dibuat untuk semua kalangan dapat masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum ini, MTs. Mazra'atul Ulum ini tidak dikhususkan yang masuk hanya kalangan atas, kalangan menengah ke bawahpun bisa menyekolahkan anaknya ke MTs. Mazra'atul Ulum tersebut karena biaya SPP nya cukup terjangkau. Hal ini diperjelas wali murid juga melalui wawancara yang dilakukan peneliti, mengatan bahwa:

> biaya SPP di MTs. Mazra'atul Ulum perbulannya cukup murah dan tidak adanya perbedaan antara yang golongan atas dan golongan bawah jadi siapapun bisa menyekolahkan anaknya disini mbak. [62]

Oleh karena itu, Suatu lembaga pendidikan harus memperhatikan golongan menengah kebawah karena mereka bentuk tempat yang untuk meningkatkan kemampuan peserta didik. MTs. Mazra'atul Ulum ini juga dirancang untuk memudahkan pelanggan supaya wali murid mudah untuk mendaftarkan anaknya disini dan memudahkan peserta didik untuk sampai ke depan pintu gerbang dan mampu memberi kenyamanan dalam proses belajar mengajar serta dapat di jangkau oleh kendaraan umum.

Dalam rangka menciptakan dan mencari pelanggan atau konsumen, MTs. Mazra'atul Ulum ini merencanakan alat yang digunakan untuk mempromosikan MTs. Mazra'atul Ulum tersebut yaitu: dengan menggunakan brosur, lewat wali murid, teman, dari mulut ke mulut,

[62] Wawancara dengan Ibu Zakiyah, Orang Tua Peserta Didik MTs. Mazra'atul Ulum, tanggal 9 Desember 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

spanduk dan pamflet. karena dengan strategi pemasaran seperti itu sekolah tersebut di harapkan dapat dikenal dengan banyak orang, tidak hanya sekitar Desa Paciran saja tapi luar Desa Paciran. Hal ini senada diungkapkan oleh Bapak Fauzi selaku guru MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, mengatakan bahwa:

> salah satu cara pemasaran yang dilakukan MTs. Mazra'atul Ulum adalah menggunakkan pembuatan brosur mbak. Brosur berisi tentang jadwal pembelajaran, serta fasilitas yang kami miliki, memang pembuatan brosur masih sangat kurang hal ini dikarenakan dengan minimnya dana yang kami miliki. [63]

Berdasarkan hasil wawancara diatas, Promosi dalam suatu lembaga itu sangat penting karena untuk mempromosikan lembaga kepada masyarakat agar masyarakat mau menjadi konsumen tetap. Selain promosi penting digunakan dalam startegti pemasaran, kualitas pendidik juga harus diperhatikan. Untuk tenaga pendidik disini di harapkan sudah memenuhi kriteria seorang pendidik, diharapkan mampu memberikan contoh yang baik kepada peserta didik dan tenaga pendidik yang kurang profesional di ikut sertakan dalam LPG (lembaga pendidikan guru) serta mampu mengajarkan program-program unggulan yang dimiliki oleh MTs. Mazra'atul Ulum tersebut. sebagai pendidik diharapkan bisa menjaga sikap dan berinteraksi baik dengan masyarakat sekitar.

Dalam hal fisik , MTs. Mazra'atul Ulum akan memberikan yang terbaik kepada peserta didik dan sebagai wujudnya lagi pada tahun 2016

[63] Wawancara dengan Bapak Fauzi, Guru MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, tanggal 2 Desember 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

rencananya akan di tambahnya lokal kelas dan tempatnya tidak jauh dari gedung yang pertama yang nantinya akan digunakan untuk penambahan kuota jumlah peserta didik tahun ajaran baru 2020\2021 yang akan masuk di MTs. Mazra'atul Ulum.

Dari perencanaan-perencanaan yang dibuat oleh kepala skolah dan pihak guru. Diharapkan semua yang telah di ajarkan dan diprogramkan dari sekolah ini bisa dilaksanakan dengan baik, dan MTs. Mazra'atul Ulum ini bisa membentuk sebuah karakter, dan membentuk kepribadian peserta didik sebagai ciri khas dari sekolah tersebut yang mendalami keagamaan.

Menyusun perangkat strategi pemasaran pendidikan islam yang harus dirumuskan oleh tim pelaksana MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, Lamongan. Maksud dari susunan perangkat strategi pemasaran pendidikan tersebut ialah untuk dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan agar tidak terjadi penyimpangan dari koridor pendidikan yang berdasarkan pada visi, dan misi MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, Lamongan.

2. Implementasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan

Di dalam prinsip manajemen proses pelaksanaan ini dilakukan setelah perencanaan itu dibuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Bapak Arif, selaku kepala sekolah MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, mengatakan bahwa:

> pelaksanaan merupakan wujud dan realisasi perencanaan program yang telah dicanangkan dalam skala prioritas sasaran mutu yang hendak dicapai.[64]

Dalam hal ini dijelaskan bahwa pemasaran adalah pokok utama dari sebuah lembaga sekolah untuk mempromosikan sekolah tersebut dan untuk mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan, hal ini di tegaskan oleh Bapak Fauzi selaku guru MTs. Mazra'atul Ulum, beliau mengatakan bahwa:

> jadi pemasaran adalah hal utama dalam penerimaan peserta didik terutama media-media yang akan digunakan bukan hanya direncanakan saja akan tetapi harus dilaksanakan, dalam mempromosikan diri lembaga kepada masyarakat, MTs. Mazra'atul Ulum ini menggunakan beberapa media penunjang antara lain: brosur, pamflet, banner, baliho, lewat wali murid, lewat teman dan yang paling unggul adalah masyarakat itu sendiri. Promosi ini digunakan agar wali murid dapat mengetahui MTs. Mazra'atul Ulum tersebut.[65]

Pelaksanaan di sini dijalankan sesuai dengan apa yang di rencanakan oleh sekolah yang pertama yaitu mengenai tim PPDB, waktu dam tempat, serta target yang dituju. Setiap saat dan setiap hari sekolah itu bisa mempromosikan sekolah akan tetapi waktu yang tepat yaitu pada waktu ajaran baru atau sebelum penerimaan peserta didik baru itu berlangsung sekitar bulan april sampai dengan waktu yang di tentukan

[64] Wawancara dengan Bapak Arif, Kepala Sekolah MTs. Mazra'atuL Ulum, tanggal 30 November 2019
[65] Wawancara dengan Bapak Fauzi, Guru MTs. Mazra'atul Ulum, tanggal 2 Desember 2019

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

oleh sekolah. Yang dilakukan tim PPDB MTs. Mazra'artul Ulum adalah bekerja sama dengan jenjang Madrasah Ibtidaiyah terdekat unruk melakukan sosialisasi brosur dengan mengumpulkan wali murid kelas VI untuk mensosialisasikan brosur dan masalah PPDB, selain itu MTs. Mazra'atul Ulum ini mengutamakan daerah sekeliling lokasi tersebut karena mereka lebih tahu apa kelebihan dan kekurangan sekolah ini, yang kedua yaitu target yang di tuju, MTs. Mazra'atul Ulum ini tidak menargetkan siapa yang boleh atau tidak boleh menjadi pelanggan di MTs. Mazra'atul Ulum, MTs. Mazra'atul Ulum ini menyiapkan untuk semua golongan bisa masuk tidak memandang mana yang kaya dan mana yang miskin, dan yang ketiga yaitu tim pelaksana dalam memasarkan sekolah, semua yang ada dalam MTS. Mazra'atul Ulum tersebut berkewajiban untuk dapat mempromosikan sekolahnya agar masyarakat mengetahui dan mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut. Cara yang pertama kali dilakukan dalam pemasaran adalah *scanning*. Yaitu menganalisis kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat pada umumnya.

Dalam mempromosikan MTs. Mazra'atul Ulum sekolah ini juga menujukan program-program unggulan yang dimiliki MTs. Mazra'atul Ulum seperti:

a. Budaya baris atau apel pagi

Sebelum peserta didik tersebut masuk kedalam kelas dan sebelum pembelajaran itu dimulai, peserta didik disuruh baris di lapangan untuk

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pemanasan sebelum proses pembelajaran dimulai.[66] Seperti halnya yang dibicarakan oleh bapak Fauzi selakun guru di MTs. Mazra'atul Ulum:

> yang *pertama* peserta didik di suruh berbaris dengan rapi di pandu dengan guru piket, *kedua* peserta didik disuruh mendengarkan pengumuman-pengumuman yang diumumkan oleh guru piket yang sudah ditentukan oleh guru piket, *ketiga* setiap hari senin peserta didik melaksanakan upacara bendera, *ke empat* peserta didik berdoa sebelum belajar, dan yang *kelima* atau yang terakhir setelah memasuki ruangan kelas peserta didik melakukan ngaji juz 30 bersama dengan surat yang bergantian.[67]

Cara atau proses tersebut agar masyarakat, terutama orang tua murid mengetahui bagaimana cara pembelajaran yang disampaikan, sekolah ini juga dapat memberikan citra baik kepada masyarakat dan juga ini merupakan bentuk promosi yang diberikan dari sekolah, dan dapat melihatkan keunggulan sekolah tersebut kepada masyarakat di banding dengan sekolah lain.

b. Ekstrakulikuler

Untuk ekstrakulikulernya di MTs. Mazra'atul Ulum ini memiliki 10 ekstrakulikuler yaitu:

1) Pramuka
2) Senam sore setiap hari selasa
3) Bimbingan olimpiade
4) Olah raga bola volly
5) Olah raga bola basket

[66] Observasi, Pada Tanggal 7 Januari 2020
[67] Wawancara dengan Bapak Fauzi, *Op. Cit*.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

6) Olah raga futsal
7) Keagamaan seperti muhadhoroh, tahlil dan dziba'iyah
8) Bela Diri
9) Hadrah al-banjari.
10) Ngaji kitab kuning

Dengan bentuk-bentuk program seperti di atas di harapkan akan banyak yang tertarik untuk bersekolah di MTs. Mazra'atul Ulum, disela ketertarikan itu pihak MTs. Mazra'atul Ulum Paciran ini sambil menyampaikan bahwa MTs. Mazra'atul Ulum bukan semata mata melakukan promosi lembaga, tetapi juga sangat memperhatikan pelayanan untuk kehidupan beragama dan sosial yang harus saling membantu bekerja sama demi terciptanya kerukunan dan kemajuan MTs. Mazra'atul Ulum.

Pelaksanaan yang dicapai dalam strategi pemasaran sekolah adalah sebagai berikut:

Lulusan dari MTs. Mazra'atul Ulum ini para peserta didik sudah sesuai dengan apa yang di harapkan pendidik, misalnya seperti yang dikatakan oleh bapak Arif selaku kepala sekolah MTs. Mazra'atul Ulum, mengatakan bahwa:

> peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum ini dapat menghafal surat-surat pendek antara lain: surat yaasin untuk kelas VII, surat al-mulk dan bacaan wirid setelah shalat untuk kelas VIII, surat al-waqiah dan do'a-do'a shalat sunnah untuk kelas IX".[68]

[68] Wawancara dengan Bapak Arif, Kepala Sekolah MTs. Mazra'atul Ulum, tanggal 30 November 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Output dari MTs. Mazra'atul Ulum ini sebagian besar dapat diterima di sekolah-sekolah unggulan selanjutnya. Berbicara tentang biaya, jadi biaya yang ada di MTs. Mazra'atul Ulum ini cukup murah dibandingkan dengan Madrasah Tsanawiyah swasta lain yang ada dan program pembelajarannya pun hampir sama dengan pembelajaran yang ada disini, setiap wali murid harus mengeluarkan uang sekitar Rp 65.000 setiap bulannya untuk biaya SPP untuk tahun ajaran 2019/2020, dan untuk biaya SPP-nya setiap tahunnya itu berbeda kenaikan dalam setiap tahunnya itu sebesar Rp 5.000 kenaikan yang sangat sedikit jumlahnya, biaya kenaikan tersebut digunakan untuk penambahan tunjangan oleh pendidik yang ada, jadi semua golongan bisa masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum tersebut tanpa adanya perbedaan antara golongan atas dan golongan bawah.

Bagi wali murid biaya tersebut di bilang murah sebanding dengan apa yang telah diberikan MTs. Mazra'atul Ulum dalam poses pembelajaran. Dengan biaya yang cukup murah maka peserta didik pun selalu bertambah. MTs. Mazra'atul Ulum merupakan madrasah yang strategis karena terletak di pinggir jalan raya yang berada di pinggir rumah-rumah warga yang dekat dengan toko peralatan sekolah dan mudah dijangkau oleh peserta didik yang jalan kaki maupun yang membawa kendaraan motor.[69]

[69] Hasil Observasi Penelitian di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, tanggal 13 Desember 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dalam melakukan promosi sekolah, MTs. Mazra'atul Ulum Paciran menggunakan media promosi yaitu menggunakan media brosur yang disebarkan di jalan-jalan bertujuan agar masyarakat mengenal dan mau menjadi konsumen di MTs. Mazra'atul Ulum tersebut. Agar terlihat di jalan raya maka tim PPDB MTs. Mazra'atul Ulum memasang spanduk dam banner di tiang pinggir jalan, spanduk ini juga di pasang didepan gerbang MTs. Mazra'atul Ulum yang berisikan tentang program yang akan di capai untuk meningkatkan dalam pembelajaran. Untuk mempermudah warga yang berada di kampung dengan keadaan padat rumah tim PPDB MTs. Mazra'atul Ulum juga menempel pamflet di tembok rumah warga yang sudah di izini ini bertujuan agar masyarakat yang liwat selalu mengetahui apa yang akan di capai seperti halnya dulu kakaknya sudah MTs. di sini dan outputnya sangat memuaskan, maka wali murid tersebut menjadi konsumen tetap di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran. Terkadang juga dari cerita teman dari mulut ke mulut biasanya ada tetangganya yang menyekolahkan anaknya ke MTs. tersebut dan pelayanan yang ada di MTs. Mazra'atul Ulum sangat baik dan memuaskan pelanggan.

Promosi seperti itu memberikan dampak positif bagi sekolah karena banyak yang mendaftarkan anaknya ke MTs. tersebut. Setiap tahunnya peserta didik yang mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut semakin bertambah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.3 Jumlah Siswa 3 tahun terakhir

No	Tahun Pelajaran	Jumlah siswa
1	2017/2018	131
2	2018/2019	132
3	2019/2020	137

Peneliti juga mewawancarai dengan masyarakat sekitar. Ada yang menyampaikan bahwa beliau menyekolahkan anaknya di MTs. Mazra'atul Ulum adalah cerita dari tetangganya, menurut beliau (cerita tetangganya) beliau menceritakan bahwa sekolah MTs. Mazra'atul Ulum ini mempunyai mutu yang bagus di tambah lagi dengan materi keagamaan yang diberikan setiap hari sehingga apa yang diterima anak anda nanti akan seimbang antara pendidikan umum dan pendidikan agama.

Adapula dari saudaranya, beliau pernah menyekolahkan anaknya beliau juga menceritakan pengalaman yang diperolehnya, MTS. Mazra'atul Ulum ini tergolong baik, lulusan dari sini dapat di terima di jenjuang SMA\SMA dan SMK yang ternama dan selalu mendapat peringkat 10 besar.

Hal ini di pertegas oleh Ibu Zakiyah selaku wali murid siswa MTs. Mazra'atul Ulum:

> saya menyekolahkan anak saya di MTs. Mazra' karena saya tau dari saudara saya yang anaknya dulu bersekolah disini

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mbak, bayar SPP nya murah dan banyak mata pelajaran agamanya.[70]

Untuk tenaga pendidik yang ada di MTs. Mazra'atul Ulum ini semuanya sudah sarjana atau S1, semua guru yang ada disini sudah sesuai dengan pengalaman mengajar. Maka dari itu promosi dilakukan tim PPDB dengan membagi beberapa guru untuk datang ke sekolah mensosialisasikan brosur yang berisi kegiatan dan program yang akan dicapai MTs. Mazra'atul Ulum dengan cara mendatangi sekolah-sekolah MI/SD dengan membuat perjanjian terlebih dahulu kepada pihak sekolah untuk mensosialisasikan brosur MTs. Mazra'atul Ulum.

Mengenai kepuasan wali murid dan peserta didik MTs. Mazra'atul Ulum menyediakan sarana dan prasarana sebagai berikut:

a. Keliling tanah seluruhnya : 3720 m
b. Sudah dipagar permanent : 3720 m
c. Status Tanah dan Kegunaan:

Tabel 4.4 sarana dan prasarana MTs. Mazra'atul Ulum Paciran

Status Kepemilikan	Luas Tanah Seluruhnya	Penggunaan				
		Bangunan	Halaman	Lap. OR	Kebun	Lain-lain
Milik Yayasan	3720 M^2	3720 M^2	928 M^2	112 M^2	162 M^2	2420

No.	Jenis Lapangan	Luas	Keadaan

[70] Wawancara dengan Ibu Zakiyah, Orang Tua Siswa MTs. Mazra'atul Ulum, Tanggal 9 Desember 2019.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

			Permanen	Semi Permanen	Darurat
1	Lapangan Upacara	112 m^2	112 m^2		
2	Lapagan Voly	81 m^2	81 m^2		
3	Lapangan Bulu Tangkis	m^2	-		
4	Lapangan Tenis	-	Inklud ke point 2		
5	Lapangan Basket	m^2	Inklud ke point 2		
6	Lapangan Footsal	m^2	Inklud ke point 2		
7	Bak Lompat	m^2			
Jumlah		**193 M^2**	**193 ^{2}**		

Komputer	Printer	Mesin			Brankas	Filling Cabinet	Lemari	Meja	Kursi
		Ketik	Stensil	Ft. Copy					
4	5	1	-	-	-	2	5	6	8

Bola				Peralatan						
Sepak	Voly	Basket	Takraw	Meja Tenis	Lembing	Stop Watch	Peluru	Cakram	Raket	Matras
5	12	4	3	2	2	2	4	2	2	-

Tabel 4.5 fasilitas MTs. Mazra'atul Ulum Paciran

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

No.	Jenis Ruang	Milik						Bukan Milik	
		Baik		Rusak Ringan		Rusak Berat		Jml	Luas (m^2)
		Jml	Luas (m^2)	Jml	Luas (m^2)	Jml	Luas (m^2)		
1	Ruang Teori / Kelas	9	448	4	168	-	56	-	-
2	Laboratorium IPA (SMP/MTs)	1	64	-	-	-	-	-	-
3	Laboratorium Fisika	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Laboratorium Biologi	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Laboratorium Kimia	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Laboratorium Bahasa	1	81	-	-	-	-	-	-
7	Laboratorium Komputer	1	81	-	-	-	-	-	-
8	Gedung Pertemua / Multimedia	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Ruang Perpustakaan	1	64	-	-	-	-	-	-
10	Ruang Ketrampilan	-	-	-	-	1	30	-	-
11	Ruang Kepala Sel./Madrasah	1	18	-	-	-	-	-	-
12	Ruang Guru	1	81	-	-	-	-	-	-
13	Ruang TU	1	9	-	-	-	-	-	-
14	Ruang BP / BK	1	12	-	-	-	-	-	-
15	Ruang Tamu	1	9	-	-	-	-	-	-
16	Ruang OSIS	1	16	-	-	-	-	-	-
17	Kamar Mandi / WC Guru / Kary	2	10	-	-	-	-	-	-
18	Kamar Mandi / WC Siswa	2	15	-	-	2	15	-	-

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

19	Ruang Serba Guna	-	-	-	-	-	-	-	-
20	Ruang UKS	-	-	1	16	-	-	-	-
21	Ruang Praktik Kerja	-	-	-	-	-	-	-	-
22	Bengkel	-	-	-	-	-	-	-	-
23	Ruang Musik	-	-	-	-	-	-	-	-
24	Ruang Diesel	-	-	-	-	-	-	-	-
25	Ruang Pameran	-	-	-	-	-	-	-	-
26	Ruang Gambar	-	-	-	-	-	-	-	-
27	Ruang Koperasi / Toko	1	42	-	-	-	-	-	-
28	Gudang	1	64	-	-	-	-	-	-
29	Musholla	1	121	-	-	-	-	-	-
30	Rumah Dinas Kepala Sek./Mad	-	-	-	-	-	-	-	-
31	Rumah dinas Guru	-	-	-	-	-	-	-	-
32	Rumah Dinas Penjaga	-	-	-	-	-	-	-	-
33	Sanggar MGMP	-	-	-	-	-	-	-	-
34	Sanggar PKG	-	-	-	-	-	-	-	-
35	Sanggar Pramuka	-	-	-	-	-	-	-	-
36	Asrama Murid	-	-	-	-	-	-	-	-
37	Tempat Parkir Sepeda	-	-	1	48	-	-	-	-
38	Pos Keamanan	-	-	1	4	-	-	-	-
39	Kantin	-	-	1	18	-	-	-	-
40	Unit Produksi	-	-	-	-	-	-	-	-

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Menurut wali murid fasilitas-fasilitas yang ada sudah memenuhi kebutuhan peserta didik dalam rangka proses belajar mengajar dan dalam rangka memenuhi apa yang di inginkan oleh para peserta didik dalam belajar. Karena fasilitas dalam suatu sekolah sangat penting dalam kenyamanan peserta didik. Semua yang di rencanakan oleh kepala sekolah telah dilaksanakan oleh tim PPDB dengan baik, manfaat yang bisa dipetik adalah ketika sekolah itu tampil dengan ciri khasnya yang menonjol maka diharapkan dapat menarik minat para *stakeholder* untuk menjadi konsumen tetap di sekolah tersebut, sehingga masa depan sekolah akan cerah dan mengalami perkembangan.

3. Evaluasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan

Setelah melalui berbagai tahap dalam manajemen, yakni perencanaan, pelaksanaan tahap selanjutnya yaitu melakukan evaluasi, evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui sampai di mana pelaksanaan rencana kerja yang telah dirumuskan sebelumnya, jika ditemukan kekurangan atau hambatan dapat segera di lakukan perbaikan-perbaikan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui hasil pencapaian.

Oleh karena itu, evaluasi yang dilakukan oleh pengelolaan strategi pemasaran pendidikan MTs. Mazra'atul Ulum Paciran tidak hanya dilakukan di akhir periode saja, melainkan juga dalam prosesnya, perbulan, tengah semester, dan juga akhir semester dan akhir tahun,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

membahas tentang program-program mana yang perlu diperbaiki dan mana yang perlu di hapus. Dan jika ada suatu kendala maka akan dipecahkan dan di cari solusinya bersama demi menjaga kualitas pelayanan pendidik. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan program tentang persiapan program kegiatan terdekat yang akan dilaksanakan berikutnya agar lebih matang dalam pelaksanaannya.

Dalam kaitannya dengan evaluasi, maka berbagai upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan pendidikan agar dapat bersaing dalam persaingan mutu lulusan dalam meningkatkan mutu pendidikan diantaranya:

1. Meningkat mutu pendidik
2. Meningkatkan kinerja guru
3. Meningkatkan kualitas peserta didik.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan paparan deskripsi data diatas, maka diproleh temuan penelitian sebagai berikut:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Perencanaan yang ada pada strategi pemasaran ini dilakukan sebelum kegiatan penerimaan peserta didik berlangsung, untuk itu perencanaan strategi pemasaran mellaui beberapa tahap yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1) Pembentukan tim PPDB yang terdiri dari wali kelas dan pimpinan madrasah seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras
2) Menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan
3) Menentukan alat atau media promosi dalam kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan
4) Menentukan biaya SPP per bulan yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Implementasi dari perencanaan strategi pemasaran diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Panitia atau tim PDDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya yaitu SK PPDB
2) Melaksanakan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan april, yang ditempatkan di empat sudut arah yakni arah utara hanya kawasan Pantura, arah selatan sampai Desa Parengan kecamatan Paciran, arah timur sampai desa gresik perbatasan kecamatan Paciran, arah barat sampai perbatasan Kabupaten Lamongan dan kabupaten

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tuban yakni desa Tuban. Kemudian target yang dituju yakni anak yang mulai berusia 12 tahun.

3) Penyebaran alat atau media promosi melalui brosur, banner, pamflet, wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp.

4) Biaya SPP untuk perbulan ditetapkan dengan nominal yang tengah-tengah agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang keberatan.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Evaluasi strategi pemasaran menggunakan model perbaikan dan perkembangan program-program yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan madrasah. Yang mana diharapkan tim khusus atau panitia PPDB harus berkoordinasi terlebih dahulu terkait program yang akan dilaksanakan.

Tabel 4.6 Hasil Penelitian Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

No.	Perencanaan	Implementasi	Evaluasi
1	Pembentukan tim PPDB yang terdiri dari wali kelas dan pimpinan madrasah seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras	Panitia atau tim PDDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya yaitu SK PPDB	Diharapkan untuk tim PPDB melakukan koordinasi terlebih dahulu kepada lembaga yang berrsangkutan yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2	Menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan	Melaksanakan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan april, yang ditempatkan di empat sudut arah yakni arah utara hanya kawasan pantura, arah selatan sampai desa parengan kecamatan paciran, arah timur sampai desa gresik perbatasan kecamatan paciran, arah barat sampai perbatasan kabupaten lamongan dan kabupaten tuban yakni desa tuban. Kemudian target yang dituju yakni anak yang mulai berusia 12 tahun.	akan dijadikan objek sosialisasi brosur dan mampu melakukan perbaikan terhadap program-program yang kurang maksimal dan pengembangan terharp program-program yang sudah dijalankan.
3	Menentukan alat atau media promosi dalam kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan	Penyebaran alat atau media promosi melalui brosur, banner, pamflet, wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp.	
4	Menentukan biaya SPP per bulan yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke MTs. Mazra'atul Ulum.	Biaya SPP untuk perbulan ditetapkan dengan nominal yang tengah-tengah agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang keberatan	

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB V

PEMBAHASAN

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, menetapkan harga, promosi serta menyalurkan gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Strategi Pemasaran adalah hal utama dalam sebuah promosi. Sebagaimana yang telah tertera dalam bab 1 bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui "strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan". Menelaah dari hasil wawancara mendalam dan hasil observasi yang peneliti peroleh dari informan yang bersangkutan mengenai strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik yang dilengkapi dengan dokumentasi pendukung hasil temuan peneliti. Adapun hasil temuan peneliti yang telah dipaparkan secara deskriptif tentang strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik meliputi: a) perencanaan strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik, b) implementasi strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik, c) evaluasi strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik.

Sesuai dengan hasil temuan peneliti terkait strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik, kemudian peneliti melakukan analisis hasil temuannya dengan dasar kajian-kajian teori dan fakta-fakta yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

terdapat dilapangan, baik dari hasil wawancara, observasi, hingga dokumentasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Dengan memadukan tiga teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dan dokumentasi), adapun fokus pembahasan dalam hal ini meliputi tiga bahasan, yaitu:

A. Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Dari hasil temuan penelitian yang ditemukan dilapangan, bahwa pada perencanaan strategi pemasaran dilaksanakan sudah berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan. Yaitu mencakup dari perencanaannya hingga implementasinya untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Dengan adanya perencanaan yang telah ditetapkan diawal, sehingga dapat meminimalisir kegagalan atau problem-problem yang ditemui saat pelaksanaannya. Dalam hal ini strategi pemasaran yang dilakukan telah menetapkan beberapa perangkat pemasaran yang aka dilakukan setiap tahunnya.

Temuan yang pertama pada perencanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya meliputi empat perencanaan, yaitu: a) Pembentukan tim PPDB, b) penentuan perangkat pemasaran, c) penentuan alat atau media promosi dalam strategi pemasaran, d) penentuan biaya SPP perbulan.

Perencanaan kegiatan penerimaan peserta didik baru sudah berjalan dengan baik. Hal ini terbukti sesuai dengan tahapan-tahapan perencanaan yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

disusun dengan acuan program kerja tahunan dari kepala madrasah, yaitu meliputi keberhasilan, langkah-langkah mencapai keberhasilan, penanggung jawab serta sumber dana yang diperoleh. Secara keseluruhan program pada penerimaan peserta didik baru ini tidak lepas dari kerjasama dan koordinasi dari pihak yang bersangkutan, dan dewan guru serta kepala madrasah.

Bapak Fauzi mengatakan kepala madrasah dalam penerimaan peserta didik baru bertanggung jawab melakukan beberapa kegiatan seperti: perencanaan daya tampung calon peserta didik.[71] Biasanya menjelang setiap awal tahun pelajaran dimana disitu merupakan waktu persiapan untuk pelaksanaan strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik. Semua dewan guru membantu dalam proses strategi pemasaran agar dapat berjalan dengan efektif

MTs. Mazra'atul Ulum ini merupakan madrasah tsanawiyah yang di pandang berkualitas dan memiliki citra yang baik oleh masyarakat setempat, hal sekecil apapun yang ada di madrasah tsanawiyah tersebut selalu di sorot oleh masyarakat dan wali murid yang ada, maka MTs. Mazra'atul Ulum ini memiliki strategi perencanaan yang baik.

Menurut Mulyono Manajemen merupakan sebuah proses yang khas,[72] yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, penggiatan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan

[71] Wawancara Bapak Fauzi. OP.Cit
[72] Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2008), Cet.I, hlm. 16

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui manfaat sumber daya manusia dan sumber-sumber lain.

Hal ini berarti manajemen perencanaan yang disajikan di MTs. Mazra'atul Ulum sudah sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Mulyono yang mana menyatakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan yaitu merencanakan segala sesuatu yang akan dilakukan oleh masing-masing divisi pendidikan dan dalam lingkungan masing-masing untuk kemudian diorganisasikan sesuai dengan bidang dan kemampuan masing-masing untuk dilaksanakan sesuai dengan perencanaan setelah itu kita evaluasi untuk mencapai sasaran. dan inilah yang dinamakan sebagai manajemen strategik yang mana manajemen strategik dapat diartikan seperangkat keputusan dan tindakan yang menjadi arah jangka panjang jalannya pendidikan, termasuk pelaksanaannya, evaluasi dan pengawasan.[73] Sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh j. David dan Thomas L. Wheeleen dalam bukunya *pemasaran strategik jasa pendidik.*

Dalam *marketing* dikenal dengan sebutan STP pemasaran yaitu:

1. *Segmentation*

   Yaitu tindakan konsumen tentang kebutuhan serta keinginan baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Segmentasi di gunakan untuk mengidentifikasi penetapan sasaran dari suatu perusahaan

[73] Buchari Alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2005), Cet.2, hlm. 150

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang dapat dijalankan pada empat tingkat yaitu segmen, celah atau niche, wilayah lokal, dan individual.

Pertama *segmen*, menyadari bahwa pembeli berbeda-beda dalam keinginan, daya beli, lokasi geografis, perilaku pembelian.[74] Jadi proses segmen dalam pemasaran situasi dan kondisi calon konsumen adalah menjadi sorotan utama, dalam hal ini MTs. Mazra'atul Ulum memiliki program pemasaran yang menyesuaikan dengan keadaan masyarakat setempat. Untuk semua golongan bisa membaca brosur-brosur yang disebarkan di jalan-jalan dan bisa membaca pamflet-pamflet, dan bisa juga lewat teman, dan omongan dari orang-orang.

Dalam tahap awal yang dilakukan oleh sekolah adalah survey, menganalisis dan merekap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat, sehingga sekolah dapat menyajikan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan . Tahap selanjutnya yaitu mengontrol secara berkala yang mana pembentukan program untuk selanjutnya, dalam artian, sekolah selalu *update* dengan perubahan sosial yang muncul serta apa yang dibutuhkan oleh masyarakat guna untuk memenuhi perkembangan zaman.

Kedua, yaitu segmentasi celah dimana dalam segmentasi ini bertugas untuk mengidentifikasi kelompok pasar dengan ciri yang

[74] Philip Kotler, *Marketing Management Alih Bahasa Hendra Teguh dkk*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm. 222

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

berbeda.[75] MTs. Mazra'atul Ulum dalam mengelompokkan konsumen berdasarkan latar belakang masing-masing bertujuan mengidentifikasi segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Ketiga yaitu segmentasi yang mengarah pada keadaan wilayah dan lokal yaitu mengevaluasi atau meneliti keadaan wilayah, MTs. Mazra'atul Ulum menyajikan lokal yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Yang berada di pinggir jalan raya sehingga semua masyarakat mudah menjangkau dan mempermudah peserta didik jika membawa kendaraan

2. *Targeting*

Targeting yaitu, pentargetan secara positif dalam menentukan daerah mana yang akan menjadi pelanggan MTs. Mazra'atul Ulum, pelanggan tetap yang ada di MTs. Mazra'atul Ulum ini merupakan daerah yang dibagi 4 sudut daerah, yaitu daerah barat, timur, utara, dan selatan yang masing-masing daerah sudah ada penanggung jawab dari tim PPDB yang sudah ditetapkan. Untuk daerah timur yakni sampai dengan desa Gresik kemudian daerah barat sampai dengan perbatasan Paciran Tuban, daerah Selatan yakni sampai daerah Parengan dan daerah Utara yakni kawasan Pantura.

3. *Positioning*

Yaitu, tentang bagaimana menetapkan posisi untuk memperoleh keunggulan bersaing antar lembaga pendidikan yang ada di Kecamatan

[75] *Ibid,.*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Paciran, MTs. Mazra'atul Ulum ini sudah memiliki ciri khas tersendiri di banding dengan sekolah-sekolah lain seperti ekstrakulikuler yang berbasis pesantren dan budaya baris atau apel setiap pagi, hal ini sudah diakui oleh masyarakat dan dikenal masyarakat melalui ekstrakurikuler yang ada di MTs. Mazra'atul Ulum .

Berdasarkan penjelasan diatas, intinya dalam sebuah perencanaan yang terpenting adalah *scanning* atau identifikasi keadaan dan kebutuhan masyarakat sekitar agar masyarakat mendapat kepuasan yang diinginkan, ada sebuah teori yang menyebutkan bahwa perencanaan adalah "kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan".[76] Maka dari itu suatu kegiatan yang dinilai baik pasti di awali dengan perencanaan yang matang, dan apabila perencanaan itu matang maka hasil yang di dapat juga baik dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

B. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Implementasi dari strategi manajemen pemasaran banyak berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan peserta didik. Dalam rangka mempertahankan eksistensi keberadaan madrasah di mata publik, prioritas utama dalam pembentukan dan pelestarian adalah menampilkan suasana lembaga yang bersih, rapi, disiplin, dan menyenangkan.

[76] Husaini Usman, *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: PT BMU Aksara, 2008), hlm. 49

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Diharapkan tampilan yang diciptakan dapat mengundang minat publik untuk menjalin kerjasama dan menjadi konsumen sekolah, dalam hal ini pelaksanaan adalah media yang ditampilkan untuk masyarakat dalam rangka mempromosikan lembaga untuk meningkatkan penerimaan peserta didik.

Temuan penelitian pada implementasi strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yang telah di paparkan pada bab sebelumnya meliputi empat hal, yaitu: a) Panitia atau tim PDDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya yaitu SK PPDB, b) melaksanakan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan april, yang ditempatkan di empat sudut arah yakni arah utara hanya kawasan pantura, arah selatan sampai desa parengan kecamatan paciran, arah timur sampai desa gresik perbatasan kecamatan paciran, arah barat sampai perbatasan kabupaten lamongan dan kabupaten tuban yakni desa tuban. Kemudian target yang dituju yakni anak yang mulai berusia 12 tahun, c) penyebaran alat atau media promosi melalui brosur, banner, pamflet, wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp, d) biaya SPP untuk perbulan ditetapkan dengan nominal yang tengah-tengah agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang keberatan.

Menurut Phillip Kotler dalam bukunya dasar-dasar manajemen, dikuatkan oleh pendapat Buchari Alma dalam bukunya manajemen pemasaran dan pemasaran jasa serta tim dosen UPI manajemen

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pendidikan, menyebutkan bahwa dalam proses pemasaran itu terdapat sebuah cara atau trik yang disebut dengan *marketing mix*, yang sering dikenal dengan 7P sebagai berikut :

1. *Product,* yaitu segala sesuatu yang akan ditawarkan kepada konsumen atau *costumer* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yaitu yang pertama jasa pendidikan itu sendiri, kedua ciri khas yang dimiliki oleh sekolah tersebut.[77]

   Dalam hal ini lembaga pendidikan harus memberikan beberapa tawaran kepada masyarakat dalam bidang pendidikan, khususnya dalam bidang agama dan umum serta bahasa dengan ciri khas sekolah tersebut. Agar nantinya jika masyarakat sudah memilih lembaga pendidiksan tersebut maka masyarakat akan mendapatkan apa yang di inginkan.

2. *Price, yaitu,* elemen yang sejajar dengan mutu *product,* dimana apabila mutu produk baik maka para masyarakat akan berani membayar lebih tinggi untuk biaya pendidikan anaknya sepanjang dirasa dalam batas jangkauan pelanggan pendidikan yang smaa-sama menguntungkan.

   Dalam hal pembiayaan di MTs. Mazra'atul Ulum ini dikenal sebagai sekolah yang "murah" karena dilihat dari cara pendidik dalam pembelajaranya yang masih menggunakan metode pada umumnya yakni metode ceramah, kelompok, maupun penugasan. Di madrasah

[77] Yoyo Bahtiar dan Eka Prihati, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 343

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ini tidak hanya di dominasi oleh masyarakat yang ekonominya tinggi maupun yang ekonominya rendah, karena dengan nominal yang sudah ditentukan semua kalangan bisa masuk dan menyekolahkan anaknya di MTs. Mazra'arul Ulum.

3. *Place*, yaitu letak lokasi sekolah yang memiliki peranan yang penting, dimana dikatakan bahwa letak atau lokasi yang mudah dicapai kendaraan umum keadaan ini sangat berperan sebagai hal pertimbangan untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. [78]

   Kebanyakan yang bersekolah disini merupakan masyarakat setempat. Akan tetapi dari desa lain bahkan kecamatan lainpun banyak yang bersekolah di madrasah ini, karena jika siswa tersebut jaraknya terlalu jauh dari rumah ke madrasah maka bisa memilih tempat tinggal di sekitar madrasah tersebut banyak yang menyediakan pondok pesantren yang jaraknya juga tidak terlalu jauh dari madarasah dan bisa di jangkau peserta didik dengan berjalan kai.

4. *Promotion*, yaitu bentuk aktivitas pemasaran yang berupa komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat guna mempengaruhi, membujuk, masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut.

   Dalam hal promosi selain menggunakan bentuk brosur dan pamflet yang sangat berpengaruh dalam peningkatan peserta didik yaitu

[78] Buchari Alma, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 383

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan cara dari mulut ke mulut, dan dari teman. Terdapat satu hal yang menjadi sebuah perihal yang menjadi perhatian masyarakat terhadap sekolah yaitu keramah tamahan dalam bertindak tanduk yang selalu ditampilkan oleh pendidik ketika wali murid berada di sekolah tersebut. Selain itu adanya komunikasi yang baik antara pendidik dan wali murid.

5. *People*, yaitu menyangkut tentang peranan pimpinan dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pimpinan dan akademik dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah peserta didik.[79] Dalam hal ini MTs. Mazra'atul Ulum memiliki pimpinan atau kepala madrasah yang disiplin akan segala tingkat peraturan yang telah ditetapkan dan disepakati bersama oleh sekolah , seorang pemimpin memberikan suri tauladan atau *uswatun hasanah* kepada bawahannya dalam rangka memberikan contoh yang harus dianut oleh semua anggota sekolah baik guru itu sendiri maupun peserta didik MTs. Mazra'atul Ulum . Jadi dalam hal pemasaran *people* MTs. Mazra'atul Ulum ini telah sukses memberikan pelayanan yang terbaik..
6. *Physical evidence*, yaitu sarana dan prasarana yang disediakan oleh lembaga untuk mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan tercapainya janji lembaga kepada masyarakat, untuk

[79] Yoyo Bahtiar dan Eka Prihati, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 349

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sarana dan prasarana yang dimiliki memberikan fasilitas Yang sudah memadai untuk siswa seperti: 1 set paket untuk menunjang pembelajaran, dan lapangan dan alat olahraga yang lain yang ada dalam proses memenuhi kebutuhan siswa.

7. *Process*, yaitu semua pendidikan dari seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dalam membentuk citra yang baik.[80] Proses ini digunakan untuk mengevaluasi dari perencanaan Dalam hal ini semua aktivitas yang ada dalam sekolah menjadi sorotan. dalam proses yaitu, bagaimana tindak tanduk yang dibawakan pendidik dalam aktivitas harian dan prestasi yang pernah diraih sekolah yang nantinya akan menimbulkan citra positif dimata masyarakat.

Dapat dikatakan dalam hal pemasaran, lembaga menyiasati persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat antara lembaga pendidikan satu dengan lembaga pendidikan yang lain dengan cara menunjukkan jati diri MTs. Mazra'atul Ulum seutuhnya, dengan menampilkan nilai-nilai agama yang diterapkan dan diciptakan di sekolah dalam kehidupan sehari-hari, kemudian dengan adanya ekstrakurikuler yang menunjang minat dan bakat peserta didik agar tersalurkan dengan baik melalui program yang dibuat oleh madrasah. Jadi

[80] Yoyo Bahtiar dan Eka Prihati, *Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 349

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dalam lembaga pendidikan manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan membeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.[81] Selain dengan manajemen pemasaran strategi yang diterapkan juga harus baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Seperti halnya dalam omset memperoleh peserta didik dan pembentukan *image* atau citra yang baik dimata masyarakat. Dalam hal ini lembaga pendidikan adalah sebagai produsen dan masyarakat adalah konsumen dari lembaga pendidikan.

C. Evaluasi Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Di dalam sebuah proses manajemen evaluasi merupakan lingkup penting yang harus ada, karena evaluasi merupakan proses akhir sebagai peenentuan bagaimana kerja dari perencanaan dan implementasi yang sudah dilaksanakan. Dalam hal ini untuk memeprbaiki strategi yang dibuat ke tahun-tahun berikutnya maka diperlukan evaluasi. Evaluasi merupakan pembuatan pertimbangan menurut suatu perangkat kriteria yang disepakati dan dapat di pertanggung jawabkan. Evaluasi ini dilakukan oleh kepala madrasah secara langsung kepada para bawahannya kepada para tim yang sudah beekrja baik secara langsung maupun tidak langsung agar para anggota organisasi yang

[81] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 130

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

diberi tugas sesuai tupoksi yang diberikan dan bertanggung jawab dalam berhubungan dengan publik dapat bekerja dengan baik dan benar demi terciptanya tujuan yang telah ditetapkan.

Program-program yang telah dibuat dan ditawarkan kepada masyarakat sudah dilakukan dengan baik dan tepat guna oleh tenaga pendidik, hal ini ditekankan dengan menunjukkan program-program unggulan dan mengutamakan mutu layanan pendidikan, dalam pemasaran pendidikan yang dilakukan di MTs. Mazra'atul Ulum kontrol ini dilakukan setiap saat oleh pimpinan madrasah, sehingga jika terjadi kekurangan keefektifan dalam pelaksanaan kegiatan maka dapat segera diluruskan karena jika pelaksanaan nanti tidak sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka hasil yang di dapat juga tidak efektif.

Peningkatan mutu pendidikan juga merupakan perhatian yang tidak kalah penting dalam memasarkan sebuah produk pendidikan, karena kualitas dari sekolah menjadi perhatian penting yang akan menjadi pertimbangan para konsumen untuk masuk kedalam madrasah tersebut, jika dikaitkan dengan unsur taktik atau strategi pemasaran MTs. Mazra'atul Ulum ini sudah melakukan strategi pemasaran yang baik, hal ini terlihat mulai dari kinerja tim PPDB yang berkualitas dan bekerja sesuai tupoksi dengan SK yang dibuat oleh kepala madrasah, menjalankan perangkat pemasaran dengan waktu yang tepat sehingga dapat dilaksanakan dengan efektif, tempat yang sudah disesuaikan sebelumnya agar mempermudah untuk sosialisasi brosur dan program-program

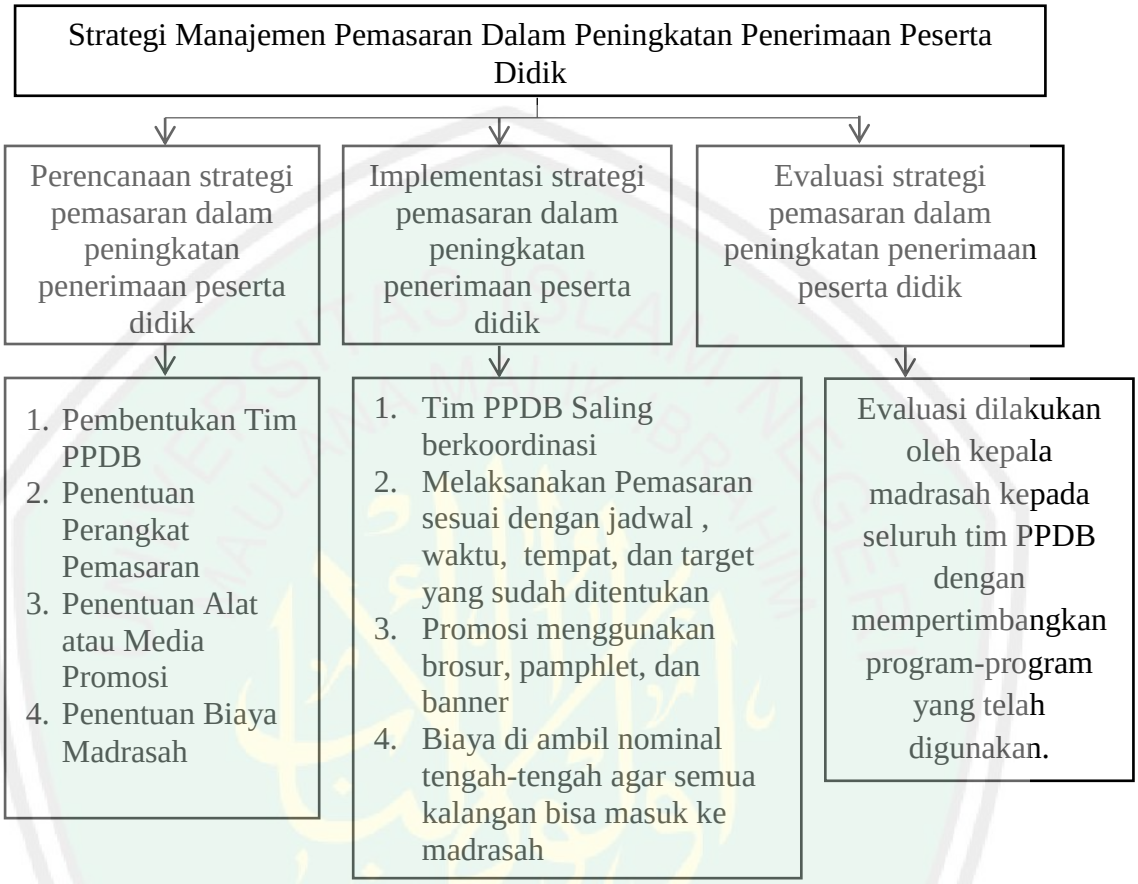
CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang dimiliki madrasah ke beberapa SD/MI yang sudat ditetapkan dan diminta perizinannya, kemudian target yang dituju yakni anak usia 12 tahun ke atas serta bagaimana yang di butuhkan masyarakat.

Berdasarkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik secara dengan kinerja yang di dapat madrasah ini mengalami peningkatan jumlah peserta didik setiap tahunnya dan program-program yang diterapkan membuat citra baik madrasah untuk dikenal masyarakat dan masyarakat juga mendapat kepuasan terhadap produk dari madrasah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

D. Kerangka Hasil Penelitian



Bagan 6.1 Kerangka Hasil Penelitian

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan penulis yang berjudul "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik" dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan suatu strategi pemasaran dilaksanakan oleh kepala madrasah, hal ini dikarenakan agar perencanaan strategi pemasaran yang dilaksanakan akan dapat tersusun lebih efektif. Dalam strategi pemasaran perencanaan yang dibuat yaitu: Pembentukan tim PPDB yang terdiri dari wali kelas dan pimpinan madrasah seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras, menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan, menentukan alat atau media promosi dalam kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan, dan menentukan biaya SPP per bulan yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke madrasah tersebut.
2. Implementasi strategi pemasaran adalah pokok utama dari sebuah lembaga sekolah untuk mempromosikan sekolah tersebut dan untuk mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan, di implementasi strategi pemasaran yang dilakukan yaitu: Panitia atau tim PDDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya dari SK PPDB, melaksanakan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan april, yang ditempatkan di empat sudut arah yakni arah utara hanya kawasan pantura, arah selatan sampai desa parengan kecamatan paciran, arah timur sampai desa gresik perbatasan kecamatan paciran, arah barat sampai perbatasan kabupaten lamongan dan kabupaten tuban yakni desa tuban. Kemudian target yang dituju yakni anak yang mulai berusia 12 tahun, penyebaran alat atau media promosi di madrasah ini dilakukan melalui brosur, banner, pamflet, wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp, untuk biaya SPP untuk perbulan ditetapkan dengan nominal yang tengah-tengah agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang keberatan.

3. Mengevaluasi seluruh rangkaian dari perencanaan sampai dengan implementasi, madrasah ini sudah melaksanakan semua dan kegiatan dengan baik. Dengan adanya perencanaan yang dibuat dan laksanakan dengan baik maka dampak atau efek yang muncul utnuk madrasah yaitu program-program mana yang harus tetap di pertahankan dan mana yang harus segera di perbaiki dan di hapus untuk penilaian bukan hanya peserta didiknya tapi juga pendidiknya. Jadi citra seorang pendidik itu juga mempengaruhi dalam meningkatkan jumlah peserta didik, semakin pendidik itu berkualitas maka semakin banyak peserta didik yang mendaftar di madrasah tersebut.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi suksesnya kegiatan strategi pemasaran di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan agar berjalan dengan lebih lancar dan memperoleh hasil yang maksimal, maka penulis memberikan saran, antara lain:

1. Kepada madrasah, penyelenggaraan dan pengelola pendidikan untuk selalu bekerja lebih giat dan lebih professional dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya utnuk melahirkan SDM yang berkualitas dengan selalu merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan dengan baik, serta meningkatkan dan memperdayakan seluruh sumber daya yang ada demi memperbaiki dan meningkatkan mutu pendidikan islam utnuk mencapai kepuasan pelanggan.
2. Kepada akademisi, diharapkan kepada akademisi yang akan melaksanakan penelitian mengenai strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik, dapat lebih mengembangkan kajian-kajian yang sudah ada mengenai kegiatan strategi pemasaran yang ada dan kegiatan peenrimaan peserta didik.
3. Kepada peneliti, diharapkan peneliti dapat memperhatikan proses yang telah terlaksana berupa perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari strategi manajemen pemasaran, sehingga peneliti dapat mengimplikasikannya ketika sudah berada di lingkungan sekolah kelak.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR PUSTAKA

Abu Ahmadi dan Joko Tri Prasetya, 2003. *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: Pustaka Setia).

Ali Imron, 2012. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*, (Jakarta: Bumi Aksara).

Andi Prastowo, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: AR-Ruzz Media).

Ara Hidayat dan Imam Machali, 2010. *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Bandung: Pustaka Educa).

Buchari Alma, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta).

Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta).

B.Suryobroto, 2014. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, (Yogyakarta: Rineka Cipta).

Buna'I, 2008. *Penelitian Kualitatif*, (Malang: Perdana Offset).

David Wijaya, 2012, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat).

Haris Herdiansyah, 2010. *Metode Penelitian Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika).

Jamal Ma'ruf Asmani, 2015, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, (Yogyakarta: Jakarta Press).

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002.

Kompri, 2014. *Manajemen Sekolah: Teoritik dan Praktik*, (Bandung: Alfabeta).

Lexy J. Moleong, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

Mahmud Mahfoedz, 2005. *Pengantar Pemasaran Moderen*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perubahan YNKP).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Marzuki, 2000. *Metode Risert*, (Yogyakarta: BPEF-UI).

Masitoh dan Laksmi Dewi, 2009. *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: DEPAG RI).

Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, 1992. *Qualitative Data Analysis*, terjemahan Jetjep Rohendi Rohidi, (Jakarta: UI Press).

Muhaimin dkk, 2009. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan dan Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana).

Mulyono, 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media).

Moleong, 2016, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

Nana Syaodih Sukmadinata, 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia dan PT. Remaja Rosdakarya).

Nasution, 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito).

Permendikbud Nomor 17 Tahun 2007, *tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)*, [online], Kamis, 26 September 2019, Pukul 10.01 WIB.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga t.t).

Rd. Soemanagara, 2006. *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategi dan Terapan*, (Bandung: Alfabeta).

Rochajat Harun, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Pelatihan*, (Bandung: Bandar Maju).

Sugiono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta).

Suharsimi Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta).

Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, 2009. *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Suryosubroto, 2004, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*, (Yogyakarta: Rineka Cipta).

Sofjan Assauri, 2004, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI, 2011. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta).

Wina Sanjaya, 2006. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Pernada Media).

Yayat, 2006. *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Indeks).

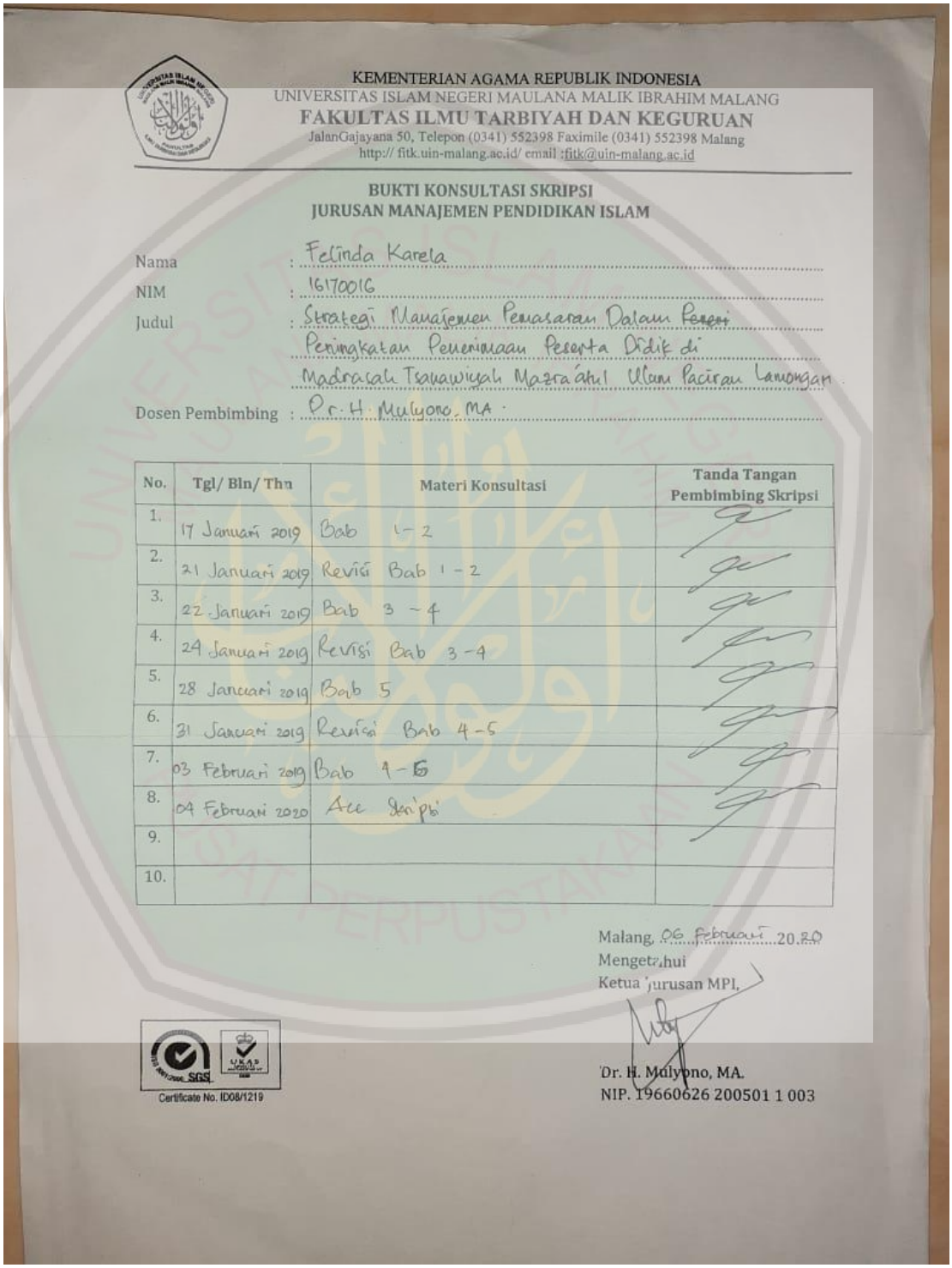
Yeti Heryati dan Mumuh Munsin, 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BUKTI KONSULTASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
http:// fitk.uin-malang.ac.id/ email :fitk@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Nama : Felinda Karela
NIM : 16170016
Judul : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan
Dosen Pembimbing : Dr. H. Mulyono, MA.

No.	Tgl/ Bln/ Thn	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing Skripsi
1.	17 Januari 2019	Bab 1-2	
2.	21 Januari 2019	Revisi Bab 1-2	
3.	22 Januari 2019	Bab 3-4	
4.	24 Januari 2019	Revisi Bab 3-4	
5.	28 Januari 2019	Bab 5	
6.	31 Januari 2019	Revisi Bab 4-5	
7.	03 Februari 2019	Bab 4-5	
8.	04 Februari 2020	Acc Skripsi	
9.			
10.			

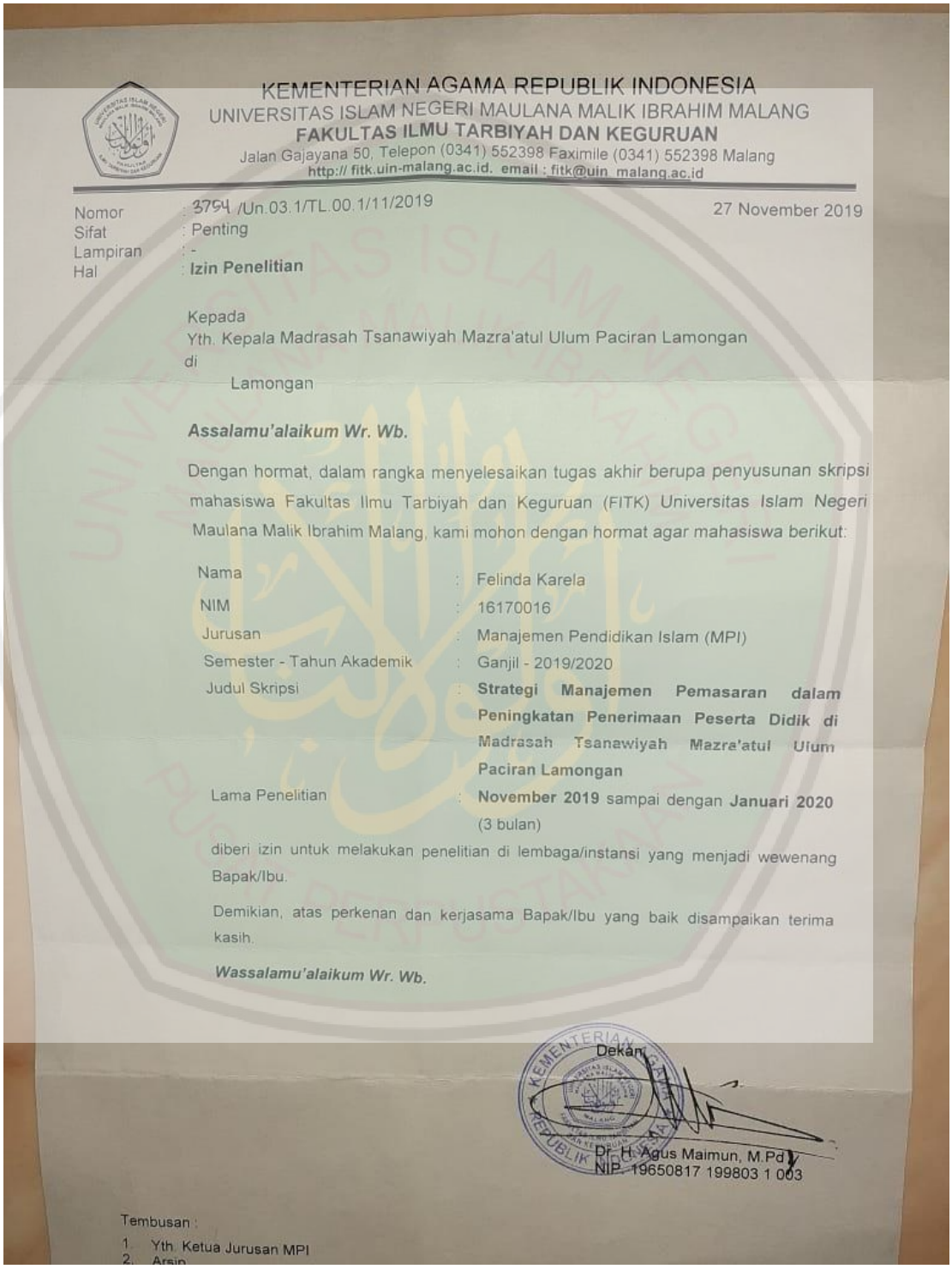
Malang, 06 Februari 2020
Mengetahui
Ketua Jurusan MPI,

Dr. H. Mulyono, MA.
NIP. 19660626 200501 1 003

Certificate No. ID08/1219

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
http:// fitk.uin-malang.ac.id. email : fitk@uin_malang.ac.id

Nomor : 3794 /Un.03.1/TL.00.1/11/2019 — 27 November 2019
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Kepala Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan
di
Lamongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama	:	Felinda Karela
NIM	:	16170016
Jurusan	:	Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Semester - Tahun Akademik	:	Ganjil - 2019/2020
Judul Skripsi	:	**Strategi Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan**
Lama Penelitian	:	**November 2019** sampai dengan **Januari 2020** (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 19650817 199803 1 003

Tembusan :
1. Yth. Ketua Jurusan MPI
2. Arsip

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU
MTs. MAZRA'ATUL ULUM
TERAKREDITASI "A"
BAN-S/M (SK. BAP-S/M JAWA TIMUR, NOMOR: 200/BAP-S/M/SK/X/2016)
NSM : 121235240096 NPSN : 20582845 NIS : 210830
ALAMAT : Jalan Raya No. 214 Paciran Lamongan Jawa Timur Indonesia Kode Pos 62264, Telp. 0322-663262, Fax : 0322-663262
Email : mtsmu@rocketmail.com Website : www.mts.mazraatululum.sch.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: MTs.06/067/C-1/II/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Kabupaten Lamongan Propinsi Jawa Timur menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa berikut ini :

Nama	: **FELINDA KARELA**
NIM	: 16170016
Prodi	: Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas	: Fakultas Imu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)
Universitas	: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah mengadakan Penelitian di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Kabupaten Lamongan pada tanggal 1 November 2019 s.d. 31 Januari 2020, dengan Judul "**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN**".

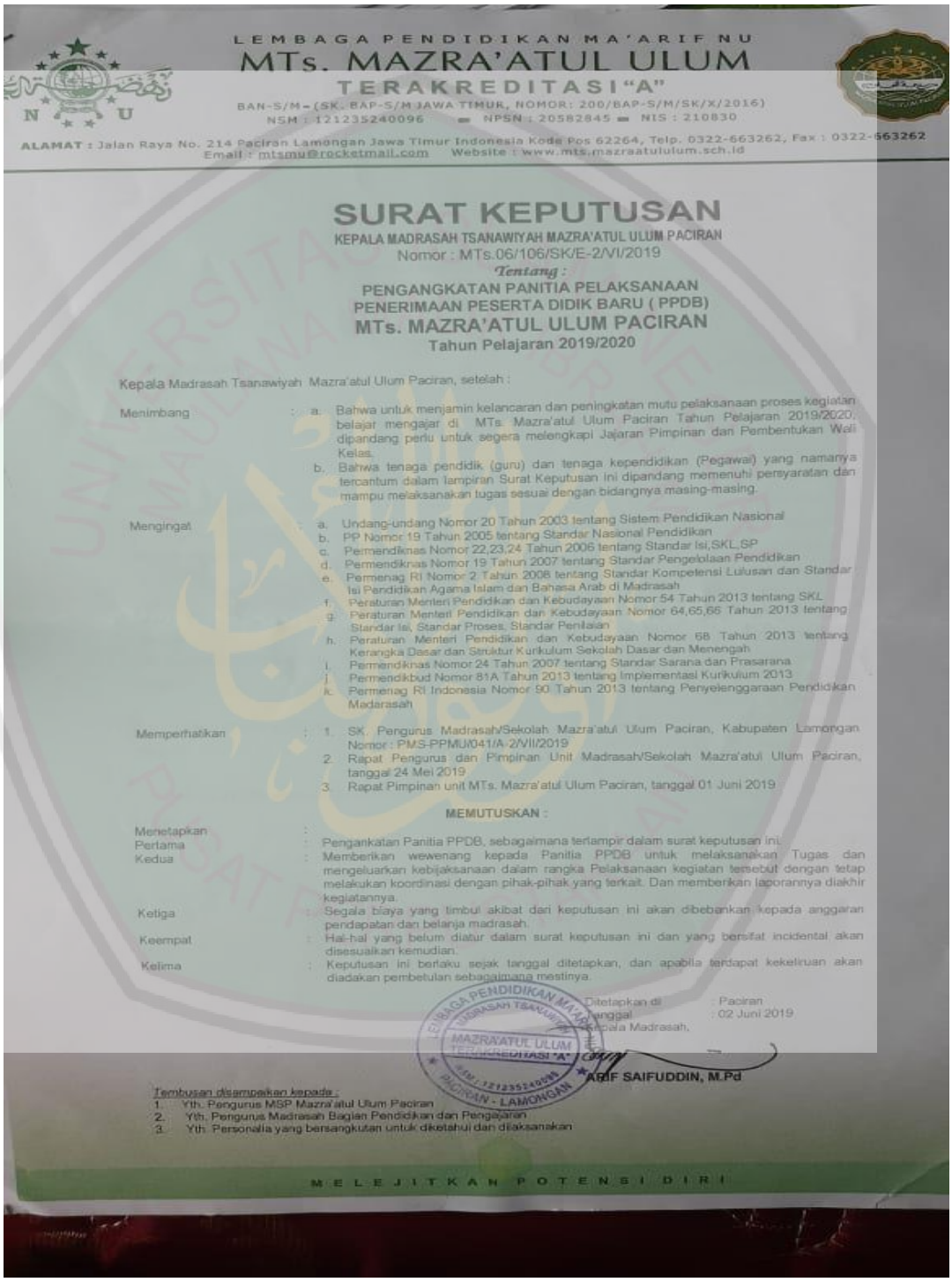
Demikian, Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Paciran, 4 Februari 2020
Kepala Madrasah,

ARIF SAIFUDDIN, M.Pd
NUPTK. 1359 7566 6120 0003

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SK PANITIA PPDB



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU
MTs. MAZRA'ATUL ULUM
TERAKREDITASI "A"
BAN-S/M-(SK. BAP-S/M JAWA TIMUR, NOMOR: 200/BAP-S/M/SK/X/2016)
NSM : 121235240096 ▬ NPSN : 20582845 ▬ NIS : 210830

ALAMAT : Jalan Raya No. 214 Paciran Lamongan Jawa Timur Indonesia Kode Pos 62264, Telp. 0322-663262, Fax : 0322-663262
Email : mtsmu@rocketmail.com Website : www.mts.mazraatululum.sch.id

SURAT KEPUTUSAN

KEPALA MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN
Nomor : MTs.06/106/SK/E-2/VI/2019
Tentang :
PENGANGKATAN PANITIA PELAKSANAAN
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)
MTs. MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN
Tahun Pelajaran 2019/2020

Kepala Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran, setelah :

Menimbang :
a. Bahwa untuk menjamin kelancaran dan peningkatan mutu pelaksanaan proses kegiatan belajar mengajar di MTs. Mazra'atul Ulum Paciran Tahun Pelajaran 2019/2020, dipandang perlu untuk segera melengkapi Jajaran Pimpinan dan Pembentukan Wali Kelas.
b. Bahwa tenaga pendidik (guru) dan tenaga kependidikan (Pegawai) yang namanya tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang memenuhi persyaratan dan mampu melaksanakan tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Mengingat :
a. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
b. PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
c. Permendiknas Nomor 22,23,24 Tahun 2006 tentang Standar Isi,SKL,SP
d. Permendiknas Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan
e. Permenag RI Nomor 2 Tahun 2008 tentang Standar Kompetensi Lulusan dan Standar Isi Pendidikan Agama Islam dan Bahasa Arab di Madrasah
f. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 54 Tahun 2013 tentang SKL
g. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 64,65,66 Tahun 2013 tentang Standar Isi, Standar Proses, Standar Penilaian
h. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 68 Tahun 2013 tentang Kerangka Dasar dan Struktur Kurikulum Sekolah Dasar dan Menengah
i. Permendiknas Nomor 24 Tahun 2007 tentang Standar Sarana dan Prasarana
j. Permendikbud Nomor 81A Tahun 2013 tentang Implementasi Kurikulum 2013
k. Permenag RI Indonesia Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madarasah

Memperhatikan :
1. SK. Pengurus Madrasah/Sekolah Mazra'atul Ulum Paciran, Kabupaten Lamongan Nomor : PMS-PPMU/041/A-2/VII/2019
2. Rapat Pengurus dan Pimpinan Unit Madrasah/Sekolah Mazra'atul Ulum Paciran, tanggal 24 Mei 2019
3. Rapat Pimpinan unit MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, tanggal 01 Juni 2019

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :
Pertama : Pengankatan Panitia PPDB, sebagaimana terlampir dalam surat keputusan ini.
Kedua : Memberikan wewenang kepada Panitia PPDB untuk melaksanakan Tugas dan mengeluarkan kebijaksanaan dalam rangka Pelaksanaan kegiatan tersebut dengan tetap melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait. Dan memberikan laporannya diakhir kegiatannya.
Ketiga : Segala biaya yang timbul akibat dari keputusan ini akan dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja madrasah.
Keempat : Hal-hal yang belum diatur dalam surat keputusan ini dan yang bersifat incidental akan disesuaikan kemudian.
Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dan apabila terdapat kekeliruan akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Paciran
Tanggal : 02 Juni 2019
Kepala Madrasah,

ARIF SAIFUDDIN, M.Pd

Tembusan disampaikan kepada :
1. Yth. Pengurus MSP Mazra'atul Ulum Paciran
2. Yth. Pengurus Madrasah Bagian Pendidikan dan Pengajaran
3. Yth. Personalia yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan

MELEJITKAN POTENSI DIRI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU
MTs. MAZRA'ATUL ULUM
TERAKREDITASI "A"
BAN-S/M= (SK. BAP-S/M JAWA TIMUR, NOMOR: 200/BAP-S/M/SK/X/2016)
NSM : 121235240096 = NPSN : 20582845 = NIS : 216830
ALAMAT : Jalan Raya No. 214 Paciran Lamongan Jawa Timur Indonesia Kode Pos 62264, Telp. 0322-663262, Fax : 0322-663262
Email : mtsmu@rocketmail.com Website : www.mts.mazraatululum.sch.id

Lampiran 1

Lampiran Surat Keputusan Kepala
MTs. Mazra'atul Ulum Paciran
Nomor : MTs.06/106/SK/E-2/VI/2019
Tanggal : 02 Juni 2019

PENGANGKATAN PANITIA PELAKSANAAN
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)
MTs. MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN
Tahun Pelajaran 2018/2019

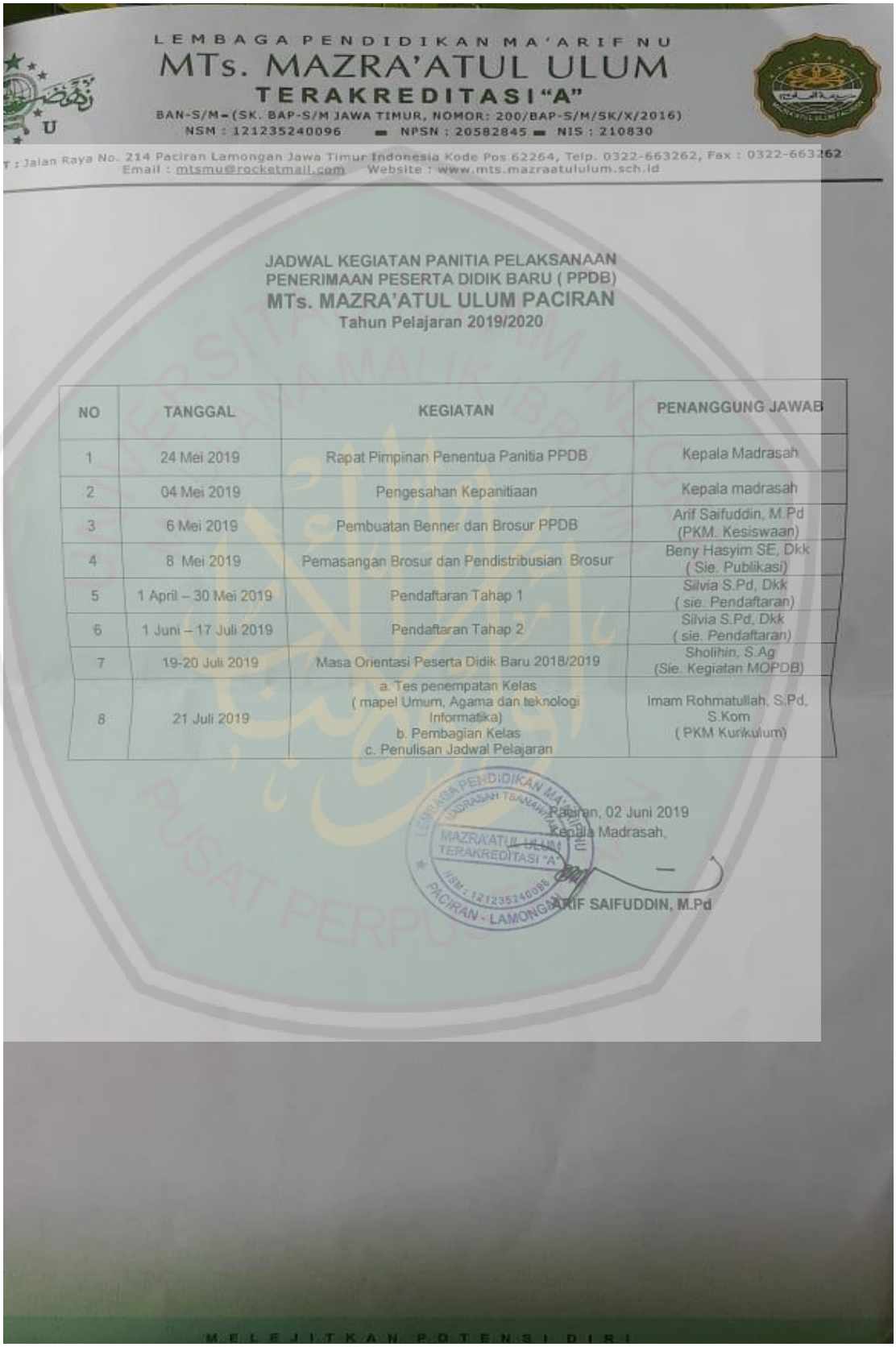
Penanggung Jawab	:	Arif Saifuddin, M.Pd
		(Kepala Madrasah)
Ketua Panitia	:	Fathul Khoir, S.Pd
Sekretaris	:	Imam Rohmatullah, S.Pd, S.Kom
Bendahara	:	Rahmawati, SE
Anggota	:	M. Wahib, S.Pdl
Sie Publikasi dan Penjaringan	:	Beny Hasyim, SE
Sie. Kegiatan MOPDB	:	Sholihin, S.Ag
Sie. Pendaftaran	:	Silvia, S.Pd
Anggota	:	Ika Rahmawati A'yun, S.Pd
	:	Leni Fatmawati, S.Pd
Sie Publikasi dan Penjaringan Wiayahl Barat	:	Drs. H. Abd Kholiq
anggota	:	Ahmad Fauzi, S.Pd
Sie Publikasi dan Penjaringan Wilayah Tengah	:	Ahmad Farid, S.Pd
anggota	:	Afifah, SE
	:	Dra. Hj. Ni'matul Luailik
Sie Publikasi dan Penjaringan Wilayah selatan	:	Musta,in, S.Pd
znggota	:	Kasmito, S.sn
	:	Mun Afifah, S.Pd
Sie Publikasi dan Penjaringan Wilayah Timur	:	H. Abdul Ghoni, S.Pdl
Anggota	:	Iftitahul Hidayah, S.Pd
	:	Ahmad Lil Anam, S.Ag, S.Pd
	:	Drs. Roziqin

Paciran, 02 Juni 2019
Kepala Madrasah,

ARIF SAIFUDDIN, M.Pd

MELEJITKAN POTENSI DIRI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU
MTs. MAZRA'ATUL ULUM
TERAKREDITASI "A"
BAN-S/M-(SK. BAP-S/M JAWA TIMUR, NOMOR: 200/BAP-S/M/SK/X/2016)
NSM : 121235240096 ▬ NPSN : 20582845 ▬ NIS : 210830

T : Jalan Raya No. 214 Paciran Lamongan Jawa Timur Indonesia Kode Pos 62264, Telp. 0322-663262, Fax : 0322-663262
Email : mtsmu@rocketmail.com Website : www.mts.mazraatululum.sch.id

JADWAL KEGIATAN PANITIA PELAKSANAAN
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)
MTs. MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN
Tahun Pelajaran 2019/2020

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PENANGGUNG JAWAB
1	24 Mei 2019	Rapat Pimpinan Penentua Panitia PPDB	Kepala Madrasah
2	04 Mei 2019	Pengesahan Kepanitiaan	Kepala madrasah
3	6 Mei 2019	Pembuatan Benner dan Brosur PPDB	Arif Saifuddin, M.Pd (PKM. Kesiswaan)
4	8 Mei 2019	Pemasangan Brosur dan Pendistribusian Brosur	Beny Hasyim SE, Dkk (Sie. Publikasi)
5	1 April – 30 Mei 2019	Pendaftaran Tahap 1	Silvia S.Pd, Dkk (sie. Pendaftaran)
6	1 Juni – 17 Juli 2019	Pendaftaran Tahap 2	Silvia S.Pd, Dkk (sie. Pendaftaran)
7	19-20 Juli 2019	Masa Orientasi Peserta Didik Baru 2018/2019	Sholihin, S.Ag (Sie. Kegiatan MOPDB)
8	21 Juli 2019	a. Tes penempatan Kelas (mapel Umum, Agama dan teknologi Informatika) b. Pembagian Kelas c. Penulisan Jadwal Pelajaran	Imam Rohmatullah, S.Pd, S.Kom (PKM Kurikulum)

Paciran, 02 Juni 2019
Kepala Madrasah,

ARIF SAIFUDDIN, M.Pd

MELEJITKAN POTENSI DIRI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Jadwal PPDB

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

18	AHAD, 30 JUNI 2019	07.30 - 12.00	Dra. NURUL HUDA	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			IFTITAHUL HIDAYAH, S.Pd	SILVIA, S.Pd
19	SENIN, 01 JULI 2019	07.30 - 12.00	ABDUL HAKIM, ST, S.Pd	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			LENI FATMAWATI, S.Pd	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY
20	SELASA, 02 JULI 2019	07.30 - 12.00	BENY HASYIM, SE	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			MALIYA, S.Th.I,Lc.	SILVIA, S.Pd
21	RABU, 03 JULI 2019	07.30 - 12.00	Drs. H. ABD. KHOLIQ	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			LENI FATMAWATI, S.Pd	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY
22	KAMIS, 04 JULI 2019	07.30 - 12.00	Drs. ROZIQIN	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			AFIFAH, SE	SILVIA, S.Pd
23	SABTU, 06 JULI 2019	07.30 - 12.00	SHOLIHIN, S.Ag	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			Dra. NI'MATUL LUAILIK	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY
24	AHAD, 07 JULI 2019	07.30 - 12.00	IMAM ROHMATULLAH, S.Pd, S.Kom	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			FATHUL KHOIR, S.Pd	SILVIA, S.Pd
25	SENIN, 08 JULI 2019	07.30 - 12.00	ARIF SAIFUDDIN, M.Pd	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			M. WAHIB, S.Pd	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY
26	SELASA, 09 JULI 2019	07.30 - 12.00	UST. AHMAD FAUZI, S.Pd	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			MUN AFIFAH, S.Pd	SILVIA, S.Pd
27	RABU, 10 JULI 2019	07.30 - 12.00	Drs. NURUL HUDA	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			IFTITAHUL HIDAYAH, S.Pd	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY
28	KAMIS, 11 JUI 2019	07.30 - 12.00	ABDUL HAKIM, ST, S.Pd	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd
			LENI FATMAWATI, S.Pd	SILVIA, S.Pd
17	SABTU 13 JULI 2019	07.30 - 12.00	BENY HASYIM, SE	JAMALA NUR AILIZA, S.Pd
			MALIYA, S.Th.I,Lc.	YANUAR MUSTHOFA ALFUADY

Ketua Panitia,

ARIF SAIFUDDIN, M.Pd

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BROSUR PPDB

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DATA GURU DAN KARYAWAN

DATA PIMPINAN, GURU, DAN KARYAWAN

MTs. MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN

No.	NAMA	L/P	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	JABATAN	PENDIDIKAN TERAKHIR	TAHUN MASUK	MENGAJAR MATA PELAJARAN	KET.
01.	ARIF SAIFUDDIN, M.Pd	L	Lamongan, 27 Oktober 1978	KEPALA MADRASAH	S-2, Pendidikan Bahasa Inggris	2002	Bahasa Ingggris	
02.	IMAM ROHMATULLAH, S.Pd, S.Kom.	L	Lamongan, 14 Oktober 1981	WAKA KURIKULUM	S-1, Pendidikan Bahasa Inggris	2002	TIK	
03.	SHOLIHIN, S.Ag	L	Lamongan, 27 Juli 1974	WAKA KESISWAAN	S-1, PAI	1997	SKI	
04.	M. WAHIB, S.Pdl	L	Lamongan, 10 Oktober 1986	WAKA SAPRAS	S-1, Pendidikan Bahasa Arab	2009	Qur'an Hadits	
05.	AHMAD FAUZI ASYHURI, S.Pdl	L	Lamongan, 20 Agustus 1982	WAKA HUMAS	S-1, PAI	2013	Aqidah Akhlak	
06.	MUN AFIFAH, S.Pd	P	Lamongan, 14 Juni 1963	BK	S-1, Bimbingan Konseling	1990	BP/BK	
07.	AFIFAH, SE	P	Lamongan, 22 Juni 1980	GURU TETAP	S-1, Manajemen	2002	IPS	VI-A
08.	Drs. H. ABD. KHOLIQ	L	Lamongan, 19 September 1961	GURU TETAP	S-1, PAI	1989	SKI	VI-B
09.	LENI FATMAWATI, S.Pd	P	Lamongan, 30 Oktober 1980	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Matematika	2002	MATEMATIKA	VI-C
10.	H. ZAHRONI AHDA PRATAMA, M.Pd	L	Lamongan, 23 April 1989	GURU TETAP	S-2, Pendidikan Sains	2010	IPA	VI-D
11.	Drs. ROZIQIN	L	Lamongan, 15 September 1964	GURU TETAP	S-1, Pendidikan PMP/ PKN	1986	PKN	VII-A
12.	MUSTA'IN, S.Pd	L	Lamongan, 17 Juni 1976	GURU TETAP	S-1, Pendidikan MIPA	2002	IPA	VII-B
13.	FATHUL KHOIR, S.Pd	L	Lamongan, 06 Juni 1977	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Biologi	2002	IPA	VII-C
14.	Dra. Hj. NI'MATUL LUALIK	P	Lamongan, 11 Maret 1967	GURU TETAP	S-1, PAI	1990	Aqidah Akhlak	VII-D
15.	IFTITAHUL HIDAYAH, S.Pd	P	Lamongan, 25 Oktober 1977	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Bahasa Inggris	2002	Bahasa Ingggris	IX-A
16.	KASMITO, S.Sn	L	Lamongan, 14 Agustus 1967	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Seni Rupa	1995	Seni Budaya	IX-B
17.	MALIYA, S. Th.I,Lc	P	Tuban, 28 Desember 1990	GURU TETAP	S-1, Theologi Islam	2015	Bahasa Arab	IX-C
18.	FAILASUF AL HAKIM, S.HI	L	Lamongan, 15 Juni 1968	GURU TETAP	S-1, Syari'ah Mu'amalah	1996	Qur'an Hadits	IX-D
19.	H. ABDUL HAKIM, S.T, SPd	L	Lamongan, 10 Desember 1972	GURU TETAP	S-1, Teknik Elektro dan Pendidikan Matematika	1996	Matematika	IX-E
20.	KH. ABDUL GHONI, S.Pdl	L	Lamongan, 11 September 1966	GURU TETAP	S-1, PAI	1994	FIQIH	
21.	Drs. NURUL HUDA	L	Lamongan, 05 Oktober 1967	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Bahasa Indonesia	1994	Bahasa Indonesia	
22.	AHMAD FARID, S.Pd	L	Lamongan, 30 Nopember 1980	GURU TETAP	S-1 Pendidikan Bahasa Indonesia	2005	Bahasa Indonesia	
23.	AGUS ZAINAL AKHSAN, S.Pd	L	Lamongan, 15 Agustus 1972	GURU TETAP	S-1, Pendidikan Matematika	2005	Bahasa Daerah	
24.	AGUS ISKANDAR, S.Pd	L	Lamongan, 13 Agustus 1971	GURU TETAP	S-1 Pendidikan Bahasa Inggris	1995	Bahasa Inggris	
25.	FUAD ITMAMUL HAFIDZ, S.Pd	L	Lamongan, 01 Juli 1987	GURU TETAP	S-1, Penjaskes	2014	Penjaskes	
27.	ISTIQHOMAH, S.Hum	P	Lamongan, 20 Oktober 1982	GURU TETAP	S-1, Bahasa ARAB	2013	Bahasa Arab	
28.	MULYAKIN, S.Pd	L	Lamongan, 16 Oktober 1986	GURU TETAP	S-1 PAI	2014	Tauhid	
29.	HENI NUR ROKHIM, S.Pdl	L	Lamongan, 17 Januari 1992	GURU TETAP	S-1 PAI	2015	Shorof	
30.	AHMAD LIL ANAM, M.Ag	L	Lamongan, 05 September 1975	GURU TETAP	S-1, PAI, dan BK	1999	Taqrib	
31.	Drs. H. ABDULLAH	L	Lamongan, 05 Oktober 1965	GURU TETAP	S-1, PAI	1993	Musthola Hadits	
32.	ABDUL GHOFUR, S.Pdl	L	Lamongan, 16 Oktober 1983	GURU TETAP	S.1, PAI	2014	Nahwu	
33.	AFRIZAL IRFAN, S.Or.	L	Lamongan, 24 Nopember	GURU TETAP	S-1, Penjaskes	2019	Penjaskes	
34.	SILVIA, S.Pd	P	Lamongan, 02 Agustus 1985	Ka- TU	S-1 Pendidikan Bahasa Inggris	2005		
35.	JAMALA NUR AILIZA,	P	Lamongan, 28 April 1997	Staf- TU	S-1, PGMI	2016		
36.	IKA RAHMAWATI A'YUN, S.Pd	P	Lamongan, 09 Nopember 1994	Pustakawan	S-1, Pendidikan Bahasa Inggris	2016		

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Kepala Sekolah

Identitas Responden

Nama : Arif Saifudin, M.Pd.

Jabatan : Kepala Madrasah MTs. Mazra'atul Ulum

Hari, tanggal wawancara : Sabtu, 30 November 2019

Waktu wawancara : 09.30-10.15 WIB

1. Dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik, adakah strategi khusus? Bagaimanakah proses penerimaan peserta didik abru?
2. Bagaimanakah perencanaan strategi pemasaran yqng dilakukan?
3. Perencanaan Strategi pemasaran dirumuskan oleh siapa saja?
4. Dalam perencanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik, apa yang pertama dilakukan?
5. Apakah ada perubahan strategi pemasaran yang dilakukan dari tahun-tahun sebelumnya?
6. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peeserta didik?
7. Adakah kendala atau penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran?
8. Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik di MTs. Mazra'atul Ulum?
9. Bagaimana evaluasi dari strategi pemasaran yang dilakukan MTs. Mazra'atul Ulum dalam peningkatan penerimaann peserta didik?
10. Apakah hasil stategi pemasaran sesuai yang perencanaan streategi pemasaran yang dilakukan diawal?

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Wawancara Guru

Identitas Responden

Nama : Bapak Ahmad Fauzi ASykuri, S.Pd.I.

Hari/tanggal : Senin, 2 Desember 2019

Jam/waktu : 12.00-12.40 WIB

Jabatan : Guru

1. Apa yang dilakukan tenaga pendidik di MTs. Mazra'atul ULum dalam upaya meningkatkan peserta didik? Bagaimana pembagian tugas panitia?
2. Siapa yang menentukan perangkat strategi pemasaran yang akan dilakukan?
3. Bagaimana bentuk dari perangkat strategi pemasaran?
4. Adakah kendala-kendala dalam pelaksanaan kegiatan strategi pemasaran?
5. Apakah ada perubahan strategi pemasaran yang dilakukan dari tahun-tahun sebelumnya?
6. Apakah hasil strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik sesuai dengan yang diharapkan?

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Wawancara Perwakilan Orang Tua Peserta Didik

Identitas Responden

Nama : Ibu Zakiyah

Profesi/pekerjaan : Pedagang

Hari, tanggal wawancara : Ahad, 9 Desember 2019

Waktu wawancara : 08.30-09.10 WIB

1. Dari mana ibu tahu tentang MTs. Mazra'atul Ulum Paciran?
2. Mengapa ibu memilih MTs. Mazra'atul Ulum Paciran untuk menyekolahkan anaknya disini?
3. Apa kelebihan Dari madrasah ini?
4. Apa program yang menarik dari madrasah ini?
5. Kira-kira ibu sudah puas belum dengan pelayanan pendidikan disini?
6. Apakah ibu pernah complain dengan pihak madrasah? Dalam hal apa?
7. Kira-kira apa kritik dan saran untuk MTs. Mazra'atul Ulum Paciran?

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

CATATAN LAPANGAN

Tempat : Ruang Kepala MTs. Mazra'atul Ulum

Hari/tanggal : Sabtu, 30 November 2019

Jam/Waktu : 09.30-10.15 WIB

Sasaran : Kepala MTs. Mazra'atul Ulum

Materi : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik

Metode : Observasi/Wawancara

Catatan Deskriptif

Pada hari sabtu, 30 November 2019 tepat pukul 09.15 WIB peneliti tiba di madrasah untuk melakukan wawancara pertama bersama kepala sekolah. Sebelum melakukan wawancara dengan kepala madrasah ini, peneliti sudah diberi arahan dari TU yakni bu silvia pada waktu observasi. Lalu beliau memberi tahu kepada kepala madrasah tentang wawancara yang akan saya lakukan. Kepala madrasah bersedia dan tepat di hari sabtu pada jam istirahat.

Pada wawancara pertama kepada kepala madrasah peneliti bertanya tentang lingkup manajemen pemasaran secara umum, yang didalamnya mengandung perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan. Pertama mengenai perencanaan manajemen pemasaran yang melingkupi pembentukan panitia PPDB yang melibatkan seluruh wali kelas dan PKM guru, penentuan perangkat pemasaran, penentuan iaya SPP, dan penentuan alat atau media promosi. Kepala sekolah memberi informasi tentang perencanan tersebut.

Pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak MTs. Mazra'atul Ulum menggunakan 4 perencanaan yang umum yakni pembentukan Panitia PPDB yang diantaranya ada bertugas sesbagai ketua panitia, sekretaris, bendahara, dan perlengkapan masing-masing tugas sudah mempunyai tupoksi masing-masing

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang tertera dalam SK Panitia PPDB yang terdiri dari seluruh wali kelas dan pimpinan. Disini, wali kelas bertugas memberikan brosur atau informasi mengenai MTs. Mazra'atul Ulum ke sekolah-sekolah terdekat dengan perataan sesuai domisisli wali kelas tersebut. Kemudian mengenai penentuan perangkat pemasaran yakni target yang dituju yakni anak usia remaja yang berusia diatas12 tahun yang sudsh lulus jenjang SD/MI. sedangkan tempat yang dituju untuk pemasaran atau promosi madrasah yakni sudsah diatur oleh lketua panitia PPDB. Yakni dibagi menjadi 4 bagian yang maisng-maisng bagian ada penanggunmg jawabnya dari panitia PPDB yang sudah ditentukan, bagian timur yakni sampai kecamatan Gresik dan ada 2 guru yang bagian timur ini untuk memasang banner, menyebarkan brosur dan datang ke sekolajh-sekolah SD/MI yang sudah melakukan kesepakatan sebelumnya dengan cara sosialisasi mengenai PPDB dan program kerja MTs. Mazra'atul Ulum, begitupun bagioan barat yakni sampai dengan kecamatan Tuban dengan ketentuan teknis pemasaran yang sama, untuk bagian selatan yakni sampai Desa Parengan dengan teknis yang sama pula, akan tetapi untuk bagian selatan ini panitia PPDB mengalami kesulitan akses jalan yang masih belum pavingan dan berada pada pedesaan jadi untuk penempatan banner atau brosur cukup minim, untuk daeran uatra hanya sekitar daerah Pantura saja yang sebagian besar penduduknya sudah tau keberadaan vdari MTs. Mazra'atul Ulum.

Perencanaan ketiga yang dilakukan yakni penentuan alat promosi atau media pemassran yang diguankan, MTs. Mazra'atul Ulum mrbnggunakan media sekebarab berupa brosur, pamphlet, banner, dan update di media sosials eperti di instagram, facebook, dan story whatsapp yang diwaibkan utnuk seluruh guru mengupload program kerja atau file brosur yang sudah dibuat oleh tim PPDB. Selain alat pemasaran yang penting dalam startegi pemsaran, MTs, Mazra'atul Ulum juga melihat biaya yang akan dikenakan pada peserta didik yang akan amsuk ke madrasah ini dnegna meihat bagaimaa penghasilan dan pekerjaan rata-rata di wilayah pantura maka dengan itu untuk peserta didik yang akan masuk ke madrasah ini harus membayar sebesar Rp. 100.000 untuk pendaftara pertama, Rp. 60.000 untuk SPP setiap bulannya dan uang gedung sebesar Rp. 30.000 selama 3 tahun mengenyam pendidikan di MTs. Mazra'atul Ulum.

Dalam menjalankan semua perencanaan strategi pemsaran yang sudah dibuat oleh kepala madrasah bersama tim PPDB, seluruh dewan guru dan panitia PPDB selalu menjaga komunikasi yang baik dengan semua panitia agar perencanaan yang sudah dibuat dapat terlaksana dnegan efektif dan efisien.

Kemudian meningkat pada pertanyaan selanjutnya, yaitu tentang implementasi dari perencanaan startegi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik. Ketika peneliti sedang melakukan wawancara bersama kepala madarasah di sesi pertanyaan kedua ini. Kepala madrasah meminta izin kepada

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

peneliti untuk minum air putih yang telah disediakan di meja ruang kepala sekolah. Peneliti sangat merasa senang dasn nyaman dnegan semua pegawai ataupun dewan guru terlebih-lebih adalah kepala MTs. Mazra'atul Ulum ini, karena beliau0beliau sangat ramah.

Lanjut kepala madrasah memberikan pernyataan-pernyataan sesuai dengan pertanyaan peneliti di sesi kedua ini, mengenai implementasi dari strategi pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik hingga dilkaukan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan selain mneggunakan catatan berupa tulisan, selain itu juga DI CD kan, jadi ketika nanti panitia PPDB yang akan datang ketika berganti, maka ada dokumentasi berupa video yang dapat dilihat dan dapat dijadikan evaluasi untik kedepan menjadi lebih baik.

Implementasi dari perencanaan diatas semua panitia PPDB harus menjalin hubungan dan komuniaksi yng baik dengans emua panitai yang terlibat dan diharuskan menjalankan tugasnya sesuai tupoksi dan SK yang sudah dibuat oleh kepala madrasah . dengan adanya perangkat pemasaran maka pelaksanaan yang dilakukan akan semakin tersturktur dan sesuai apa yang diharapakan oleh MTs. Mazra'atul Ulum akan tetapi sebelum melakukan sosialisasi atau penyebaran informasi melalui brosur ke sekolah-sekolaha atau masyarakat oanitia dihimbau untuk melkaukan perjanjian atau koordinasi kepada pihak yang bersangkutan agar pelaksanaannya sesuai dengan tujuan.

Mengenai alat atau media yang digunakan dalam pelaksanaannya sudah sesuai dengan perencanaan yang dibuat hanya saja kekurangan tenaga untuk membuat medisa tersebut masih sangat minim dialami oleh MTs. Mazra'atul Ulum. Jadi memutuhkan waktu yang cukup lama untuk pembuatan seperti brosur, pamphlet, banner, dan selebaran yang digunakan dalam strategi pemasaran. Akan tetapi untuk pelaksanaan promosinya sudah cukup baik dilaksanakan oleh panitia PPDB.untuk biaya yang dieknakan untuk masuk ke madrasah ini dalam pelaksanannya sudah snagat baik karena semua masyarakat dari kalangan appaun bisa masuk ke madrasah ini dengan tidak keberatan, dengan begitu akan meningkatkan peserta didik yang diterima MTs. Mazra'atul Ulum.

Evaluasi yang dilakukan oleh oleh seluruh panitia PPDB dan dipimpin langsung oleh kepala madrasah. Setelah selesai di kepanaitiaan kemudian mengarah pada masing-masing coordinator dari pelaksanaan startegi pemasaran yang sudah dibagi dengan melaporkan semua yang sudah dijalankan kepada kepala madrasah. Sebelum dilaporkan kepada kepala madrasah ketua panitia juga

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

meminta masukn-masukan dari dewan gruu dan semua panitia agar strategi pemasaran yang akan dijalankan di tahun selanjutnya bertambah baik.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

CATATAN LAPANGAN

Tempat : Ruang Guru MTs. Mazra'atul Ulum

Hari/tanggal : Senin, 2 Desember 2019

Jam/waktu : 12.00-12.40 WIB

Sasaran : Perwakilan Guru

Materi : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penignkatan Penerimaan Peserta Didik

Metode : Observasi/Wawancara

Catatan Deskriptif

Pada hari senin, 2 Desember 2019 tepat pukul 11.30 WIB peneliti tiba di madrasah untuk melakukan wawancara kedua bersama perwakilan guru. Sebelum melakukan wawancara dengan perwakilan guru MTs. Mazra'atul Ulum ini, peneliti sudah diberi arahan oleh kepala madrasah pada sesi wawancara yang pertama dengan beliau agar menghubungi bu silvia selaku TU untuk menanyakan perwakilan guru siapa yang akan di wawancarai dan waktu yang tepat untuk melakukan wawancara.

Pada wawancara kedua ini, yang dilakukan peneliti bersama perwakilan guru yaitu Bapak Fauzi yang dilaksanakan di ruang guru. Peneliti mewawancara perwakilan guru dengan menggunakan instrument pertanyaan yang sama dengan kepala madrasah, hanya nanti akan sesuai dengan pandangan sebagai guru, karena guru sangatlah berpengaruh dengan terlaksananya strategi pemasaran yang akan dilakukan MTs. Mazra'atul Ulum. Bapak Fauzi adalah guru MTs. Mazra'atul Ulum yang memiliki jabatan sebagai Waka Humas dan guru mata pelajaran Fiqih. Setelah peneliti menjelaskan tujuan dari wawancara tersebut, perbincangan mengenai strategi manajemen pemasaran pun dimulai, dan beliau sangat ramah dan antusias memberikan informasi-informasi mengenai startegi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Melanjutkan sesi wawancara pertama bersama bapak fauzi mengenai perencanan dan pelaksanaan hingga sampai ke tahap evaluasi mengenai strategi pemasaran yang dilakukan MTs. Mazra'atul Ulum dan dibawahi oleh kepala sekolah ini, beliau menjelaskan bahwa perencanaan yang dilakukan memang sudah bertahun-tahun dilaksanakan di lembaga madrasah ini sampai setiap tahunnya siswa-siswi MTs. Mazra'atul Ulum selalu meningkat dan mendapatkan prestasi yang beragam dari berbagai tingkatan. Menurut saya, perencanaan yang sudah dirancang oleh kepala sekolah dan ditugaskan kepada tim PPDB sudah memenuhi target yang diinginkan sehingga dalam pelaksanaannya tim PPDB sudah berkoordinasi sangat baik, dan sesama panitia saling membantu apabila tugas atau tupoksi yang diberikan sudah selesai dilakukan dengan baik.

Untuk tim PPDB memang disini melibatkan semua wali kelas dan PK madrasah mbak, karena menurut kepala sekolah wali kelas yang mempunyai posisi dekat dengan wali murid dan masyarakat maka dari itu dari perencanaan menentukan alat atau media promosi dengan menggunakan mulut ke mulut sangat efektif digunakan wali kelas untuk mendapatkan peserta didik maka dari itu implemenmtasinya bisa dikatakan cukup baik. Selian itu, rencana waktu dan tempat promosi kami lakukan agar kami paham bwntuk layanan pendidikan seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Desa Paciran, ternyata setelah melakukan rapat bersama kepala sekolah kami menemukan fakta bahwa promosi harus dilakukan diluar Desa Paciran juga.

Madrasah ini juga mempunyai sesuatu yang unggul yang mungkin ini dibutuhkan oleh semua orang yakni mengenai biaya yang dikenakan di madrasah ini biaya nya bisa dibilang sangat murah, meskipun madrasah ini swasta dengan biaya yang cukup murah akan tetapi tenaga pendidik yang di recurt harus memenuhi kompetensi yang ada.

Setelah melakukan wawancara sesi pertama dengan Bapak Fauzi, beliau meminta meminta izin karena ponsel nya berbunyi dan sepertinay ada yang yang menghubunginya lewatv whatsapp, beliau langsung meminta izin kepada peneliti untuk keluar sebentar karena ada yang menghubungi lewat whatsapp. Dengan sennag hati peneliti memberi izin, disini peneliti sangat merasa sennang karena diperlakukan snagat ramah dan dianggap seperti staf. Tidak lama kemudia sekitar 15 menit peneliti melanjutkan wawancara bersama Bapak Fauzi mengenai implementasi yang dilakukan oleh tim PPDB dalam melaksanakan strategi pemasaran guna meningkatkan peserta didik. Beliau menjelaskan secara garis besar bagaimana implementasi dari perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pelaksanaan dari semua perencanaan yang dibuat sudah sesuai tupoksi dan semestinya, kegiatan promosi pun juga sudah dilakukan dengan memanfaatkan media yang digunakan dan dari kegiatan tersebut madrasah ini lebih mudah mendapatkan peserta didik.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

CATATAN LAPANGAN

Tempat : Kantin Madrasah

Hari/tanggal : Ahad, 9 Desember 2019

Jam/waktu : 08.30-09.10 WIB

Sasaran : Perwakilan Orang Tua Siswa

Materi : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penignkatan Penerimaan Peserta Didik

Metode : Observasi/Wawancara

Pada hari ahad, 9 Desember 2019 peneliti melakukan wawancara diluar madrasah yakni dengan orang tua siswa, sebelum melakukan wawancara pada waktu tersebut peneliti terlebih dahulu menanyakan kepada kepala madrasah mengenai perwakilan orang tua siapa yang akan di wawancara, akhirnya setelah beberapa hari peneliti diberi kabar untuk perwakilan orang tua yang diwawancarai adalah salah satu orang tua peserta didik kelas VII yang bernama Ibu Zakiyah yang kebetulan orang tuanya tersebut berjualan di kantin madrasah sudah sekitar 4 bulan. Setelah diberi kabar peneliti langsung menghubungi orang tua siswi tersebut dengan mendatangi ke kantin dan menanyakan kapan bisa untuk diwawanacari. Dengan ramah dan senang hati Ibu Zakiyah tersebut bersedia untuk diwawancarai pada tanggal 9 Desember pukul 08.30 tersebut.

Setelah sudah ditentukan, peneliti menyetujui dan tiba di madrasah pada jam 07.00 pagi langsung menuju ke kantin untuk menemui Ibu Zakiyah, setelah menunggu sekitar satu jam peneliti langsung menemui Ibu Zakiyah dan membicarakan sedikit mengenai wawancara yang akan dilakukan. Wawancara sesi ketiga ini dilakukan secara langsung di bangku kantin ketika suasana masih sepi karena belum jam istirahat. Dalam sesi ini peneliti lebih menekankan pertanyaan yang berbeda dengan sesi pertama dan sesi kedua akan tetapi ada beberapa pertanyaan yang sama untuk mendapatkan jawaban yang maksimal tentanng bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTs. Mazra'atul

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Ulum. Langsung menuju pada pertanyaan pertama yakni mengenai strategi manajemen pemasaran. Ibu Zakiyah tampak semangat dan berantusias menunggu peneliti untuk memulai wawancara. Peneliti langsung menanyakan bagaimana bisa Ibu Zakiyah bisa menyekolahkan anaknya disini padahal rumah Ibu Zakiyah jaraknya sanhgat jauh dari madrasah.

Saya dulu tahu madrasah ini dari brosur yang bertebaran di tembok rumah tetanggaku mbak, selain itu juga melihat banner di pinggir jalan yang sering saya lihat bersama anak saya sewaktu pulang sekolah dari SD di daerah rumah saya, selain itu saya juga menanyakan beberapa informasi mengenai madrasah ini kepada tetangga dan seklaigus saudara saya yang anaknya bersekolah disini sekarang anaknya sudah duduk di kelas IX, saya menanyakan bagaimana biaya disana fasilitas dan pelajaran yang diberikan. Kemudian tetangga saya menjawab dengan nada yang cukup meyakinkan katanya biaya SPP disini tergolong murah satu bulannya aja tidak sampai 100 ribu hanya 60.000 saja, jadi untuk keluarga yang ekonomi pas-pasan bisa menyekolahkan anaknya di MTs. Mazra'atul Ulum, menurut saya dengan ini MTs. Mazra'atul Ulum bisa mendapat siswa yang banyak karena disini itu beda dari madrtasah swasta yang ada di kabupaten Paciran mbak, selain sekolahnya bersih, murah disini juga diajarkan banyak mata pelajaran agama mbak, jadi sedikit-sedikit nanti anak saya pasti bsia agama.

Setelah melakukan wawancara yang cukup lama dan beberapa pertanyaan sudah dijawab oleh Ibu zakiyah, peneliti memberikan minuman dan kemudian peneliti dan Ibu Zakiyah sama-sama minum segelas air putih, setelah itu Ibu Zakiyah menanyakan apakah masih ada pertanyaan atau tidak. Seketika itu, peneliti langsung menaruh gelas nya dan melanjutkan wawancara yang sempat terjedah. Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan apakah setelah satu semeseter ini Ibu Zakiyah sudah merasakan dampak dari menyekolahkan anaknya di MTs. Mazra'atul Ulum.

Setelah satu semester ini, saya sudah merasakan hal yang beda mbak, mulai dari sholat lima waktu yang sudah tidak pernah disuruh, jadi anak saya kalau sudah waktunya sholat langsung bergegas melaksanaknnya, disini ada kepuasan tersendiri mbak, dari startegi yang dibuat madrasah ini sudah sangat berhasi.

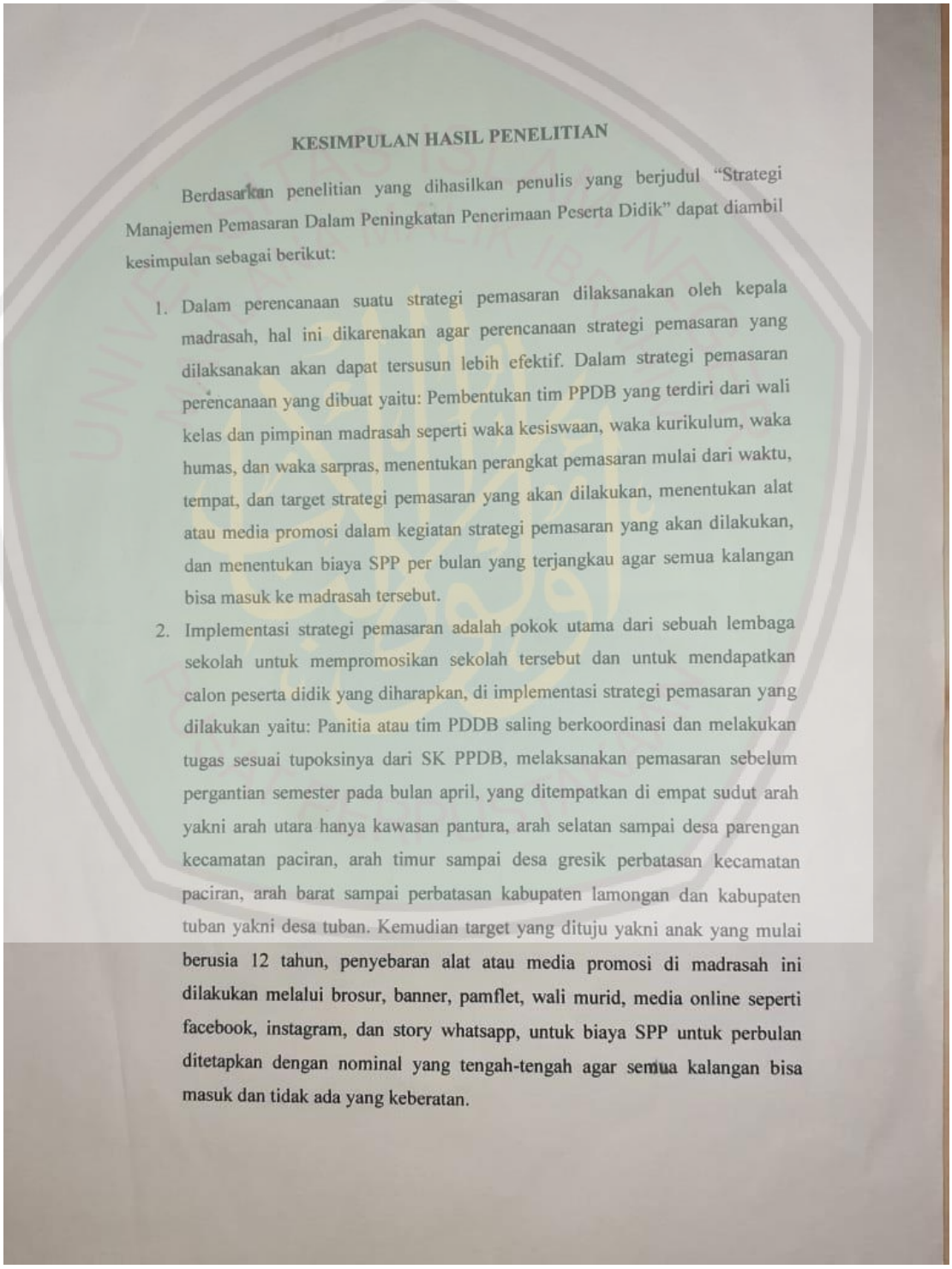
Peneliti merasa wawanacar yang dilakukaan sudah cukup, dan sudah terjawab semua pertanyaan di buat. Akhirnya tepat pukul 09.10 peneliti

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

berpamitan kepada Ibu Zakiyah untuk mengakhiri wawancara sesi ketiga ini, peneliti sangat berterimakasih kepada Ibu Zakiyah karena sudah sangat ramah dan meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara. Dengan senyuman yang mankis Ibu Zakiyah mengatakan kepada peneliti berterimakaish juga karena sudah mempercayai beliau untuk menajdi informannya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

KESIMPULAN HASIL PENELITIAN



KESIMPULAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan penulis yang berjudul "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik" dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan suatu strategi pemasaran dilaksanakan oleh kepala madrasah, hal ini dikarenakan agar perencanaan strategi pemasaran yang dilaksanakan akan dapat tersusun lebih efektif. Dalam strategi pemasaran perencanaan yang dibuat yaitu: Pembentukan tim PPDB yang terdiri dari wali kelas dan pimpinan madrasah seperti waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, dan waka sarpras, menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan, menentukan alat atau media promosi dalam kegiatan strategi pemasaran yang akan dilakukan, dan menentukan biaya SPP per bulan yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke madrasah tersebut.
2. Implementasi strategi pemasaran adalah pokok utama dari sebuah lembaga sekolah untuk mempromosikan sekolah tersebut dan untuk mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan, di implementasi strategi pemasaran yang dilakukan yaitu: Panitia atau tim PDDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya dari SK PPDB, melaksanakan pemasaran sebelum pergantian semester pada bulan april, yang ditempatkan di empat sudut arah yakni arah utara hanya kawasan pantura, arah selatan sampai desa parengan kecamatan paciran, arah timur sampai desa gresik perbatasan kecamatan paciran, arah barat sampai perbatasan kabupaten lamongan dan kabupaten tuban yakni desa tuban. Kemudian target yang dituju yakni anak yang mulai berusia 12 tahun, penyebaran alat atau media promosi di madrasah ini dilakukan melalui brosur, banner, pamflet, wali murid, media online seperti facebook, instagram, dan story whatsapp, untuk biaya SPP untuk perbulan ditetapkan dengan nominal yang tengah-tengah agar semua kalangan bisa masuk dan tidak ada yang keberatan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Mengevaluasi seluruh rangkaian dari perencanaan sampai dengan implementasi, madrasah ini sudah melaksanakan semua dan kegiatan dengan baik. Dengan adanya perencanaan yang dibuat dan laksanakan dengan baik maka dampak atau efek yang muncul utnuk madrasah yaitu program-program mana yang harus tetap di pertahankan dan mana yang harus segera di perbaiki dan di hapus untuk penilaian bukan hanya peserta didiknya tapi juga pendidiknya. Jadi citra seorang pendidik itu juga mempengaruhi dalam meningkatkan jumlah peserta didik, semakin pendidik itu berkualitas maka semakin banyak peserta didik yang mendaftar di madrasah tersebut.

Adapun hasil dari penelitian ini telah diperiksa dan disetujui oleh pihak MTs. Mazra'atul Ulum Paciran, yang mana hasil penelitian sesuai dengan hasil wawancara bersama informan yang bersangkutan dan sesuai dengan keadaan lapangan sesungguhnya.

Paciran,

Kepala Sekolah

MAZRA'ATUL ULUM TERAKREDITASI "A"

Arif. Saifuddin, M.Pd.

NUPTK. 1359756661200003

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DOKUMENTASI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BIODATA MAHASISWA

Nama	: Felinda Karela
NIM	: 16170016
TTL	: Lamongan, 10 Juni 1998
Fakultas/Jurusan	: Fakultas ILmu Tarbiyah dan Keguruan/Manajemen Pendidikan Islam
Tahun Masuk	: 2016
Alamat Rumah	: JL. Ar-Rahmat RT 004/RW 001, Desa Paciran, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan
No. Telepon	: 085704220988
Alamat Email	: felindakarela1@gmail.com
Pendidikan	: TK Muslimat NU 02 Mazra'atul Ulum 2001-2003
	MI NU 02 Mazra'atul Ulum 2004-2010
	MTs. Mazra'atul Ulum 2011-2013
	MA Mazra'atul Ulum 2014-2016
	S1 Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2016-2020

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG