

**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH MELALUI  
EKSTRAKURIKULER *DRUM BAND* UNTUK MENARIK MINAT  
CALON PESERTA DIDIK BARU DI MTs AHMAD YANI SUKOLILO  
JABUNG MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

**Rossy Yatus Sangadah**

**NIM. 16170012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG 2020**

STRATEGI PEMASARAN MADRASAH MELALUI EKSTRAKURIKULER  
*DRUM BAND* UNTUK MENARIK MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI MTs AHMAD YANI SUKOLILO JABUNG MALANG

SKRIPSI

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



Oleh:

Rossy Yatus Sangadah

NIM. 16170012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2020

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN MADRASAH MELALUI  
EKSTRAKURIKULER *DRUM BAND* UNTUK MENARIK MINAT  
CALON PESERTA DIDIK BARU DI MTs AHMAD YANI SUKOLILO  
JABUNG MALANG**

**SKRIPSI**

Oleh:

**ROSSY YATUS SANGADAH**

**NIM. 16170012**

Telah disetujui dan disahkan,

Pada Tanggal 31 Maret 2020

Oleh:

Dosen Pembimbing



**Nurul Yaqien, M.Pd**

**NIP. 197811192006041001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam



**Dr.H.Mulyono, MA**

**NIP. 196606262005011003**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH MELALUI**  
**EKSTRAKURIKULER *DRUM BAND* UNTUK MENARIK MINAT**  
**CALON PESERTA DIDIK BARU DI MTs AHMAD YANI SUKOLILO**  
**JABUNG MALANG**

**SKRIPSI**

Dipersiapkan dan disusun oleh  
ROSSY YATUS SANGADAH (16170012)  
telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 20 Mei 2020  
dan dinyatakan

**LULUS**

Serta diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Panitia Ujian

Tanda Tangan

Ketua Sidang  
Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd

NIP. 198010012008011016

Sekretaris Sidang

Nurul Yaqien, M.Pd

NIP. 197811192006041001

Pembimbing

Nurul Yaqien, M.Pd

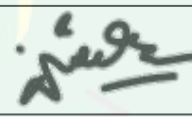
NIP. 197811192006041001

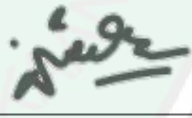
Penguji Utama

Dr.H. Moh Padil, M.PdI

NIP. 196512051994031003

: 

: 



: 

: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

**Dr. H. Agus Maimun, M.Pd**

NIP. 196508171998031003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya.

Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan sebuah karya kecil ini kepada:

Bapak Tohir dan Ibu Windarti, Alhamdulillah berkat do'a dan kasih sayang dari beliau saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya untuk bapak dan ibu, Aamiin.

Seluruh sahabat yang telah memotivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.

## HALAMAN MOTO

عَنْ جَابِرٍ، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: خَيْرُ

النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya:

Jabir Radhiyallahu ‘anhu bercerita bahwa Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wassalam bersabda: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi yang lain”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Abani di dalam *Shahihul Jami* no: 3289

**Nurul Yaqien, M.Pd**

Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

---

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Rossy Yatus Sangadah

Malang, 30 Maret 2020

Lamp : 4 (empat) Eksemplar

Yang Terhormat,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)

UIN Maliki 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 : Rossy Yatus Sangadah

NIM : 16170012

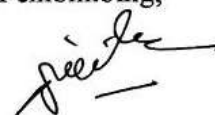
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler  
*Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik  
Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

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

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing,



**Nurul Yaqien, M.Pd**

NIP. 197811192006041002

## SURAT PERNYATAAN

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, 30 Maret 2020

Yang membuat pernyataan,



Rossy Yatus Sangadah

NIM. 16170012



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju jalan yang terang benderang yakni Ad-Dinul Islam.

Penelitian skripsi ini penulis susun untuk memenuhi tugas akhir dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang khususnya Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Pada penelitian ini penulis menyajikan tentang **“Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* untuk Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang”**.

Penulis sampaikan banyak terimakasih terhadap banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik berupa bimbingan, maupun dorongan semangat yang bersifat membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, perkenankan penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd selaku dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr.H. Mulyono, MA selaku ketua jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

4. Nurul Yaqien, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan semua pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingannya hingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibuku tercinta bapak Tohir dan Ibu Windarti yang selalu memberikan semangat dorongan dan tak lupa melantunkan do'a dan dukungan baik material, maupun spiritual untuk keberlangsungan penelitian ini.
6. Ibu Muroihatul Jannah, M.Pd selaku kepala sekolah MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.
7. Bapak Muhammad Imadudin, S.Pd.I. selaku Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.
8. Seluruh Guru dan Staff MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang yang telah membantu memberikan data dan informasi tentang penelitian yang dilakukan.
9. Seluruh sahabat yang telah memotivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
10. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada kita semua. Penulis sendiri menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat berharap adanya kritikan dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis

khususnya dan bagi para pembaca umumnya. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas segala perhatiannya.

Malang, 30 Maret 2020



Rossy Yatus Sangadah



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan 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

أُ = aw

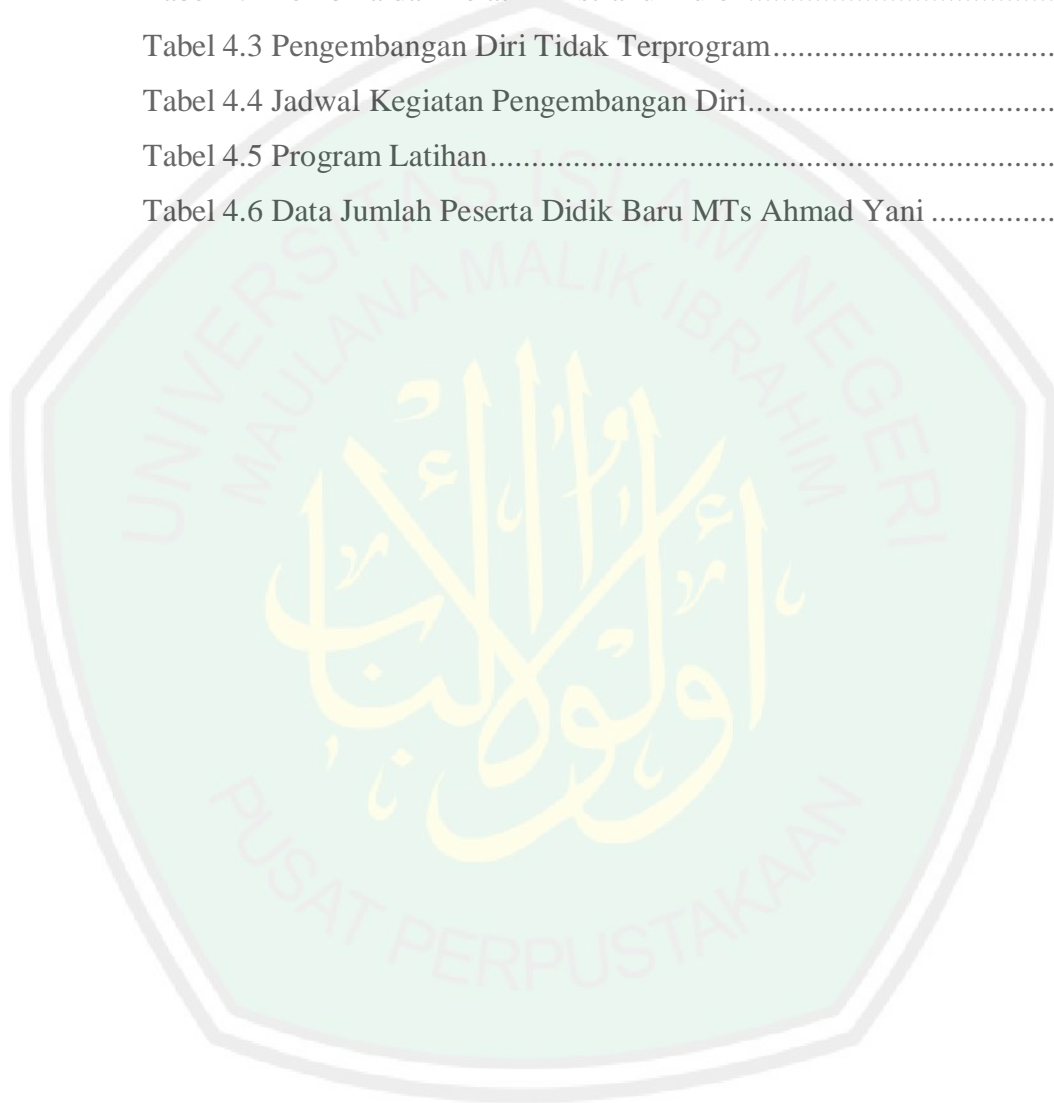
أَيُّ = ay

أُوُّ = û

إِيُّ = î

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1 Tenaga Kependidikan MTs Ahmad Yani.....	57
Tabel 4.2 Pembina dan Pelatih Ekstrakurikuler .....	58
Tabel 4.3 Pengembangan Diri Tidak Terprogram.....	59
Tabel 4.4 Jadwal Kegiatan Pengembangan Diri.....	61
Tabel 4.5 Program Latihan.....	68
Tabel 4.6 Data Jumlah Peserta Didik Baru MTs Ahmad Yani .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Pemikiran Manajemen Pemasaran Pendidikan.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian .....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	56
Gambar 4.3 Analisis SWOT.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Instrumen Penelitian
Lampiran II	: Bukti Konsultasi
Lampiran III	: Surat Izin Penelitian dari Instansi Kepada MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang
Lampiran IV	: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang
Lampiran V	: Dokumentasi
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPEL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN SAMPEL DALAM</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	v
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Orisinalitas Penelitian .....	7
F. Definisi Istilah.....	10
G. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	13
A. Landasan Teori .....	13
1. Strategi Pemasaran Madrasah .....	13
a. Pengertian Strategi Pemasaran Madrasah .....	13
b. Macam-Macam Strategi Pemasaran .....	17
c. Konsep Pemasaran .....	19



d. Bauran Pemasaran.....	23
2. Ekstrakurikuler.....	27
a. Pengertian Ekstrakurikuler .....	26
b. Manajemen Ekstrakurikuler .....	28
c. Tujuan dan Fungsi Kegiatan Ekstrakurikuler .....	31
3. <i>Drum Band</i> .....	34
a. Pengertian <i>Drum Band</i> .....	34
b. Sejarah <i>Drum Band</i> .....	36
c. Jenis-enis Alat Musik dalam <i>Drum Band</i> .....	39
d. <i>Color Guard</i> .....	39
4. Minat Calon Peserta Didik Baru .....	40
a. Pengertian Minat Calon Peserta Didik Baru.....	40
b. Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	41
c. Pertimbangan Orang Tua dalam Memilih Sekolah.....	42
B. Kerangka Berpikir .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	45
B. Kehadiran Peneliti .....	45
C. Lokasi Penelitian .....	46
D. Data dan Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	47
F. Analisis Data .....	48
G. Prosedur Penelitian.....	49
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN</b> .....	51
A. Paparan Data .....	51
1. Gambaran Objek Penelitian .....	51
2. Sejarah Singkat MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung .....	52
3. Struktur Organisasi Madrasah.....	55
4. Bentuk Kegiatan Pengembangan Diri MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.....	59
5. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan Pengembangan Diri.....	61

B. Hasil Penelitian .....	63
1. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang .....	63
2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang .....	71
3. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang .....	83
4. Temuan Penelitian .....	87
a. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>drum band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ....	87
b. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>drum band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ....	92
c. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>drum band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ....	94
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>97</b>
A. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.....	97
B. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.....	104
C. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i> Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.....	108
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>114</b>

A. Kesimpulan ..... 114

B. Saran..... 117

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## ABSTRAK

Sangadah, Rossy Yatus. 2020. *Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Drum Band untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang*. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Nurul Yaqien, M.Pd.

---

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan agar para masyarakat mengetahui serta memahami apa yang ditawarkan oleh madrasah. Maju mundurnya sebuah lembaga pendidikan akan ditentukan oleh keberhasilan dalam kegiatan pemasaran lembaga tersebut, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan inti yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, (2) Mendeskripsikan pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, (3) Mendeskripsikan hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul berupa kata-kata dianalisis dengan cara reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Proses perencanaan memiliki tiga komponen yaitu, analisis strategi pemasaran madrasah, penetapan arah tujuan strategi pemasaran madrasah, dan perencanaan tindakan strategi pemasaran melalui ekstrakurikuler *drum band*, (2) Peroses pelaksanaan strategi yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB), (3) Hasil pelaksanaan pemasaran yaitu peran *drum band* dengan pemasaran yang telah terencana mampu berimplikasi dalam menarik minat calon peserta didik baru.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Ekstrakurikuler *Drum Band*, Minat Peserta Didik Baru

## ABSTRACT

Sangadah, Rossy Yatus. 2020. The Use of Marching Band as A Marketing Strategy of New Students Acquisition in Islamic Junior High School “Ahmad Yani” of Sukolilo Jabung Malang. Thesis, Major of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Mentor of thesis: Nurul Yaqien, M.Pd

---

Marketing strategy is very essential to be executed to educate the markets. Marketing is one of the most influential factors that determine the success of an institution. Thus, it's very important to implement an effective marketing strategy.

The objectives of this research cover (1) To elaborate the plan of employing marching band as a marketing strategy of new students acquisition in Islamic Junior High School Ahmad Yani of Sukolilo Jabung Malang, (2) To analyze the implementation of employing marching band as a marketing strategy of new students acquisition in Islamic Junior High School Ahmad Yani of Sukolilo Jabung Malang, (3) To discuss the result of the marching band implementation as a marketing strategy of new students acquisition in Islamic Junior High School Ahmad Yani of Sukolilo Jabung Malang.

This research adopts the qualitative research, that is, descriptive qualitative research approach. Methods in collecting data are observation, interview and documentation. Data collected to be analysis by reduction method, presentation of data and drawing conclusion

The result of the research shows that (1) The plan extends over three components, that is, analyzing the marketing strategy of Islamic Junior High School, determining the objectives of marketing strategy, planning technical marketing actions, (2) The implementation of the marketing strategy is done socializing the marching band in admission of new students and in other forms of occasions and media, (3) The result shows that marching band is able to enhance new students acquisition.

**Keywords:** Marketing Strategy, Marching Band, New Students Acquisition

## الملخص

السعادة، رشية. ٢٠٢٠. استراتيجية التسويق في المدرسة بفرقة الطلبة لاجتذاب الطلاب الجدد بالمدرسة الثانوية أحمد ياني سوكاليلو جابونج، الرسالة. قسم إدارة التربية الإسلامية، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة مولانا مالك إبراهيم، مالانج. المشرف: نور اليقين، م ف د.

إستراتيجية التسويق من امر مهم و لا بد أن يفعل حتي يعرف ويفهم الناس ما تقدمهم المدرسة. التقدم والتأخر في مؤسسة تعليمية على حسب نجاح الأنشطة التسويق لتلك المؤسسة. لأنه يتعامل مباشرة مع المجتمع

أهداف هذا البحث هي ( أ ) لوصف إستراتيجية التسويق المدرسة من الأنشطة اللا منهجية لفرقة الطلبة لجذب الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية أحمد ياني سوكاليلو جابونج، مالانج، (ب) لوصف تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسة من الأنشطة اللا منهجية لفرقة الطلبة لجذب الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية أحمد ياني سوكاليلو جابونج، مالانج، (ج) وصف نتائج تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسة من الأنشطة اللا منهجية لفرقة الطلبة لجذب الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية أحمد ياني سوكاليلو جابونج، مالانج.

يستخدم هذا البحث على منهج البحث النوعي، يعني النحت النوعي الوصفي. يجمع البيانات باستخدام طريقة الملاحظة والمقابلة والوثائق. البيانات المجموعة في شكل الكلمات يحلل بطريقة الحد وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

تظهر نتائج البحث على ما يلي: (أ) عملية التخطيط تشتمل على ثلاث مكونات، وهي تحليل استراتيجية تسويق المدرسة و تحديد اتجاه أهداف استراتيجية تسويق المدرسة و تخطيط أجزاء استراتيجية التسويق المدرسة من خلال اللامنهجية فرقة الطلبة، (ب) عملية تنفيذ الاستراتيجية التسويق المدرسة وهي الترويج في وقت قبول الطلاب الجدد والترويج جارج قبول الطلاب الجدد، (ج) نتائج تنفيذ التسويق يعني دور فرقة الطلبة في التسويق يمكن ان يكون لها اثارا في جذب الطلاب الجدد.

الكلمة المفتاحية: استراتيجية التسويق، اللامنهجية فرقة الطلبة، اهتمامات الطلاب الجدد

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan.<sup>2</sup> Maju mundurnya suatu negara bergantung pada kualitas pendidikan yang sedang dijalankan. Maju mundurnya sebuah lembaga pendidikan akan ditentukan oleh keberhasilan dalam kegiatan pemasaran lembaga tersebut, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan inti yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan agar para pelanggan mengetahui serta memahami apa yang ditawarkan oleh madrasah. Pemasaran berperan dalam menarik minat calon peserta didik baru untuk bergabung dengan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

Salah satu indikasi pemasaran yang dilakukan MTs Ahmad Yani berhasil yaitu dengan adanya data penerimaan peserta didik baru selama tujuh tahun terakhir yang mengalami peningkatan, pada tahun pelajaran 2013/2014 jumlah pendaftar sebanyak 129 siswa, tahun pelajaran selanjutnya 2014/2015 jumlah pendaftar menurun menjadi 109 siswa, pada tahun pelajaran 2015/2016 meningkat lagi menjadi 125 siswa, tahun 2016/2017

---

<sup>2</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Madrasah dan Madrasah*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hal. 257

meningkat lagi menjadi 156 siswa, namun pada tahun 2017/2018 turun lagi menjadi 151, pada tahun 2018/2019 naik lagi menjadi 159 siswa, pada tahun 2019/2020 naik menjadi 265 peserta didik baru yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Sukolilo.<sup>3</sup>

Kata kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang memproduksi jasa pendidikan yang akan dibeli oleh konsumen. Apabila produsen tidak mempunyai inovasi dalam memasarkan produknya maka produksi yang ditawarkan tidak akan laku di pasaran. Jadi untuk terus bertahan dan berkembang, sebuah lembaga pendidikan harus mempunyai strategi sendiri untuk memenuhi kebutuhan peserta didiknya. Lembaga pendidikan sendiri dapat diartikan sebagai sebuah lembaga dalam bidang layanan jasa pendidikan dan mempunyai lingkup mencakup siswa, mahasiswa dan masyarakat umum.

Persaingan diantara lembaga pendidikan semakin hari semakin ketat, maka dari itu orang tua siswa harus teliti dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan minat bakat dan yang mampu mewedahi sekaligus mengembangkan minat dan bakat anak-anaknya. Madrasah mempunyai keunggulan masing-masing yang nantinya akan dijual ke masyarakat. Salah satu keunggulan yang dapat dijual untuk menarik minat masyarakat adalah ekstrakurikuler dan segala prestasi yang pernah diraihnya.

Kualitas kegiatan ekstrakurikuler di madrasah menjadi tolok ukur

---

<sup>3</sup> Arsip Dokumen PPDB MTs Ahmad Yani



kualitas yang diberikan oleh lembaga madrasah secara menyeluruh. Ekstrakurikuler menjadi *brand image* bagi madrasah-madrasah yang akan meningkatkan *bargaining price* kepada calon peminatnya. Bahkan dalam madrasah-madrasah unggulan ekstrakurikuler mendapatkan prioritas utama dalam rangka mengangkat *prestige* madrasah yang dikelolanya.<sup>4</sup>

Lembaga madrasah mempunyai tugas untuk mengembangkan minat, bakat, hobi dan potensi yang ada pada diri siswa. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan wadah untuk mengembangkan minat, bakat, hobi dan potensi tersebut. Kegiatan ekstrakurikuler di madrasah banyak macamnya, ada yang bersifat pendidikan, olahraga, seni dan budaya, kedisiplinan dan masih banyak yang lainnya.

Kegiatan ekstrakurikuler yang paling menonjol di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung adalah ekstrakurikuler *drum band*. Group *Drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung juga sering mengikuti karnaval yang diselenggarakan di desa Sukolilo maupun di kecamatan Jabung. Dengan mengikuti karnaval dan lomba-lomba maka group *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung semakin dikenal oleh masyarakat. MTs Ahmad Yani sendiri merupakan madrasah yang sudah lama berdiri di desa Sukolilo, yaitu sejak tahun 1982. Prestasi yang disumbangkan oleh group *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, diantaranya adalah:

- a. Juara 2 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2018
- b. Juara umum KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017

---

<sup>4</sup> Tholib Kasan, *Teori dan Aplikasi Administrasi Pendidikan*, (Jakarta: Studia Press, 2005), hal. 82

- c. Juara 1 Display KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017
- d. Juara 1 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017
- e. Juara 1 Display KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2016
- f. Juara 1 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2016

Ekstrakurikuler *Drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung sudah berdiri sejak lama, tetapi tepat tanggal berdirinya belum diketahui secara valid, menurut wawancara dengan salah satu guru di MTs Ahmad Yani beliau adalah Ibu Anis, beliau menyampaikan bahwa ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani sudah berdiri sejak lama, tetapi sempat vakum dalam waktu yang lama juga, kemudian baru aktif kembali pada sekitar tahun 2010/2011.

*Drum band* di kecamatan Jabung khususnya di desa Sukolilo menjadi sesuatu yang sangat bergengsi, *drum band* diminati oleh semua golongan dari yang masih muda hingga tua mereka sangat mengapresiasi dan antusias mengikuti paguyuban *drum band*. Melihat peluang yang ada maka MTs Ahmad Yani memiliki group *drum band* yang diberi nama “Gita Sandi Ahmad Yani”, tujuan dari adanya group *drum band* di MTs Ahmad Yani selain untuk promosi juga untuk menyampaikan *edukasi* kepada siswa dan siswi seperti yang dikatakan oleh Mulyasa bahawa tujuan pendidikan adalah sebagai penuntun, pembimbing, dan petunjuk arah bagi para peserta didik agar mereka dapat tumbuh dewasa sesuai dengan potensi dan konsep diri yang sebenarnya, sehingga mereka dapat tumbuh, bersaing, dan mempertahankan kehidupan dimasa yang akan datang yang penuh tantangan

dan perubahan. Selain itu, pendidikan juga bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar manusia menjadi manusia yang beriman dan bertakwa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung”

## **B. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini fokus penelitian yang diambil oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?
3. Bagaimana hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?

---

<sup>5</sup> E. Mulyasa, *Menjadi Guru Profesional Menciptakan Pembelajaran Kreatif dan Menyenangkan*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 5

### C. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis dapat menjelaskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang
3. Untuk mengetahui hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya:

1. Manfaat Secara Teoritis
  - a. Menambah wawasan mengenai strategi pemasaran madrasah dalam menarik minat calon peserta didik baru bagi pengelola lembaga-lembaga pendidikan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
2. Manfaat Secara Praktis
  - a. Bagi madrasah, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan memajukan pemasaran madrasah di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung
  - b. Bagi penulis, untuk memahami tentang pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung

- c. Bagi peneliti lain, sebagai referensi tambahan mengenai strategi pemasaran madrasah

## E. Orisinalitas Penelitian

Dalam penelitian ini juga mengacu kepada beberapa penelitian yang sebelumnya sudah pernah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut memiliki tema yang hampir sama dengan apa yang saya teliti yaitu strategi pemasaran madrasah melalui kegiatan ekstrakurikuler.

1. Zakiyah Eka Pratiwi, Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun 2016/2017, (Skripsi), IAIN Surakarta, 2017.<sup>6</sup> Hasil Penelitian: Strategi pemasaran 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 spanduk, banner, rontek, pamphlet dan pembagian brosur. Selain itu juga melakukan presentasi ke TK-TK dan masyarakat. Kemudian untuk promosi yang dilakukan diluar PPDB yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti lomba-lomba dan exspo pendidikan untuk anak TK, mengadakan kegiatan jalan santai setiap bulan sekali, pawai keliling wilayah dengan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah, mempererat hubungan dengan masyarakat yaitu dengan pembagian kalender, pembagian jadwal imsakiah, mengadakan pengajian, pembagian zakat fitrah dan daging kurban pada masyarakat.
2. Fitriana Ahmad, Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, (Skripsi), IAIN Purwokerto, 2016.<sup>7</sup> Hasil Penelitian: Pemasaran dimulai dari (a) Perencanaan manajemen

<sup>6</sup> Zakiyah Eka Pratiwi, Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun 2016/2017, (Skripsi), IAIN Surakarta, 2017, Diakses dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/1195/> pada tanggal 26 Januari 2020 pukul 19.37 WIB

<sup>7</sup> Fitriana Ahmad, Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, (Skripsi), IAIN Purwokerto, 2016, Diakses dari [eprints.iainpurwokerto.ac.id/920/1/Cover\\_Bab%20I\\_Bab%20V\\_Daftar%20Pustaka.pdf](http://eprints.iainpurwokerto.ac.id/920/1/Cover_Bab%20I_Bab%20V_Daftar%20Pustaka.pdf), pada tanggal 26 Januari pukul 19.40 WIB

pemasaran di MI Darul Hikmah yaitu merencanakan program kerja yang akan dilaksanakan. (b) Pengorganisasian, proses pengorganisasian dilakukan melalui pembagian tugas, mengelompokkan kegiatan, dan menetapkan besarnya wewenang setiap personil, serta memberikan perincian peranan perorangan. (c) Penggerakan, bertujuan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan madrasah khususnya terkait dengan manajemen pemasaran madrasah. (d) Pengawasan manajemen pemasaran adalah dengan terjun secara langsung dalam proses pengawasan yang dilakukan satu bulan sekali, termasuk dalam proses pengawasan penerimaan peserta didik baru.

3. Muchamad Arif N, Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler Untuk Mengembangkan Minat dan Bakat Siswa di MA Al Khoiriyyah Semarang, (Skripsi), UIN Walisongo Semarang, 2018.<sup>8</sup> Hasil Penelitian: (a) Dalam hal perencanaan, seluruh pengelola kegiatan ekstrakurikuler di MA MA Al Khoiriyyah Semarang mampu merencanakan tugasnya dengan baik, diantaranya memuat tujuan program yang jelas, rencana kerja yang jelas, Pembina yang baik. (b) Dalam pelaksanaan, MA Al Khoiriyyah Semarang memuat susunan organisasi, pembagian tugas, sarana dan prasarana, dan sumber dana, demikian itu telah diatur dengan baik. (c) Evaluasi dilakukan melalui evaluasi kurikulum dan evaluasi murid. Evaluasi dilakukan satu semester sekali, evaluasi murid dilakukan setiap kali selesai latihan.

Tabel 1. 1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Bentuk, (Skripsi/Tesis/Disert asi) Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1.	Zakiah Eka Pratiwi, Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun	Persamaan yang ada adalah Sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran madrasah.	Penelitian ini berfokus pada keseluruhan cara promosi madrasah kepada masyarakat.	Memaparkan keseluruhan cara promosi madrasah di MI Muhammadiyah Bolon.

<sup>8</sup> Muchamad Arif N, Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler Untuk Mengembangkan Minat dan Bakat Siswa di MA Al Khoiriyyah Semarang, (Skripsi), UIN Walisongo Semarang, 2018, diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/8826/1/SKRIPSI-All%20ARIF.pdf>, pada tanggal 26 Januari 2020 pukul 19.45 WIB

	2016/2017, (Skripsi), IAIN Surakarta, 2017			
2.	Fitriana Ahmad, Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, (Skripsi), IAIN Purwokerto, 2016	Persamaan yang ada adalah Sama-sama meneliti tentang pemasaran madrasah untuk meningkatkan penerimaan peserta didik.	Penelitian ini lebih memfokuskan kepada manajemen pemasaran yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.	Memaparkan manajemen pemasaran yang ada di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas
3.	Muchamad Arif N, Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler Untuk Mengembangkan Minat dan Bakat Siswa di MA Al Khoiriyah Semarang, (Skripsi), UIN Walisongo Semarang, 2018	Persamaan yang ada adalah sama-sama membahas tentang kegiatan ekstrakurikuler.	Perbedaannya adalah pada penelitian ini berfokus untuk mengembangkan minat dan bakat siswa.	Meskipun sama sama membahas tentang ekstrakurikuler tetapi pada penelitian ini lebih menekankan untuk mengembangkan minat dan bakat siswa.

Dalam berbagai penelitian-penelitian terdahulu diatas, diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu baik dilihat dari segi variable maupun latar belakang hingga fokus penelitiannya. Letak perbedaan yang paling menonjol dalam penelitian ini adalah fokus penelitian dalam strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon

peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, ada tiga fokus penelitian yang diangkat oleh peneliti, yaitu:

1. Menganalisis perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung,
2. Menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung,
3. Menganalisis hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

## **F. Definisi Istilah**

### **1. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana sistematis yang digunakan madrasah untuk memasarkan lembaganya atau mempromosikan madrasah kepada calon peserta didik baru maupun masyarakat sehingga mereka tertarik untuk bergabung menjadi anggota di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

### **2. Manajemen Ekstrakurikuler**

Dalam penelitian ini kegiatan ekstrakurikuler yang dimaksud adalah kegiatan diluar jam madrasah yang dapat menjadi wadah penyaluran minat dan bakat siswa. Esktrakurikuler yang dijadikan penelitian oleh penulis adalah ekstrakurikuler *drum band* yang dijadikan



sebagai alat untuk promosi untuk menarik minat calon peserta didik baru, sehingga setiap tahunnya jumlah calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ahmad Yani terus bertambah.

### **3. Ekstrakurikuler *Drum Band***

Ekstrakurikuler *drum band* merupakan kegiatan tidak wajib yang diselenggarakan oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang. Ekstrakurikuler *drum band* merupakan permainan musik dan olahraga yang dimainkan untuk mengiringi langkah dalam berbaris. Ekstrakurikuler *drum band* merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang lebih menekankan kepada seni.

### **4. Minat Calon Peserta Didik Baru**

Minat merupakan kecenderungan perasaan seseorang untuk mengikuti suatu kegiatan. Dalam penelitian ini yang dimaksud minat calon peserta didik baru adalah kecenderungan perasaan senang dan penuh perhatian calon peserta didik baru akibat adanya kegiatan ekstrakurikuler *drum band* sehingga mereka tertarik untuk bergabung dengan cara mendaftar sebagai pelajar di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam memudahkan penggambaran secara umum terkait dengan penelitian ini, maka sistematika pembahasan pada penelitian ini dibagi atas beberapa pembahasan, secara sistematis berikut rinciannya:

**BAB I** : *Pendahuluan*, dalam bab ini penulis akan mendeskripsikan secara umum dan menyeluruh tentang skripsi ini, yang dimulai dari latar

belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.

BAB II : *Kajian Pustaka*, dalam bab ini akan membahas mengenai teori pemasaran madrasah, tujuan dan fungsi kegiatan ekstrakurikuler, *drum band*, dan minat calon peserta didik baru.

BAB III : *Metode Penelitian*, dalam bab ini akan membahas pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dan prosedur penelitian.

BAB IV : *Paparan data dan hasil penelitian*, dalam bab ini akan membahas sejarah singkat MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, struktur organisasi madrasah, bentuk kegiatan pengembangan diri MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, mekanisme pelaksanaan kegiatan pengembangan diri, sekaligus membahas strategi pemasaran melalui ekstrakurikuler *drum band* .

BAB V : *Pembahasan*, dalam bab ini akan membahas strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.

BAB VI : *Penutup*, dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran kemudian dilanjutkan dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. Strategi Pemasaran Madrasah

##### a. Pengertian Strategi Pemasaran Madrasah

Secara harfiah, kata strategi dapat diartikan sebagai seni (*art*) *stratagem* yakni siasat atau rencana.<sup>9</sup>

Menurut Kenneth R. Andrew sebagaimana dikutip dalam bukunya Buchori Alma<sup>10</sup> bahwa strategi adalah pola keputusan dalam yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci bisnis yang akan dikejar.

Strategi merupakan suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.<sup>11</sup> Madrasah harus menyusun strategi untuk mempromosikan madrasah nya kepada masyarakat, dengan menggunakan strategi yang tepat maka dapat mempermudah madrasah untuk mendapatkan citra di masyarakat.

---

<sup>9</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi pendidikan dengan pendekatan baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), edisi revisi, hal. 210

<sup>10</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal., 199

<sup>11</sup> Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2015), hal. 3

Dari berbagai pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah sebuah rencana sistematis untuk mendapatkan apa yang menjadi tujuannya.

Dalam lembaga madrasah/madrasah pemasaran didefinisikan sebagai pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi madrasah/madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk masyarakat sosial pada umumnya.<sup>12</sup>

Dalam *marketing* Islami bisnis dilandaskan pada keikhlasan ssemata-mata hanya untuk mencari keridaan Allah SWT, bukan berorientasi pada keuntungan. Dalam Al- Qur'an surah An-Nisa' Ayat 29 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.*

*Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(Q.S. An-Nisa: 29)<sup>13</sup>*

<sup>12</sup> Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan: Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Madrasah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 98

<sup>13</sup> Q.S. An-Nisa (4): 29

Dalam tafsir Jalalain (Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil) artinya jalan yang haram menurut agama seperti riba dan gasab/merampas (kecuali dengan jalan) atau terjadi (secara perniagaan) menurut suatu qiraat dengan baris di atas sedangkan maksudnya ialah hendaklah harta tersebut harta perniagaan yang berlaku (dengan suka sama suka di antara kamu) berdasar kerelaan hati masing-masing, maka bolehlah kamu memakannya. (Dan janganlah kamu membunuh dirimu) artinya dengan melakukan hal-hal yang menyebabkan kecelakaannya bagaimana pun juga cara dan gejalanya baik di dunia dan di akhirat. (Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu) sehingga dilarang-Nya kamu berbuat demikian.<sup>14</sup>

Pengertian di atas didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam kaidah fikih

الأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

(Pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan). Ini artinya bahwa dalam *Islamic Marketing*, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang ada jaminan dan tidak terjadi penyimpangan maka segala bentuk transaksi apapun dalam *marketing*

<sup>14</sup> *Terjemahan Tafsir Jalalain Berikut Asbaabun Nuzul Jilid 1* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2003)

diperbolehkan.<sup>15</sup> Meskipun pendidikan berbeda dengan perusahaan yang mana organisasi yang menghasilkan laba, namun kaidah dalam pemasaran Islam Iapat diterapkan pada pemasaran pendidikan. Sebagai salah satu aturan bahwa pelayanan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan, serta tidak ada penyelewengan atau penyimpangan.

Menurut Rivai<sup>16</sup> *Marketing* Islami pada dasarnya memiliki empat prinsip dasar yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, yakni:

1) Teistis (*Rabbaniyah*)

Prinsip *marketing* Islami yang tidak dimiliki pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya religious (*diniyyah*).

2) Etis (*Akhlaqiyyah*)

*Marketing* Islami sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya.

3) Realistis (*Al Waqi'iyah*)

*Marketing* Islami adalah konsep pemasaran yang fleksibel karena senantiasa mengikuti perkembangan dan kebutuhan pada zamannya yang didasarkan pada fiqih muamalah kontemporer, sebagaimana keluasaan dan keluwesan *syariah Islamiah* yang melandasinya.

<sup>15</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2012), hal 35

<sup>16</sup> *Ibid*, hal. 40

#### 4) Humanistis (*Al Insaniyyah*)

*Marketing* Islami bersifat humanistis universal.

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur yaitu seleksi dan analisis pasar, menciptakan dan menjaga kesesuaian bauran pemasaran.<sup>17</sup>

Menurut penulis strategi pemasaran madrasah merupakan rencana yang dibuat untuk memasarkan lembaganya supaya lebih tepat sasaran atau lebih efektif dan efisien dalam memasarkan lembaganya.

#### b. Macam-Macam Strategi Pemasaran

Menurut Gronroos dalam buku Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin<sup>18</sup> ada berbagai model-model strategi pemasaran madrasah, yaitu:

##### 1) Pemasaran eksternal

Aktivitas normal yang dilakukan oleh organisasi pendidikan dalam mempersiapkan produk, menetapkan harga, melakukan distribusi informasi dan mempromosikan produk jasa yang bernilai superior kepada para pelanggan, yang dalam hal ini adalah wali murid. Apabila hal ini dapat dilakukan dengan baik,

<sup>17</sup> Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan akademi manajemen perusahaan YNKP, 2005), hal. 73

<sup>18</sup> Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin, *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hal. 272-273

para wali murid sebagai pelanggan akan terkait dengan organisasi sehingga keuntungan jangka panjang dapat terjamin.

## 2) Pemasaran Internal

Menggambarkan tugas yang diemban madrasah dalam rangka melatih dan memotivasi para guru, karyawan dan para murid sebagai asset utama organisasi agar melayani para pelanggan dengan baik. Hal yang tidak kalah penting adalah pemeberian penghargaan atau *reward* dengan pengakuan yang sepadan dan manusiawi, aspek ini membangkitkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, loyalitas, dan rasa memiliki setiap anggota lembaga pendidikan yang dapat memberikan kontribusi besar bagi organisasi dan bagi pelanggan yang dilayani.

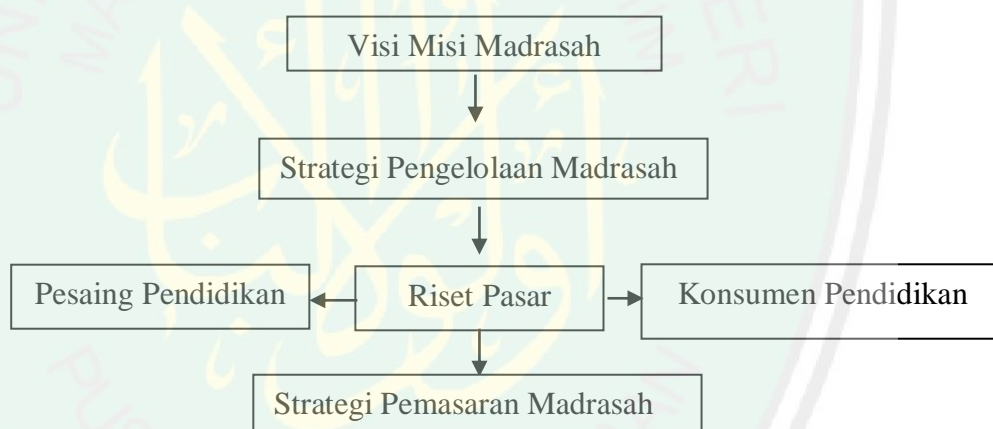
## 3) Pemasaran Interaktif

Mengembangkan interaksi antara pelanggan dalam hal ini para wali murid dengan ara karyawan (guru dan staf) dan dengan kepala madrasah. Diharapkan setiap sumber daya manusia organisasi yang loyal, bermotivasi tinggi, dan diberdayakan (*empowered*) dapat memberikan *Total Quality Service* kepada setiap pelanggan dan calon pelanggan. Apabila hal ini terealisasi, pelanggan yang puas akan menjalin hubungan berkesinambungan dengan personel dan organisasi yang berangkutan, bahkan dapat menjadi sarana dan media pemasaran organisasi.



### c. Konsep Pemasaran

Organisasi pendidikan hendaknya memiliki system pengelolaan/ 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/produk pelayanan akan berkembang menjadi konsep pemasaran pendidikan yang berorientasi pasar, bahkan berwawasan masyarakat.



Gambar 2.1 Konsep Pemikiran Manajemen Pemasaran Madrasah

Konsep pemasaran pendidikan yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan

produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen.<sup>19</sup>

Menurut seorang ahli bidang manajemen pemasaran Philip Kotler<sup>20</sup>, mengatakan ada lima konsep alternatif yang dilakukan oleh organisasi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan pemasaran yaitu:

#### 1) Konsep Produksi

Konsep ini berpandangan bahwa perusahaan membuat produksi yang sebanyak- banyaknya. Dengan produksi masal ini akan diperoleh efisiensi dalam pemakaian input dan efisiensi dalam proses produksi. Kemudian perusahaan akan dapat menetapkan harga jual lebih murah dari saingan. Hal ini sejalan dengan keinginan konsumen agar mereka mudah memperoleh barang yang mereka butuhkan, mereka bisa membeli di banyak tempat dan harganya tidak terlalu mahal. Konsep produksi dalam jasa pendidikan harus tetap memegang teguh peningkatan mutu lulusannya dan harga tidak terlalu tinggi.

#### 2) Konsep Produk

Produsen menghasilkan produk yang sangat baik, menurut ukuran atau selera produsen sendiri, bukan menurut kehendak konsumen, konsumen demikian banyaknya sehingga selera merekapun sangat bervariasi. Selera konsumen tidak dapat diidentikkan dengan selera produsen. Inilah salah kesalahan yang

---

<sup>19</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 334

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), hal. 9

terjadi pada konsep produk yang menyamakan selera produsen dengan selera konsumen. Akibatnya jika timbul pesaing baru yang kreatif dalam bidang produksi, maka pengusaha yang menganut konsep produk akan kalah dalam persaingan.<sup>21</sup>

Jika diterapkan dalam madrasah maka pemimpin seharusnya memonitor apa kehendak konsumen, apa keluhan yang tengah dialami oleh siswa, guru dan seluruh warga madrasah. Pemimpi harus terjun kelapangan melihat apa yang sebenarnya terjadi.

### 3) Konsep Penjualan

Pengusaha yang menganut konsep penjualan berpendapat bahwa yang penting produsen menghasilkan produk, kemudian produk itu dijual ke pasar dengan menggunakan promosi secara besar-besaran. Produsen ini mempunyai keyakinan bahwa pemasaran dengan jalan promosi, konsumen dipengaruhi, dirangsang, dimotivasi untuk membeli maka mereka pasti akan membeli. Konsep ini banyak dianut oleh para produsen dan mereka juga berhasil dalam pemasarannya.<sup>22</sup>

Jika dikaitkan dengan lembaga pendidikan maka lembaga pendidikan menggunakan brosur, memasang iklan di media sosial disertai dengan prestasi-prestasi dan keunggulan lainnya.

<sup>21</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 45

<sup>22</sup> A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba empat, 2000), hal. 54

#### 4) Konsep *Marketing*

Konsep *marketing* ini menyatakan bahwa produsen jangan memperhatikan diri sendiri, jangan melihat selera sendiri, tapi lihatlah, carilah apa dan bagaimana selera konsumen. Konsep *marketing* ini lebih menekankan kepada kepuasan konsumen. Tujuan *marketing* ialah bagaimana usaha untuk memuaskan selera, memenuhi “*needs and wants*” dari konsumen. Istilah *needs* artinya kebutuhan yang didefinisikan sebagai rasa kekurangan pada diri seseorang yang harus dipenuhi. Sedangkan *wants*, berarti keinginan, yang didefinisikan sebagai suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya beli, pendidikan, agama, keyakinan, dan keluarganya.<sup>23</sup>

#### 5) Konsep Kemasyarakatan

Lembaga tidak hanya memperhatikan kebutuhan konsumen saja, tetapi juga memperhatikan apa keinginan konsumen. Konsumen juga tidak sekedar membeli barang, tetapi mengharapkan sesuatu dari barang itu. Ini adalah hal disebut *wants*, yaitu ada sesuatu yang lain yang diharapkan setelah membeli barang tersebut. Jika hal ini terpuaskan maka kegiatan pemasaran akan mencapai sukses.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Op.cit*, hal 10

<sup>24</sup> Buchari, *Pemasaran strategik jasa pendidikan, Op.cit*, hal. 14

#### d. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) telah didefinisikan sebagai elemen dari manajemen pemasaran di mana organisasi dapat mengoordinasikan dan mengontrol berbagai posisi di pasar tujuan.<sup>25</sup>

Elemen *marketing mix* jasa terdiri atas tujuh hal berikut:

- 1) *Product*, jasa seperti apa yang ingin ditawarkan. Produk yang ditawarkan kepada sasaran pasar meliputi fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi atau ide, fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh sekolah.
- 2) *Price*, bagaimana strategi penentuan harga. Hal yang paling penting dalam penentuan harga yaitu pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dengan keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan, serta penetapan harga yang dikenakan kepada pelanggan.
- 3) *Promotion*, bagaimana promosi yang harus dilakukan, bagaimana cara menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk konsumennya.
- 4) *Place*, bagaimana sistem pengantaran (*delivery system*) yang akan diterapkan. Kemudahan akses, penampilan serta kondisi madrasah secara keseluruhan.
- 5) *People*, tipe kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa. Organisasi atau madrasah juga harus merekrut atau

---

<sup>25</sup> Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal. 60

mempertahankan karyawan yang mempunyai *skill*, sikap, komitmen dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

- 6) *Process*, bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut. Seluruh aktifitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas dan rutinitas dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan.
- 7) *Customer Service*, tingkat servis yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.<sup>26</sup> Sekolah harus mempeerlihatkan gaya bangunan serta fasilitas penunjang seperti kelengkapan sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan.

Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap lembaga pendidikan harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Maka lembaga atau perusahaan harus menciptakan bauran pasar diantaranya:

- 1) *Product*

Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan sepat hilang, lebih cepat dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 91

<sup>27</sup> Alma dan hurryati, *Manajemen Corportion Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta CV, 2008), hal 156

## 2) *Price*

*Price* merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Tujuan biaya di madrasah/madrasah adalah untuk mencapai keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk mencapai keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk produksi dalam institusi tersebut dengan konsumen yang membeli produk tersebut. Apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi. Mutu produk akan sangat memengaruhi posisi kompetitif terhadap madrasah/ madrasah saingan.<sup>28</sup>

## 3) *Place*

Untuk produk industri manufaktur *place* diartikan sebagai saluran distribusi *zero channel*, *two level channels*, dan *multilevel channels*, sedangkan untuk produk industri jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok pelayanan jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu berlangsung. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Muhaimin dkk, *Op.cit*, hal. 110

<sup>29</sup> *Ibid.*, hal. 160

#### 4) *Promotion*

*Promotion* merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk. Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.<sup>30</sup>

#### 5) *People*

*People* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen- elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, Konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.<sup>31</sup>

*People* adalah peranan manusia dalam memainkan suatu bagian dalam penyampaian layanan yang memengaruhi persepsi pembeli, yaitu karyawan perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkup pelayanan. Dengan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kualitas layanan dan penyampaian layanan, karyawan,

<sup>30</sup> Assauri dan Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal 264

<sup>31</sup> Alma, dkk. *Op.cit.*, hal. 165



pelanggan dan pelanggan lain termasuk elemen *people* dalam *service marketing mix*.<sup>32</sup>

## 2. Ekstrakurikuler

### a. Pengertian Ekstrakurikuler

Bakat dan Minat siswa perlu difasilitasi dengan baik, madrasah juga bertanggung jawab terhadap pengembangan kemampuan siswa dalam bidang non akademik, maka dari itu madrasah perlu memberikan tempat untuk mawadahi bakat dan minat siswa sehingga mereka memiliki kebebasan untuk berkreasi. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan salah satu wadah untuk menyalurkan bakat dan minat siswa.

Kata ekstrakurikuler merupakan gabungan dari dua kata yaitu ekstra dan kurikuler, ekstra berarti: bonus, lemburan, sisipan, suplemen, tambahan tambahan di luar yang resmi<sup>33</sup> sedangkan kurikuler dalam kamus bahasa Indonesia berarti bersangkutan dengan kurikulum.<sup>34</sup>

Ekstrakurikuler adalah kegiatan luar madrasah pemisah atau sebagian ruang lingkup pelajaran yang diberikan di perguruan tinggi atau pendidikan menengah tidak merupakan bagian integral dari mata pelajaran yang sudah ditetapkan dalam kurikulum.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Arief, *Ibid.*, hal. 102

<sup>33</sup> Tim Redaksi, *Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: Pusat Bahasa dan Departemen Pendidikan Nasional), hal. 317

<sup>34</sup> *Ibid.*, hal. 863

<sup>35</sup> Penyusun kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hal. 223

Kegiatan ekstrakurikuler pada dasarnya adalah suatu lingkungan organisasi yang dapat mempengaruhi para siswa untuk melakukan interaksi sosial dengan sesamanya.<sup>36</sup>

Abdul Rachman Saleh<sup>37</sup> juga mendefinisikan bahwa program ekstrakurikuler merupakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan di luar jam pelajaran yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengembangan, bimbingan dan pembinaan siswa agar memiliki kemampuan dasar penunjang.

#### **b. Manajemen Ekstrakurikuler**

Manajemen ekstrakurikuler terdiri dari dua kata, yaitu manajemen dan ekstrakurikuler. Kata manajemen berasal dari bahasa Latin yakni dari kata *manus* yang berarti tangan, dan *a gree* yang berarti melakukan, kemudian digabung menjadi kata *manager* yang artinya menangani. Lalu diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dan dalam bentuk kata benda menjadi *management*, adapun dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen yang berarti pengelolaan.<sup>38</sup>

Manajemen kegiatan ekstrakurikuler adalah seluruh proses yang direncanakan dan diusahakan secara terorganisir menegani kegiatan madrasah yang dilakukan di luar kelas dan di luar jam pelajaran (kurikulum) untuk menambah kembangkan potensi sumber daya manusia

---

<sup>36</sup> Tim Dosen IKIP Malang, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*, (Malang: IKIP Malang, 1988), hal. 128

<sup>37</sup> Abdul Rachman Saleh, *Pendidikan Agama dan Pembangunan Watak Bangsa*, (Jakarta: raja grafindo persada, 2006), hal. 70

<sup>38</sup> Husaini Usman, *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara 2008), hal 4

yang dimiliki peserta didik, baik berkaitan dengan aplikasi ilmu pengetahuan yang didapatkannya maupun dalam pengertian khusus untuk membimbing peserta didik dalam mengembangkan potensi dan bakat yang ada dalam dirinya melalui kegiatan-kegiatan yang wajib maupun pilihan.<sup>39</sup>

G.R Terry menyatakan dalam Mohamad Mustari<sup>40</sup>: “Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata”.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen merupakan seni untuk mengatur kelompok untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Manajemen kegiatan ekstrakurikuler berarti serangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, evaluasi kegiatan ekstrakurikuler untuk memaksimalkan berjalannya kegiatan ekstrakurikuler yang ada.

Adapun secara umum, fungsi manajemen ada *planning, actuating, organizing, staffing, directing, leading, coordinating, motivating, controlling, reporting* dan *forecasting*.<sup>41</sup> Namun penulis hanya akan mengambil dua fungsi, yaitu fungsi perencanaan dan fungsi pelaksanaan.

---

<sup>39</sup> Kompri, *Manajemen Pendidikan: Komponen-komponen elementer kemajuan madrasah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), hal. 224

<sup>40</sup> Mohamad Mustari, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 3

<sup>41</sup> *Ibid.* hal. 7

Nanang Fatah sebagaimana mengutip dari Roger A. Kauffman<sup>42</sup> mendefinisikan perencanaan adalah proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan dan sumber yang diperlakukan untuk mencapai tujuan itu seefisien dan efektif mungkin.

*Planning* adalah merencanakan atau perencanaan, yang terdiri dari lima hal, yaitu:

- a. Menetapkan tentang apa yang harus dikerjakan, kapan dan bagaimana melakukannya
- b. Membatasi sasaran dan menetapkan pelaksanaan-pelaksanaan kerja untuk mencapai efektivitas maksimum melalui proses penentuan target
- c. Mengumpulkan dan menganalisis informasi
- d. Mengembangkan alternatif-alternatif
- e. Mempersiapkan dan mengkomunikasikan rencana-rencana dan keputusan-keputusan.<sup>43</sup>

Secara ringkasnya penulis menyimpulkan bahwa perencanaan merupakan langkah awal untuk menetapkan sesuatu untuk mencapai sebuah tujuan.

Fungsi pengarahan/penggerakan/pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan usaha memberi bimbingan, saran, perintah, atau intruksi kepada bawahan dalam melaksanakan tugas

---

<sup>42</sup> Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 2013), hal. 49

<sup>43</sup> Mohamad Mustari, *Op.cit.*, hal. 7

masing-masing, agar tugas dapat dilaksanakan dengan baik dan benar-benar tertuju pada tujuan yang telah ditetapkan semula.<sup>44</sup>

Menurut Suharsimi Arikunto<sup>45</sup>, pengarahan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh pimpinan untuk memberikan penjelasan, petunjuk serta bimbingan kepada orang-orang yang menjadi bawahannya sebelum dan selama melaksanakan tugas.

Dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan merupakan bagaimana seorang pemimpin beraksi ketika di lapangan dan mengarahkan bawahannya.

Tanpa adanya pelaksanaan maka sebuah rencana yang sangat bagus tidak akan pernah bisa tercapai. Pelaksanaan merupakan langkah setelah perencanaan yang harus direalisasikan.

### c. Tujuan dan Fungsi Kegiatan Ekstrakurikuler

Tentunya kegiatan ekstrakurikuler mempunyai tujuan dan fungsi. Secara umum, kegiatan ekstrakurikuler menurut Departemen Pendidikan Nasional<sup>46</sup> bertujuan untuk:

1. Memanfaatkan usaha pendidikan di madrasah yang materi pembinaannya belum tertampung dalam kurikulum.
2. Meningkatkan dan memantapkan pengetahuan siswa

<sup>44</sup> Hasan Manullang, *Dasar-dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 2006), hal. 11

<sup>45</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan FIP UNY, 2008), hal. 11

<sup>46</sup> Tim penyusun buku Departemen Pendidikan Nasional, *Kinerja Madrasah Berwawasan Budi Pekerti (Kegiatan Ekstrakurikuler/ Pengembangan Diri)*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, 2007), hal. 1

3. Mengembangkan bakat, minat, kemampuan, dan keterampilan siswa dalam upaya pembinaan pribadi
4. Memperluas wawasan siswa
5. Membiasakan keterampilan dan perilaku tertentu
6. Melatih kemandirian, kepemimpinan dan rasa kesetiakawanan sosial
7. Memupuk rasa kebangsaan dan cinta tanah air

Tujuan pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler pada satuan pendidikan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan ekstrakurikuler harus dapat meningkatkan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik peserta didik.
2. Kegiatan ekstrakurikuler harus dapat mengembangkan bakat dan minat peserta didik dalam upaya pembinaan pribadi pembina menuju pembinaan manusia seutuhnya.<sup>47</sup>

Kegiatan ekstrakurikuler memiliki berbagai macam fungsi, diantaranya fungsi pengembangan, fungsi sosial, fungsi rekreatif, dan persiapan karier, berikut penjelasannya:

1. Fungsi pengembangan, yakni bahwa kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mendukung perkembangan personal peserta didik melalui perluasan minat, pengembangan potensi, dan pemberian kesempatan untuk membentuk karakter dan pengembangan kepemimpinan.

---

<sup>47</sup> Kompri, *Op.cit.*, hal. 226

2. Fungsi sosial, yakni bahwa kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mengembangkan kemampuan dan rasa tanggung jawab sosial peserta didik. Kompetensi sosial dikembangkan dengan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk memperluas pengalaman sosial, praktik keterampilan sosial, internalisasi nilai moral dan nilai sosial.
3. Fungsi rekreatif, yakni bahwa kegiatan ekstrakurikuler dilakukan dalam suasana rileks, menggembirakan, dan menyenangkan sehingga menunjang proses perkembangan peserta didik.
4. Fungsi persiapan karier, yakni bahwa kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mengembangkan kesiapan karier peserta didik melalui pengembangan kapasitas.<sup>48</sup>

Sebagai kegiatan pembelajaran dan pengajaran di luar kelas, ekstrakurikuler mempunyai fungsi dan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan peserta didik sebagai anggota masyarakat dalam mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial, budaya, dan alam semesta.
2. Menyalurkan dan mengembangkan potensi serta bakat peserta didik agar dapat menjadi manusia yang berkeaktifitas tinggi dan penuh dengan karya.
3. Melatih sikap disiplin, kejujuran, kepercayaan, dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, hal. 227

4. Mengembangkan etika dan akhlak yang mengintegrasikan hubungan dengan Tuhan, manusia, Rosul, alam semesta bahkan diri sendiri.
5. Mengembangkan sensitivitas peserta didik dalam melihat persoalan-persoalan sosial keagamaan sehingga menjadi insan yang produktif terhadap permasalahan sosial keagamaan.
6. Memberikan bimbingan dan arahan serta pelatihan kepada peserta didik agar memiliki fisik yang sehat, bugar, kuat, cekatan, dan terampil.
7. Memberikan peluang peserta didik agar memiliki kemampuan untuk komunikasi (*human relation*) dengan baik, secara verbal dan nonverbal.<sup>49</sup>

Menurut penulis setiap kegiatan ekstrakurikuler pada dasarnya memiliki banyak manfaat dan tujuan yang baik untuk siswa. Mereka dilatih untuk bersosialisasi, melatih kreatifitas serta mereka dapat menyalurkan kemampuannya untuk terus dikembangkan.

### **3. *Drum Band***

#### **a. *Pengertian Drum Band***

*Drum band* merupakan gabungan dari berbagai alat musik yang berbeda jenisnya, baik itu alat musik ritmis maupun melodis.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Kompri, *Op.cit*, hal., 228

<sup>50</sup> Siti Alawiah Nur Aulia, Diah Gusrayani dan Julia, *Kajian Pembelajaran Alat Musik Drum Band di SDN Citengah Kabupaten Sumedang*. Jurnal Pena Ilmiah, Vol. 2 No 1 (2017)



*Drum Band* merupakan bentuk permainan musik dan olahraga yang terdiri dari beberapa orang personil untuk mengiringi langkah dalam berbaris, atau dengan kata lain berbaris sambil bermain musik.<sup>51</sup>

Menurut Kirnadi<sup>52</sup> *drum band* adalah kegiatan seni musik (*musikal activity*) yang terbagi dalam dua bagian pokok yaitu musikal dan visual, keduanya merupakan satu kesatuan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Lebih dari itu spirit atau semangat dalam kegiatan *drum band* sangat penting yaitu akan memberikan kepercayaan diri dari anggota sehingga akan sangat membantu dalam setiap penampilan.

Kirnadi<sup>53</sup> dalam bukunya menjelaskan langkah-langkah pembelajaran *marching band*. Langkah-langkah tersebut:

1) Pemanasan Badan

Pemanasan badan yang dilakukan seperti pemanasan pada umumnya yaitu lari, *push up*, *stretching* dan kemudian pemanasan pergelangan tangan, pemanasan satu tangan, pemanasan dua tangan. Pemanasan satu tangan sangat berguna untuk membantu dalam mengendalikan stick dan pemanasan dua tangan berguna untuk melakukan beberapa variasi latihan untuk satu tangan, dalam tahap yang keua cobalah untuk mulai melakukan latihan yang bertujuan untuk membantu dalam mengendalikan koordinasi antara

---

<sup>51</sup> Sinaga S. Syah, *Bahan Ajar (Hand Out) Marching band, Drum Band Drum Corp*, (Semarang: Media FBS Universitas Negeri Semarang, 2001), hal. 1

<sup>52</sup> Kirnadi, *Dunia Marching Band*, (Jakarta: PT. Eksatama Pertiwi, 2011), hal. 106

<sup>53</sup> *Ibid*, hal. 12

dua tangan. Menurut Kirnadi melakukan pemanasan sebelum melakukan kegiatan itu sangat penting, untuk melenturkan anggota tubuh.

## 2) Pengenalan Alat

Alat yang di perkenalkan untuk permainan *drum band* adalah bass drum, tom-tom, snare drum, cymbal, bellyra. Pada awal peremuan semua pemain di perkenalkan dengan alat-alat *drum band* dan menjelaskan bagaimana cara memainkannya.

## 3) *Gipping*

Pada awal pertemuan, pemain di ajarkan bagaimana cara memegang stik yang baik dan benar karena itu sangat penting di dalam teknik perkusi dan biasanya menimbulkan ketegangan sendiri bagi pemula.

## 4) *Sticking*

Memainkan sticking di perkusi memang sangat mudah dan hampir setiap orang bisa melakukannya. Tetapi memainkan stick dengan cara yang baik dan benar sehingga dapat menghasilkan jenis dan mutu suara yang bagus dalam perkusi, adalah sesuatu hal yang sulit dan tidak semua orang bisa melakukannya.

Dari pengertian tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa *drum band* merupakan kegiatan sosial yang dilaksanakan diluar jam pelajaran dan merupakan wadah untuk menyalurkan

bakat dan minat siswa dalam bidang seni olahraga dan musik dilakukan secara berkelompok.

#### b. Sejarah *Drum Band*

Menurut sejarahnya, *drum band* di bentuk pada paska perang dunia ke II. *Drum Band* semula berawal dari kegiatan bernostalgia perang dunia II oleh para veteran perang dunia II. Mereka selalu membentuk lagu-lagu yang dimainkan oleh pasukan musik mereka. Konon, karena memang pada awal pembentukannya bertujuan untuk bernostalgia perang dunia II yang merekam kenangan peristiwa-peristiwa dahsyat itu, maka pada awalnya kegiatan ini diberi nama *Military Band* yang kemudian dalam perkembangannya berganti nama *Marching Band* hingga sekarang.<sup>54</sup>

Dalam berbagai sejarah peradaban manusia, kita banyak mendengar bahwa dalam peperangan antara bangsa-bangsa di muka bumi, music merupakan salah satu alat yang digunakan untuk membangkitkan semangat tempur. Melalui tabuhan gendang serdadu Iskandar Yang Agung maju bertempur dengan semangat. Demikian pula pada periode Spartacus di Yunani para pasukan bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain bersemangat. Pasukan musik ini kemudian diberi nama Korps Musik. Jadi memang musik adalah bagian dari pasukan militer.

---

<sup>54</sup> Ahmad Bengar Harahap, "*Selayang Pandang Seni Marching Band*". Jurnal Bahasa (Bahasa Sastra, Seni dan Budaya). Universitas Negeri Medan. No. 84 Th. 38 (2012), hal. 2

Menurut Kirnadi<sup>55</sup> dilihat dari sisi sejarahnya bahwa dahulu pada masa penjajahan Belanda, kebutuhan terhadap korps musik untuk seremonial pada zaman pemerintahan Hindia Belanda waktu itu sangat mendesak, maka untuk kebutuhan itu mereka segera membentuk korps musik dengan para pemain lokal Indonesia.

Kini, meskipun sudah tidak ada lagi perang, Korps Musik ini tetap ada di kalangan militer untuk memberikan semangat pada acara khusus, contohnya di Istana kerajaan di Jawa (Istana Mangkunegara, Istana Kesultanan Yogyakarta) kemudian membentuk *drum band* yang dimainkan oleh prajurit-prajurit istana hingga sekarang masih ada dan dipelihara.

*Drum Band* kemudian ditumbuh kembangkan oleh taruna angkatan bersenjata Republik Indonesia (AKABRI) dengan alasan patriotic, *drum band* yang tidak memenuhi persyaratan musikal itu telah menjadi kebanggaan para taruna AKABRI hingga sekarang bahkan dilembagakan.

Kala itu kelompok *drum band* banyak bermunculan dimaana mana yang dibentuk dan digunakan oleh partai-partai untuk pawai unjuk kekuatan keliling kota, bahkan *drum band* di madrasah/sekolah ketika itu diberdayakan untuk kepentingan partai. Alatnya pun sangat sederhana berkesan seadanya yang tidak memenuhi persyaratan mutu.

---

<sup>55</sup> Kirnadi, *Op.cit.* hal. 12

Pada orde baru, *drum band* di sekolah/madrasah baik di TK, SD, SMP maupun SMA mulai bermunculan. Kemudian pada tahun 1977 lahirlah Asosiasi *Drum Band* Indonesia dengan nama Persatuan *Drum Band* Indonesia atau PDBI. PDBI berupaya memajukan *drum band* melalui penyelenggaraan perlombaaan-perlombaan antar nasional, provinsi, maupun kabupaten.<sup>56</sup>

**c. Jenis-Jenis Alat Musik dalam *Drum Band***

Drum merupakan instrument musik yang secara fisik mempunyai bagian yang terpisah, tetapi merupakan satu kesatuan yang disebut *drum set*. Menurut Kirnadi *drum set* merupakan perangkat instrument drum dalam suatu pementasan yang terdiri atas sebuah *snare drum*, sepasang tomtom, satu buah bass ddrum, satu pasang cymbal.

**d. *Color Guard***

*Color Guard* fungsinya sebagai penari, akan tetapi penari di *Drum Band* sedikit berbeda dengan penari pada umumnya. Mereka adalah penari dengan membawa peralatan. Peralatan tersebut berupa *Flags* (Bendera), atau *Rifle* (Senapan) atau *Sabre* (Pedang) sebagai perlengkapan untuk tampil (*Show*).

*Color Guard* sebutan pasukan bendera di Amerika Serikat yang setiap barisan *drum band* diwajibkan oleh asosiasi untuk selalu membawa pataka dalam kegiatan parade (berbaris). Pataka tersebut dalam Bahasa Inggrisnya *Color*. Seperti juga di Indonesia, pataka

<sup>56</sup> Ahmad Bengar Harahap, *Op. Cit.* hal. 3

adalah symbol atau sebuah organisasi. Oleh karena itu, sebagai penghormatan ia selalu di kawal oleh sekelompok pasukan pengawal pataka atau *color guard*. Pengawal pataka tersebut membawa bendera atau pedang.

Ketika *Drum Band* sedang mengadakan pertunjukan parade, pataka di tempatkan di barisan terdepan dengan diiringi pengawalnya (*color guard*) berbaris di belakang sambil menari memainkan bendera. Pada saat itu timbullah ide sekelompok orang untuk melibatkan *color guard* tersebut kedalam pagelaran *drum band*. Lalu sejak saat itu *color Guard* menjadi bagian pada saat penampilan *drum band*.<sup>57</sup>

#### 4. Minat Calon Peserta Didik Baru

##### a. Pengertian Minat Calon Peserta Didik Baru

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab<sup>58</sup> mengatakan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian terhadap suatu aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat dengan disertai rasa senang.

Peserta didik adalah individu manusia yang secara sadar berkeinginan untuk mengembangkan potensi dirinya (jasmani dan rohani) melalui proses kegiatan belajar-mengajar yang tersedia pada jenjang atau tingkat dan jenis pendidikan tertentu.<sup>59</sup>

<sup>57</sup> *Ibid.*, hal. 23

<sup>58</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab Abdullah, *Sosiologi Pendidikan: Individu, Masyarakat dan Pendidikan*, (Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011), hal. 262- 263

<sup>59</sup> Yeti Heryati, *Op.Cit.* hal. 72

Dapat ditarik kesimpulan bahwa minat calon peserta didik baru adalah suatu ketertarikan peserta didik/ orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan tanpa adanya paksaan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sesuai dengan tahap perkembangannya.

#### **b. Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Cukup banyak faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Menurut Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab<sup>60</sup> berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat:

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu dan lain-lain.
- 2) Motif social, dapat menjadi factor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang

---

<sup>60</sup> Abdul Rahman Shaleh, *Op.Cit.* hal. 264

memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

### c. Pertimbangan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah

Sekolah merupakan salah satu tempat untuk melakukan proses pendidikan formal bagi anak atau peserta didik. Pendidikan tersebut nantinya akan digunakan sebagai bekal peserta didik untuk kehidupan mereka. Maka dari itu sekolah tidak hanya memberikan suatu nilai akan tetapi sekolah juga harus bias mempersiapkan peserta didik dalam pembentukan karakter supaya kelak mereka dapat terjun dalam dunia social sesuai dengan kebutuhan zaman dan masyarakat. Sangat penting bagi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan pada anaknya. Saat ini sudah banyak sekali berdiri lembaga pendidikan yang berbasis Islam dengan memadukan pendidikan formal dan pendidikan akhlak. Menurut Riana Afifa<sup>61</sup> ada 7 pertimbangan orang tua dalam memilih sekolah untuk anak, yaitu:

- 1) Visi Misi Sekolah. Visi misi menentukan kurikulum yang digunakan. Jadi orang tua harus melihat visi misi tersebut sudah sesuai dengan pendidikan yang ada dikeluarga apa belum.

<sup>61</sup> Riana Afifah, *Pertimbangan dalam Memilih Sekolah Untuk Anak* (<https://amp.kompas.com/edukasi/read/2013/01/18/08280233/pilih.sekolah.yang.tepar.apa.saja.per.timbangannya>, diakses 27 Januari 2020 jam 08.19 WIB)

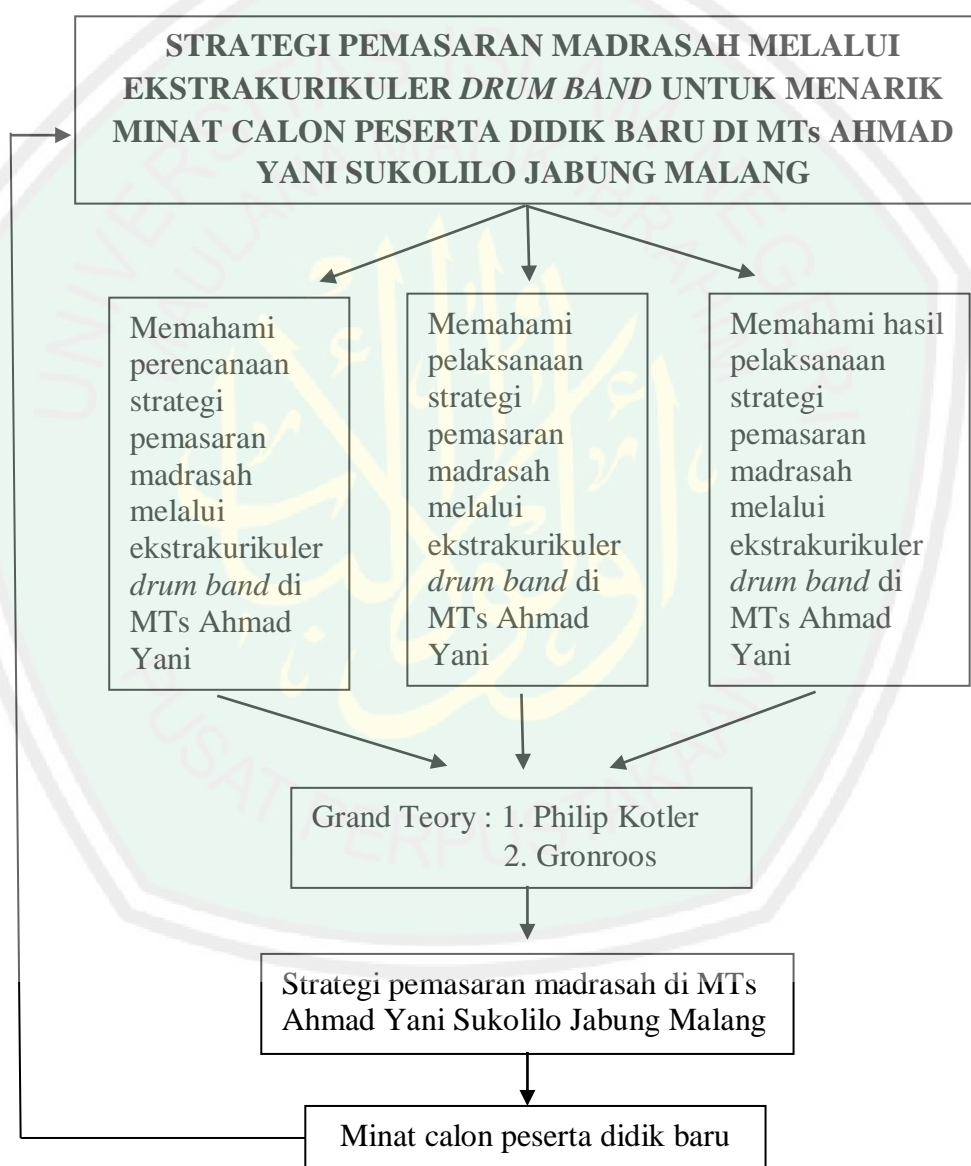


- 2) Tenaga pendidikan. Orang tua juga harus memperhatikan latar belakang pendidik yang ada di sekolah tersebut karena pendidik merupakan ujung tombak keberhasilan dalam pembelajaran.
- 3) Kondisi sekolah dan lingkungan disekitarnya termasuk kelengkapan sarana dan prasarana. Apabila semua hal terpenuhi dengan baik maka kebutuhan dan kenyamanan peserta didik juga terjamin.
- 4) Jarak sekolah. Jangan sampai terlalu jauh sehingga anak lelah di jalan menjadi tidak semangat dalam belajar.
- 5) Sesuai dengan kebutuhan dan karakter anak. Orang tua juga harus memperhatikan karakter anak tersebut dan disesuaikan dengan lembaga pendidikan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan anak.
- 6) Pengenalan akan kebutuhan karakter dan kebutuhan peserta didik.
- 7) Biaya yang dibutuhkan. Orang tua juga harus memilih sekolah sesuai kemampuan keuangannya sehingga pendidikan anak bias terlaksana tanpa ada hambatan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa orangtua harus mempertimbangkan berbagai hal dalam memilihkan sekolah untuk anaknya seperti kesesuaian visi dan misi sekolah, kondisi sekolah, jarak dan biaya. Akan tetapi juga harus disesuaikan dengan kemauan dari anak supaya proses pendidikan atau belajar bias sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

## B. Kerangka Berfikir

Dengan adanya kerangka berfikir maka akan berpengaruh pada fokus penelitian dan hasil penelitian juga akan terlihat lebih sistematis dalam pengolahannya. Berikut skema kerangka berfikir dalam skripsi penelitian ini:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian

## BAB III

### Metode Penelitian

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami apa yang dialami oleh subjek penelitian berupa perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>62</sup>

Jadi penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

#### B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai instrumen atau alat penelitian, yang artinya peneliti harus “divalidasi”. Validasi terhadap peneliti, meliputi; pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian baik secara akademik maupun logikanya.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Lexi J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 6

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 305

Kehadiran peneliti sebagai instrumen penelitian dalam penelitian ini berarti peneliti divalidasi dengan menunjukkan pemahaman mengenai metode penelitian yang digunakan, pengetahuan yang mendalam mengenai perencanaan ekstrakurikuler, pelaksanaan ekstrakurikuler, dan strategi pemasaran madrasah.

Peneliti sebagai instrumen penelitian maksudnya adalah kemampuan dari seorang peneliti dalam menguasai lapangan, kehadiran peneliti sebagai partisipan penuh, mulai dari kegiatan bertanya, memahami, mengamati, dan mengolah data menjadi hal yang paling utama dalam menyelesaikan masalah penelitian ini.

### **C. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, Jalan Raya 145 Sukolilo Kecamatan Jabung dan memiliki jalur akses yang mudah dilalui kendaraan.

### **D. Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan untuk menunjang penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari data hasil observasi, transkrip wawancara, dan dokumentasi. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini berupa buku-buku terkait teori, penelitian terdahulu berupa jurnal, skripsi, tesis, atau disertasi yang terkait dengan tema penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Observasi dan pra penelitian dilaksanakan pada 29 Juli sampai dengan 30 September 2019 di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Dalam upaya mendapatkan data yang tepat dan akurat dalam penelitian ini, metode yang diterapkan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

### 1. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>64</sup>

### 2. Metode Observasi

Metode Observasi adalah “Pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak dalam penelitian”.<sup>65</sup> Dalam hal ini peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.<sup>66</sup> Metode ini peneliti gunakan sebagai metode utama dalam memperoleh kebenaran (cross check) hasil interview. Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, yaitu observasi yang melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan pengamatan dilapangan.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Lexi J.Moleong, *Op.cit.*, hal. 186

<sup>65</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Yogyakarta : UGM Press, 1998), hal. 100.

<sup>66</sup> Ahsanudin, *Profesioanal Sosiologi*, (Jakarta: Mediatama, 2004), hal. 56.

<sup>67</sup> Husaini Usman, *Metodelogi Sosial*, (Bandung: Bumi Aksara, 1995 ), hal. 56.

### 3. Metode Dokumentasi

Dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *recorder*, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.<sup>68</sup>

## F. Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif dilakukan melalui tiga tahap. Yakni sebelum menuju lapangan, selama di lapangan dan setelah dari lapangan. Berikut penjelasannya:

### 1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis sebelum terjun di lapangan dilakukan pada studi pendahuluan atau pra penelitian serta data sekunder. Hal ini dilakukan untuk menentukan fokus penelitian yang akan diteliti.

### 2. Analisis selama di lapangan

Analisis selama di lapangan dilakukan sejak peneliti melakukan observasi, wawancara, serta mengumpulkan dan analisis dokumen-dokumen selama periode yang ditargetkan peneliti.

### 3. Analisis setelah dari lapangan

Analisis setelah dari lapangan dilakukan peneliti untuk meninjau kembali data-data yang telah diperoleh dan dianalisis sebelumnya.

---

<sup>68</sup> Lexi J.Moleong, *Op.cit.*, hal. 216

## G. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas empat tahap. Yakni tahap persiapan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap pelaporan data. Berikut rincian pelaksanaan setiap tahap dalam prosedur penelitian ini:

- a. Tahap persiapan, terdiri atas:
  1. Pra penelitian dilakukan untuk mengetahui budaya lingkungan kerja subjek penelitian
  2. Mengurus perizinan
  3. Penulisan proposal penelitian
  4. Seminar proposal
- b. Tahap pekerjaan lapangan meliputi:
  1. Observasi
  2. Wawancara
  3. Dokumentasi
- c. Tahap analisis

Pada tahap analisis, peneliti menyusun secara sistematis hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh selama pekerjaan lapangan. Selain data primer dan sekunder yang peneliti dapatkan dari informan, peneliti ini didukung dengan adanya buku-buku terkait teori sebagai data sekunder. Sehingga korelasi antar data yang diperoleh peneliti dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh pembaca untuk akhirnya dilaporkan sebagai hasil penelitian.

d. Tahap Pelaporan Data

Tahap pelaporan data menjadi tahap akhir dalam serangkaian proses pelaksanaan penelitian. Tahap ini menunjukkan kemampuan peneliti memaparkan hasil penelitian berupa laporan penelitian kepada penelitian kepada pembaca.





**BAB IV**  
**PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN**

**A. Paparan Data**

**1. Gambaran Objek Penelitian**

a. Identitas Sekolah<sup>69</sup>

Nama Sekolah	: MTs Ahmad Yani Jabung
NSM	: 121235070054
NPSN	: 20517913
Alamat	: Jalan Raya 145 Sukolilo
Desa	: Sukolilo
Kecamatan	: Jabung
Kab/Kota	: Kabupaten Malang
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 65155
Nomor Telp.	: 0341 791238
E-mail	: surat_MTsahyan@yahoo.co.id
Akreditasi	: Terakreditasi A
Tahun Didirikan	: 1982
Tahun Beroperasi	: 1982

<sup>69</sup> Dokumentasi Profil Madrasah, Staf Tata Usaha MTs Ahmad Yani Sukolilo tanggal 11 September 2019

Kepemilikan Tanah : Milik Yayasan

Status Tanah : Hibah

## 2. Sejarah Singkat MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung<sup>70</sup>

Pada pertengahan bulan April 1982 Sdr. Abd. Rahman menghubungi beberapa rekan guru Agama setempat untuk bersama-sama segera merintis pendidikan sekolah lanjutan, walaupun di daerah ini pernah didirikan sekolah-sekolah semacamnya tetapi ternyata tidak dapat lestari dan langgeng. Namun setelah di temukan beberapa tokoh masyarakat yang menyatakan dukungannya maka bergeraklah para perintis.

Adapun para perintis itu adalah Sdr. Mas'ud, Abd. Rahman, Naim, Djunaidi, Abd. Muntholib dan S. Muchsin. Kelimanya adalah guru-guru Agama Depag dalam wilayah kec. Jabung, sedangkan Abd. Rahman adalah guru Agama Depag dalam wilayah Kotamadya Malang. Keenam orang inilah sekaligus menjadi pendiri Madrasah Tsanawiyah ini. Dengan mengambil tempat di rumah Sdr. Abd. Rahman beralamatkan di Desa Jilu Sidomulyo, bertepatan pada hari rabu tanggal 10 Mei 1982 mereka mengadakan musyawarah perintisan pendirian. Dalam hasil musyawarah itu diputuskan langkah-langkah sebagai berikut: Pertama, mengadakan pendekatan kepada jabatan, ulama, dan

---

<sup>70</sup> Diperoleh dari dokumen yang dimiliki oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

tokoh masyarakat. Kedua, menyusun panitia pendiri. Ketiga, menentukan nama dan jenis sekolah.

Dengan Ridho Allah SWT dan syafaat Rosulullah SAW pada tanggal 2 Agustus 1982 telah dibuka Madrasah Tsanawiyah Ahmad Yani Jabung yang merupakan karunia yang berharga dalam terwujudnya usaha peningkatan pendidikan, ketakwaan, serta sarana pusat budaya masyarakat yang sesuai dengan cita-cita kebahagiaan, kesejahteraan dunia dan akhirat dalam kehidupan masyarakat pancasila. Berdirinya Madrasah Tsanawiyah di sini wajar mendapat dukungan serta tempat di hati masyarakat, karena memang merupakan suatu kebutuhan. Hal ini karena adanya tiga faktor potensial yang besar, yaitu cukup banyaknya lembaga pendidikan dasar baik Madrasah Ibtidaiyah maupun sekolah dasar, kesadaran beragama yang mewajibkan menuntut ilmu secara berkesinambungan dan kehidupan sosial masyarakat yang terus berkembang.

Berikut adalah data Madrasah Tsanawiyah Ahmad Yani Sukolilo Jabung:

Nama Sekolah : Madrasah Tsanawiyah Ahmad Yani Jabung

Alamat : Jalan Raya 145 Sukolilo

Desa : Sukolilo

Kecamatan : Jabung

Kab/Kota : Kabupaten Malang

Akreditasi : Terakreditasi A

#### A. Visi, Misi, dan Tujuan

##### 1) Visi

Visi MTs Ahmad Yani Jabung adalah unggul dalam prestasi, terdepan dalam inovasi dan maju dalam kreasi.

Indikator:

- a. Prestasi dalam bidang Agama
- b. Prestasi dalam bidang akademik dan non akademik
- c. Prestasi dalam bidang IPTEK dan IMTAQ
- d. Bersikap disiplin dalam kehidupan sehari-hari
- e. Mengembangkan inovasi pembelajaran
- f. Berpola hidup sehat jasmani dan rohani
- g. Terwujudnya lingkungan yang aman, asri, indah, produktif, dan inovatif
- h. Mengembangkan nilai-nilai budaya dan karakter bangsa

##### 2) Misi

- a. Mengutamakan pembelajaran akhlakul karimah peserta didik
- b. Meletakkan dasar pendidikan Islam berhaluan ahlussunnah waljamaah
- c. Mewujudkan siswa yang mampu berfikir kritis dan tanggap dalam perkembangan teknologi
- d. Meningkatkan prestasi akademik dan non akademik

- e. Mengembangkan kurikulum yang berpihak pada potensi daerah

### 3) Tujuan

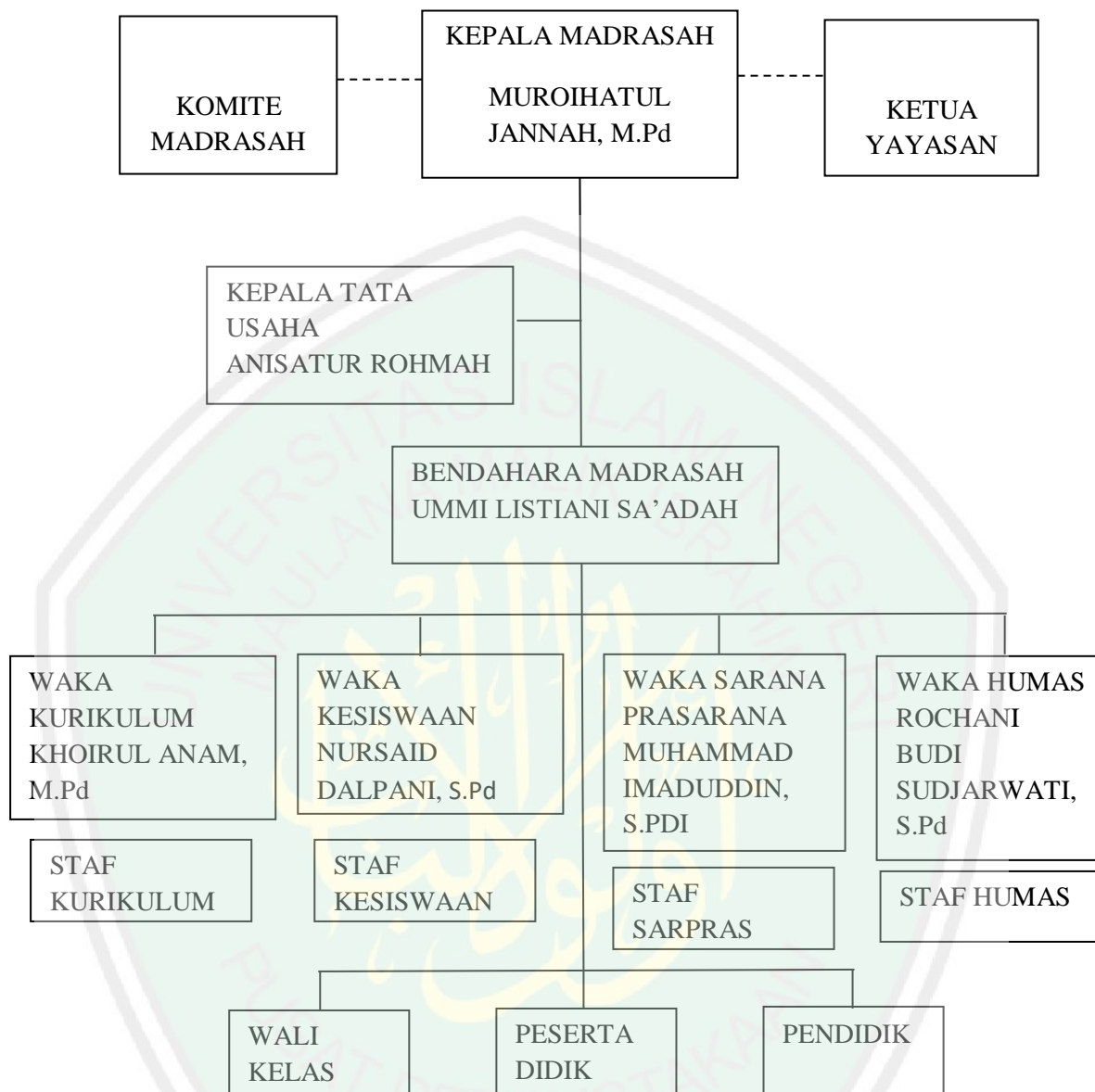
- a. Meningkatkan guru dan siswa yang berprestasi
- b. Mendorong kearah perubahan pola pikir dan perilaku guru dan siswa yang memiliki keunggulan ciri khas keIslaman.
- c. Siswa dan guru mampu mengembangkan diri terhadap perubahan dan adaptasi pada lingkungannya
- d. Mampu hidup dan menghidupi dirinya sendiri
- e. Anggun dalam berbuat, cerdas dalam berekspresi, santun dalam bertindak
- f. Mampu memberikan kontribusi positif pada lingkungannya

### 3. Struktur Organisasi Madrasah<sup>71</sup>

Struktur organisasi merupakan bagian penting dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi memiliki fungsi untuk pembagian tugas dan tanggung jawab tercapainya tujuan bersama. Adapun struktur organisasi di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung periode 2019 sebagai berikut:

---

<sup>71</sup> Diperoleh dari dokumen yang dimiliki oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Kegiatan administrasi sekolah dikerjakan oleh 8 staf meliputi :  
 kepala tenaga administrasi dan pelaksanaan urusan kepegawaian, 1  
 pelaksana administrasi keuangan dan kerumahtanggaan madrasah, 1  
 administrasi pondok putri dan pembantu keuangan 1, 1 pelaksana urusan

administrasi surat menyurat dan administrasi kesiswaan, 1 pelaksana administrasi umum dan kopsis, 1 pelaksana urusan kesiswaan dan sarana prasarana, 1 administrasi pondok putra dan pembantu keuangan 2, 1 tenaga administrasi umum dan administrasi kesiswaan. Berikut adalah nama-nama pegawai ketatausahaan di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung:

Tabel. 4.1

Tenaga Kependidikan MTs Ahmad Yani

<b>TENAGA KEPENDIDIKAN</b>		
<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN</b>
1	Anisatur Rohmah	Kepala tenaga administrasi dan pelaksanaan urusan kepegawaian
2	Ummi Listiani Saadah	Pelaksana administrasi keuangan dan kerumahtanggaan madrasah
3	Khoir Rozakiyah	administrasi pondok putri dan pembantu keuangan 1
4	Ahmad Taufiq	pelaksana urusan administrasi surat menyurat dan administrasi kesiswaan
5	Fatimatuz Zahro	pelaksana administrasi umum dan kopsis
6	Muhammad Miftahul Fauzi	pelaksana urusan kesiswaan dan sarana prasarana
7	Romadhoni	administrasi pondok putra dan pembantu keuangan 2
8	Muhammad Badrul Huda	administrasi umum dan administrasi kesiswaan

Pembagian tugas tenaga kependidikan di MTs Ahmad Yani sudah terstruktur secara baik, begitu juga dengan pembagian tugas pembina dan pelatih ekstrakurikuler. Berikut adalah nama-nama pembina dan pelatih ekstrakurikuler yang ada di MTs Ahmad Yani Jabung:

Tabel 4.2

Pembina dan Pelatih Ekstrakurikuler

Koordinator Ekstrakurikuler: M. Badrul Huda (Pembina OSIS)		
No	Ekstrakurikuler	Pembina dan Pelatih
1.	Drumband	a. Muhammad Imadudin, S.PdI b. Abdul Muntholib (Pelatih) c. Khoirul Hadi (Pelatih) d. Ahmad Mukhson (Pelatih) e. M. Miftahul Fauzi (Asisten)
2.	Pramuka	Zumrotul Muniroh, S.Pd
3.	PMR	Ahmad Taufiq
4.	Olahraga	Nur Aini
5.	Al-Banjari	M. Badrul Huda
6.	Seni Baca Al- Qur'an	Munirotul Hanifah



#### 4. Bentuk Kegiatan Pengembangan Diri MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung<sup>72</sup>

##### a. Kegiatan pengembangan diri secara terprogram

Kegiatan pengembangan diri secara terprogram dilaksanakan dengan perencanaan khusus dalam kurun waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan peserta didik secara individual, kelompok, dan atau klasikal melalui penyelenggaraan layanan dan kegiatan pendukung konseling, dan berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler.

##### b. Kegiatan pengembangan diri secara tidak terprogram

Kegiatan pengembangan diri secara tidak terprogram dapat dilaksanakan sebagai berikut:

Tabel 4.3

#### Pengembangan Diri Tidak Terprogram

Kegiatan	Contoh Kegiatan
<i>Rutin</i> , yaitu kegiatan yang dilakukan terjadwal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piket Kelas</li> <li>• Baris di lapangan dan membaca janji pelajar</li> <li>• Berdoa sebelum dan sesudah kegiatan pembelajaran</li> <li>• Membaca Al- Qur'an sebelum jam pertama</li> <li>• Sholat dhuhs dan dzuhur berjamaah</li> <li>• Senam bersama</li> </ul>

<sup>72</sup> Diperoleh dari dokumen yang dimiliki oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upacara bendera</li> <li>• Bakti social</li> <li>• Dan lain-lain</li> </ul>
<b>Spontan</b> , adalah kegiatan tidak terjadwal dalam kejadian khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberi dan menjawab salam</li> <li>• Meminta maaf</li> <li>• Berterima kasih</li> <li>• Mengunjungi teman/ orang sakit</li> <li>• Membuang sampah pada tempatnya</li> <li>• Menolong orang dalam kesusahan</li> <li>• Melerai pertengkaran</li> <li>• Membudayakan antri</li> <li>• Dan lain-lain</li> </ul>
<b>Keteladanan</b> , adalah kegiatan dalam bentuk perilaku sehari-hari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penampilan guru</li> <li>• Mengambil sampah yang berserakan</li> <li>• Mengucapkan terimakasih</li> <li>• Meminta maaf jika bersalah</li> <li>• Menghargai pendapat orang lain</li> <li>• Memberi kesempatan kepada orang yang berbeda pendapat</li> <li>• Mendahulukan kesempatan kepada kedua orang tua</li> <li>• Penugasan peserta didik secara bergilir</li> <li>• Menaati tata tertib (disiplin, taat waktu dan peraturan)</li> <li>• Memberi salam ketika bertemu</li> <li>• Berpakain rapi dan bersih</li> <li>• Menepati janji</li> <li>• Memberi penghargaan kepada yang berprestasi</li> <li>• Berperilaku santun</li> <li>• Pengendalian diri yang baik</li> <li>• Mengakui kebenaran orang lain</li> <li>• Dan lain-lain</li> </ul>

## 5. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan Pengembangan Diri

- a. Kegiatan diri yang bersifat rutin dilaksanakan pada waktu pembelajaran efektif dengan mengalokasikan waktu khusus dalam jadwal pelajaran, dibina oleh guru dan konselor.
- b. Kegiatan Pengembangan diri yang bersifat spontan dilaksanakan secara incidental baik diwaktu pembelajaran efektif maupun di luar jam pembelajaran efektif yang dibina oleh semua guru, wali kelas maupun konselor.
- c. Kegiatan pengembangan diri terprogram dilaksanakan dilaksanakan di luar jam pembelajaran (kegiatan ekstrakurikuler) dibina oleh guru, praktisi, atau alumni yang memiliki kualifikasi baik berdasarkan keputusan kepala madrasah.
- d. Jadwal kegiatan pengembangan diri seperti tercantum pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Jadwal Kegiatan Pengembangan Diri

NO	JENIS KEGIATAN	KELAS	WAKTU
1.	Bimb. Konseling	VII, VIII, IX	Senin- Sabtu
2	Ekstrakurikuler:		
	a. Kepramukaan	VII, VIII	Sabtu

	b. Baca Tulis Al- Qur'an	VII, VIII, IX	Sabtu
	c. Musik Islam Al Banjari	VII, VIII	Sabtu
	d. Drumband	VII, VIII, IX	Jumat
	e. PMR	VII, VIII, IX	Kamis
	f. Seni Kaligrafi	VII, VIII, IX	Rabu
	g. Sepak bola	VII, VIII, IX	Minggu
	h. Bola Volly	VII, VIII, IX	Minggu
	Rutin :		
3	a. Piket Kelas	VII, VIII, IX	Senin-Sabtu
	b. Berdoa sebelum dan sesudah pelajaran	VII, VIII, IX	Senin-Sabtu
	c. Sholat Dhuha dan dzuhur berjamaah	VII, VIII, IX	Senin-Sabtu
	d. Senam bersama, Majelis Ta'lim	VII, VIII, IX	Setiap tanggal 11
	e. Upacara Bendera	VII, VIII, IX	Setiap hari Senin
	f. Bakti Sosial	VII, VIII, IX	Insidental
4	Spontan	VII, VIII, IX	Insidental
5	Teladan	VII, VIII, IX	Insidental

## B. Hasil Penelitian

### 1. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler

#### *Drum band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs

Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

Uraian berikut adalah salah satu upaya mendeskripsikan hasil penelitian yang telah kami lakukan. Dengan mendeskripsikan hasil-hasil dari penelitian ini maka kita akan mengetahui bagaimana perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

Strategi yang dimaksud penulis dalam penelitian ini merupakan sarana untuk memperoleh keberhasilan dalam mencapai tujuan akhir. Dalam strategi pasti memerlukan perencanaan yang matang, dengan adanya perencanaan yang matang maka dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mengembangkan sebuah organisasi.

“MTs Ahmad Yani mempunyai perencanaan program semester dan perencanaan program tahunan untuk dijadikan pedoman dalam melaksanakan program madrasah, jadi semua kegiatan sudah terorganisir dengan baik.”<sup>73</sup>

Perencanaan pemasaran madrasah dilakukan dengan kegiatan rapat. Sebelum melakukan rapat dengan guru beserta staff, kepala madrasah terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pihak yayasan.

---

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 08.00 WIB

Hal-hal yang direncanakan adalah pembentukan panitia PPDB, anggaran biaya, target pemasaran, sampai sasaran pemasaran.

Perencanaan pada waktu PPDB yaitu dengan pembagian brosur sekaligus sosialisasi ke beberapa SD/MI di sekitar Jabung, pembagian kalender, pemasangan banner, melakukan promosi melalui media sosial. Perencanaan diluar waktu PPDB yaitu dengan mengadakan peringatan 10 Muharram dan santunan anak yatim duafa, pembagian daging kurban kepada masyarakat, pawai memperingati 1 Muharram, pawai *drum band* untuk memeriahkan maulid Nabi, pawai *drum band* untuk memeriahkan hari santri nasional, undangan masyarakat.

Dalam perencanaan manajemen pemasaran madrasah di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung dirumuskan tujuan pemasaran. Tujuan pemasaran MTs Ahmad Yani yaitu, mengenalkan madrasah kepada masyarakat sehingga menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Dengan banyaknya peminat maka akan bisa mencapai target pemasaran.

“Perencanaan strategi pemasaran madrasah juga dilakukan dengan cara memantapkan kualitas *drum band* yang biasanya mengikuti kegiatan pawai untuk menarik minat masyarakat. MTs Ahmad Yani membuat program kerja mingguan, program kerja tahunan, program kerja insidental dan non periodik.”<sup>74</sup>

Cara yang digunakan untuk memantapkan kualitas *drum band* ada berbagai macam, yaitu dengan cara membuat program kerja mingguan,

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 08.00 WIB

tahunan, insidental dan non periodik. Dengan adanya latihan yang teratur maka mereka tidak gagap ketika ada acara ataupun undangan yang sifatnya mendadak.

Berikut ini pemaparan mengenai program kerja ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung:<sup>75</sup>

**a. Program Kerja Mingguan**

Program kerja mingguan mencakup kegiatan apa saja yang dilakukan selama satu pekan yaitu, latihan rutin, pengkondisian peralatan apabila akan latihan dan evaluasi bersama sesudah latihan. Latihan rutin dilaksanakan satu kali dalam satu pekan, yaitu pada hari Jumat pukul 14.00 – 17.00 WIB.

Pengkondisian alat merupakan cara untuk merawat peralatan *drum band* mulai dari pengambilan peralatan dari dalam ruangan ekstrakurikuler hingga dikembalikan lagi ke dalam ruangan ekstrakurikuler *drum band*. Teknisi yang dipakai adalah setiap peserta drumband mengambil sendiri-sendiri alat drumband yang mereka mainkan, setiap individu bertanggung jawab penuh terhadap alat *drum band* yang dipegangnya. Setelah latihan selesai secara bergantian alat drumband dimasukkan sendiri-sendiri ke dalam ruangan ekstrakurikuler *drum band*.

---

<sup>75</sup> Diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imaduddin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 08.30 WIB

Ketika latihan *drum band* telah selesai maka seluruh anggota *drum band* berkumpul terlebih dahulu untuk evaluasi. Dengan adanya evaluasi ini maka pelatih dan pembina dapat mengetahui perkembangan selama latihan, group *drum band* Gita Sandi Ahmad Yani tidak pernah libur latihan kecuali bulan puasa, pembina *drum band* mengatakan bahwa latihan Istiqomah itu penting sehingga harus diterapkan dalam kegiatan apapun. Setelah evaluasi selesai kemudian berdoa bersama dan kembali pulang kerumah masing-masing.

#### **b. Program Kerja Bulanan**

Setiap bulan diadakan kegiatan inventarisasi alat *drum band*. Kegiatan ini diadakan dengan tujuan supaya alat *drum band* tetap dalam keadaan baik, apabila terdapat alat yang rusak maka dapat segera diperbaiki supaya tidak menghambat jalannya latihan *drum band*.

Teknisinya apabila ada alat yang rusak maka pembina selanjutnya memperbaiki dengan menggunakan uang kas dan uang bantuan dari sekolah dengan jumlah sesuai dengan kerusakan. Dengan diadakannya inventarisasi secara rutin diharapkan kondisi peralatan *drum band* tetap dalam kondisi baik dan nyaman untuk dimainkan.



### c. Program Kerja Tahunan

Penerimaan anggota baru adalah program kerja tahunan yang diadakan melalui tahap seleksi tes bakat minat serta uji keterampilan dalam bermain *drum band*. Setelah diadakan tes dan pengumuman maka diadakan pendidikan dasar untuk memberikan materi dasar yang berupa pengenalan baris berbaris dan dasar-dasar pukulan.

Program kerja selanjutnya adalah kegiatan bagi-bagi takjil dan buka bersama. Anak-anak *drum band* diajari untuk bersosial dengan masyarakat dan membiasakan sedekah sejak dini dengan cara bagi-bagi takjil gratis. Selain bagi-bagi takjil mereka juga bermain *drum band* dipinggir jalan bergantian dengan paguyuban *drum band*. Kegiatan buka bersama juga turut mengundang tokoh masyarakat setempat supaya mempererat tali silaturahmi dengan anak-anak *drum band* MTs Ahmad Yani.

Madrasah tidak hanya sebuah nama, tetapi memang didalamnya tertanam nilai-nilai moral, etika, sopan santun yang lebih kental daripada sekolah pada umumnya. Selain itu sebagai lembaga dalam naungan kemenag, setiap tahunnya *drum band* MTs Ahmad Yani ikut serta memperingati hari santri Nasional dengan cara mengikuti kegiatan kirab *drum band* se-Kecamatan Jabung, mereka membawakan lagu-lagu religi, lagu yang sedang hits, dan lagu lama atau lagu kenangan.

Mengikuti lomba *drum band* setiap 1 tahun sekali biasanya bertepatan dengan bulan April, sebuah lomba yang diselenggarakan oleh Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Kota Malang.

#### d. Program Kerja Insidental

Program kerja insidental maksudnya adalah program kerja yang tidak terencana. Program kerja ini berhubungan dengan kegiatan undangan penampilan, maupun festival yang waktunya tidak bisa ditentukan.

#### e. Program Kerja Non Periodik

Program kerja non-periodik adalah program yang dilaksanakan hanya untuk mempersiapkan event lomba yang akan diikuti. Adapun tabel program kegiatan lomba kurang lebih seperti berikut:

Tabel 4.5 Program Latihan

Hari	Jam	Kegiatan
Minggu	13.00 – 17.00	-LKKB 4 Km -LBB Kering (Tanpa lagu) -LBB Lagu Mars PDBI dan Patriot -LBJP Campuran -LUG 1 Lagu
Senin	13.00-17.00	-LKKB 6 Km -LBB Kering (Tanpa lagu) -LBB Lagu Mars PDBI dan Patriot -LBJP Campuran -LUG 1 Lagu
Selasa	13.00- 17.00	-LKKB 6 Km

		-LBB Kering (Tanpa lagu) -LBB Lagu Mars PDBI dan Patriot -LBJP Campuran -LUG 1 Lagu
Rabu	13.00- 17.00	-LKKB 4 Km -LBB Kering (Tanpa lagu) -LBB Lagu Mars PDBI dan Patriot -LBJP Campuran -LUG 1 Lagu

Untuk memulai langkah perencanaan maka harus dipertimbangkan juga mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau lebih dikenal dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength* (keunggulan), *weakness* (kekurangan), *opportunities* (peluang), *threat* (rintangan). Gambarannya seperti ini, *strength* (kekuatan atau keunggulan) dan *weakness* (kelemahan atau kekurangan) merupakan kondisi yang berada dalam internal Madrasah (*drum band*), sedangkan *opportunities* (peluang atau kesempatan) dan *threat* (ancaman atau rintangan) adalah sebuah keadaan yang berada dalam eksternal MTs Ahmad Yani (*drum band*).

<b>Internal</b>	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
<b>Eksternal</b>	<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>

Gambar 4.3 Analisis SWOT

“Menggunakan strategi SWOT dalam pemasarannya, sebab sekarang banyak sekolah-sekolah lain yang sudah mempunyai ekstrakurikuler *drum band*, jika kita monoton dan tidak berinovasi

maka bisa jadi ekstrakurikuler di MTs Ahmad Yani akan kalah saing dalam pemasarannya.”<sup>76</sup>

Strategi pemasaran madrasah melalui *drum band* merupakan sebuah rencana pemasaran madrasah yang harus diiringi dengan pemanfaatan peluang yang ada di lingkungan, bagaimana bisa memikat hati masyarakat melalui ekstrakurikuler *drum band* supaya anak-anak mereka tertarik untuk bersekolah di MTs Ahmad Yani. Selain harus bisa membaca peluang berupa minat dan antusias masyarakat yang tinggi terhadap seni musik *drum band*, maka yang tidak kalah penting adalah tindakan membaca ancaman ataupun rintangan yang ada, misalnya pesaing dari madrasah lain yang juga memiliki *drum band* unggul, maka *drum band* di MTs Ahmad Yani harus terus berinovasi supaya memiliki keunggulan yang membedakannya dengan *drum band* di sekolah lainnya.

Dimana ada keunggulan pastinya juga ada kekurangan, dibutuhkan tekad dan strategi yang tepat dalam mengolah kekurangan ini supaya tidak menjadi penghambat berjalannya kegiatan *drum band*, keunggulan *drum band* di MTs Ahmad Yani adalah memiliki rasa kekeluargaan yang sangat tinggi, anak-anak *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung memiliki kekompakan yang bagus, mereka mau bergotong royong ketika grup *drum band* memerlukan bantuan. Kekurangan *drum band* MTs Ahmad Yani adalah, kendala dalam hal biaya perawatan *drum band* yang memerlukan biaya banyak.

---

<sup>76</sup> *Ibid.*

## 2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler

### *Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs

Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

Strategi pemasaran yang dilakukan madrasah merupakan salah satu hal yang pokok untuk menentukan cara yang tepat dalam memperkenalkan madrasah pada masyarakat luas. Strategi pemasaran madrasah dapat dilakukan dengan promosi. Promosi yang dilakukan ada dua macam yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB).

“Jadi pelaksanaan strategi pemasaran di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ada dua yaitu pada waktu penerimaan peserta didik baru dan diluar penerimaan peserta didik baru, promosi diluar peserta didik baru lebih memakan biaya yang sedikit dan banyak menimbulkan efek ketertarikan kepada masyarakat, sedangkan promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru lebih memerlukan anggaran dana yang banyak untuk mencetak brosur, banner, kalender, dan presentasi ke sekolah-sekolah.”<sup>77</sup>

#### a. Promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru

Pelaksanaan PPDB merupakan waktu yang tepat untuk melakukan promosi. Karena pada saat itu banyak sekolah-sekolah yang berlomba dalam mencari peserta didik baru untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Promosi yang dilakukan ada berbagai macam. Promosi yang dilakukan pada waktu menjelang tahun ajaran baru yaitu dengan pembuatan brosur, kalender, memasang spanduk,

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 08.30 WIB

pamflet, banner yang bertujuan untuk memberitahukan bahwa sudah saatnya penerimaan peserta didik baru. Brosur, kalender, spanduk, pamflet, banner yang dipasang mencantumkan keunggulan MTs Ahmad Yani terutama dalam bidang *drum band*. Berikut penjabaran tentang promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru:

#### 1) Pembagian Brosur

“MTs Ahmad Yani melakukan presentasi ke MI/SD dengan menampilkan visi misi, prestasi, dan keunggulan madrasah supaya mereka mengetahui bagaimana kondisi di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung sehingga menimbulkan ketertarikan mereka terhadap MTs Ahmad Yani”<sup>78</sup>

Daftar SD/ MI yang dibagikan brosur dari MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung yaitu SDN 1 Sukolilo, SDN 1 Kemantren, SDN 3 Kemantren, SDN 1 Jabung, SDN 3 Jabung, SDN 1 Slamparejo, SDN 3 Slamparejo, SDN 1 Argosari, SDN 1 Gadingkembar, SDN 3 Gadingkembar, SDN 1 Gunung Jati, SDN 3 Gunung Jati, SDN 4 Gunung Jati, SDN 6 Kemantren, SDN 2 Sidomulyo, SDN 2 Gadingkembar, MI Miftahul Huda, MI Sunan Giri, MI Al Marhamah, MI Roudlotul Jannah, MI Darulfalah, SDN 2 Pakisjajar, MI Nurul Huda, MI Hasyim Asy’ari, SDN 1 Kemiri, SDN 2 Kemiri, SDN 3 Kemiri, MI Nurul Huda Kemiri, MI Bani Rouf, SDN 2 Sukopuro, SDN 2 Sukopuro, SDN 3 Sukopuro, SDN 1 Pandansari lor, SDN 2 Pandansari lor, SDN 2 Argosari.

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan ibu Muroihatul Jannah, M.Pd Kepala sekolah MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 09.00 WIB

Pembagian brosur dilakukan pada bulan Januari (Tanggal 1-31) tahun 2020 karena pendaftaran peserta didik baru gelombang 1 di MTs Ahmad Yani dibuka pada bulan Februari – Maret, sedangkan gelombang 2 dibuka pada bulan April – Mei.

#### 2) Pembagian Kalender

Kalender juga dibagikan ke tiap tiap sekolah yang menjadi sasaran pembagian brosur yaitu pada bulan Januari tanggal 1-31 Januari tahun 2020. Kalender MTs Ahmad Yani berisikan gambar-gambar kegiatan ke Islaman, gambar Ekstrakurikuler, Prestasi, dan keunggulan-keunggulan yang lainnya.

#### 3) Pemasangan Banner

Pemasangan banner ini bertujuan untuk mempromosikan MTs Ahmad Yani kepada seluruh masyarakat dan setiap orang yang melewati jalan raya di depan MTs Ahmad Yani. Termasuk apabila ada tamu atau orang tua siswa yang datang ke madrasah dengan harapan mereka melakukan promosi melalui mulut ke mulut.

#### 4) Media Sosial Sebagai Ajang Promosi

Pemasaran melalui media sosial menjadi tren di era internet ini. Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui sosial media diantaranya adalah sarana berkomunikasi dengan konsumen

(masyarakat), sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh madrasah, dan menjadi sebagai media promosi gratis yang dapat diakses oleh semua pihak.

b. Promosi diluar waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB)

Promosi sekolah tidak hanya dilakukan ketika menjelang penerimaan peserta didik baru saja, akan tetapi juga bisa dilakukan diluar kegiatan penerimaan peserta didik baru dengan melalui kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah. Adapun kegiatan yang dilaksanakan yaitu:

1) Peringatan 10 Muharram dan Santunan Anak Yatim

MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung memperingati 10 Muharram dan mengundang anak yatim piatu yang ada di sekitar wilayah Sukolilo Jabung. Santunan anak yatim piatu menjadi program pendukung yang dilakukan oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Tema yang diangkat adalah “Membangun empati melalui berbagi untuk semangat peradaban Islam” dengan pemateri yaitu beliau Gus M. Sya’roni ketua MWCNU kecamatan Jabung.

Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 10 September 2019 dimulai pagi hari sekitar pukul 08.00 WIB dengan rangkaian acara: a) Pembukaan, b) Pembacaan ayat suci Al- Qur’an, c)



Sambutan, d) Tari Sufi yang diiringi oleh tim banjara MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, e) Pemberian santunan kepada anak-anak kurang mampu dan anak yatim piatu, f) Penutup.

## 2) Pembagian Daging Kurban

Pembagian daging kurban menjadi kegiatan rutin madrasah untuk melatih siswa melakukan pengelolaan kurban. Membagikan daging kurban merupakan salah satu cara bersosialisasi serta mengenalkan MTs Ahmad Yani Jabung kepada masyarakat. Pertama yang dilakukan yaitu mendata warga yang kurang mampu kemudian dilakukan pengarahan dan pembagian tugas dalam membagikan daging kurban.

## 3) Pawai 1 Muharram

Peringatan Tahun Baru Islam 1 Muharram ini cukup meriah. Seluruh warga sekolah MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung berkeliling jalan sekitar desa Sukolilo dengan diiringi mobil yang membawa pengeras suara sambil bersholawat, mereka juga membawa tulisan tulisan tentang “*happy Islamic new year*”. Peringatan ini dilakukan pada tanggal 30 Agustus 2019.

## 4) Pawai *Drum Band* untuk Memeriahkan Maulid Nabi

*Drum Band* merupakan sebuah *icon* dari MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Ekstrakurikuler *Drum band* ini sudah banyak

menyumbangkan piala untuk madrasah. Tentunya pawai *Drum band* ini secara tidak langsung akan menarik perhatian masyarakat. Strategi pemasaran madrasah yang dilakukan melalui pawai *drum band* ini sangat berpengaruh terhadap jumlah peserta didik yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Pawai *drum band* yang diselenggarakan untuk memeriahkan Maulid Nabi Muhammad SAW ini dilakukan pada tanggal 01 Desember di Mushola At-Taqwa desa Sukolilo, pada tanggal 08 Desember 2019 di Mushola Sunan Muria desa Sukolilo dan pada tanggal 18 Desember 2019 di SMA Sunan Kalijogo desa Kemantren Jabung.

5) Pawai *Drum Band* untuk memeriahkan Hari Santri

Untuk memeriahkan peringatan hari santri Nasional (HSN), grup *Drum Band* Gita Sandi Ahmad Yani (GSA) tampil meramaikan peringatan HSN di Kecamatan Jabung pada tanggal 17 Oktober 2019. Karena identitasnya adalah Madrasah, maka sebisa mungkin MTs Ahmad Yani harus antusias untuk memeriahkan hari santri ini.

6) Undangan Masyarakat

GSA Ahmad Yani sudah mempunyai nama yang populer di kecamatan Jabung, sehingga banyak warga yang sudah mengetahui kualitas permainan GSA Ahmad Yani dan tidak diragukan lagi bahwa masyarakat sudah menaruh kepercayaan kepada GSA

Ahmad Yani untuk mengisi dan memeriahkan acara. Pada tanggal 4 Februari 2020 grup *drum band* Ahmad Yani diundang dalam acara khitanan di desa Kemantren Jabung Malang.

a) Langkah-langkah dalam Pelaksanaan Pemasaran Madrasah

Langkah-langkah dalam pelaksanaan pemasaran madrasah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sehingga dapat menciptakan citra baik terhadap masyarakat. Apabila citra baik madrasah sudah diperoleh maka masyarakat akan lebih percaya dan madrasah secara otomatis akan mendaftarkan anak-anak mereka di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Selain memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat pihak madrasah juga harus dapat memenuhi tuntutan permintaan pasar.

Selain memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, pihak madrasah juga harus dapat memenuhi tuntutan permintaan pasar. MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang ikut berperan dalam pengembangan akhlak dan perilaku siswa. Sebagai bentuk konkritnya sekaligus menjawab permintaan pasar MTs Ahmad Yani terus mengembangkan ekstrakurikuler *drum band*, kaitannya *drum band* dengan akhlak dan perilaku siswa adalah dengan mengikuti *drum band* maka secara tidak

langsung siswa juga belajar gotong royong bekerja dalam satu grup, karena *drum band* merupakan permainan *team*, apabila satu anggota saja jelek mainnya maka akan memengaruhi kualitas permainan.

Ekstrakurikuler *Drum band* juga mengajarkan siswa tentang interaksi sosial, ketika mereka di undang masyarakat untuk mengisi atau memeriahkan suatu acara maka mereka harus belajar tepat waktu supaya tidak mengecewakan pihak yang mengundang, disamping itu mereka juga belajar bermasyarakat bagaimana sopan santun ketika berada dilingkungan yang tidak sebaya dengan mereka. *Drum Band* di kecamatan Jabung khususnya di desa Sukolilo merupakan seni musik yang digemari dari berbagai usia mulai dari anak-anak sampai dengan orang tua. Oleh karena itu MTs Ahmad Yani sering melakukan pawai *drum band* untuk menarik minat masyarakat.

“Komunikasi yang dibangun adalah komunikasi partisipatif, yaitu masyarakat berhak menyampaikan pendapat mereka dengan bahasa mereka juga, gunanya untuk menumbuhkan keyakinan mereka dan untuk membangun *drum band* MTs Ahmad Yani dan MTs Ahmad Yani secara keseluruhan supaya lebih maju”<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 9 Desember 2019 pukul 08.30 WIB..

Segmentasi pasar MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung merupakan salah satu pengelompokan segmen tertentu terhadap pasar atau konsumen. Di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung tidak ada segmentasi tidak ada pengelompokan berdasarkan segmen tertentu. Hanya saja lebih menekankan ke Agama dan akhlaknya karena merupakan sekolah Islam (madrasah).

*Drum band* menjadi program andalan atau *brand* utama yang ditawarkan kepada masyarakat. Banyak piala yang telah disumbangkan oleh seni musik *drum band* kepada madrasah, hal ini menjadi bukti bahwa *drum band* Gita Sandi Ahmad Yani (GSA) memiliki kualitas yang baik.

Kegiatan promosi di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ada beberapa cara yaitu:

- 1) Komunikasi langsung dengan calon pelanggan yaitu dengan presentasi ke SD/MI.
- 2) Promosi menggunakan media komunikasi seperti pemasangan spanduk, pembagian brosur, membuat akun facebook untuk promosi di media sosial.

- 3) Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dengan mengadakan pembagian daging kurban kepada masyarakat, mengadakan pengajian, pembagian kalender.
- 4) Pembagian brosur setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, mengikutsertakan siswa di setiap kegiatan untuk tampil.
- 5) Komunikasi dari mulut ke mulut yaitu dengan menyelipkan nama MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung disetiap kesempatan seperti ketika diberikan kesempatan untuk melakukan sambutan dalam suatu acara dan ketika sedang mengobrol dengan masyarakat sekitar. Selain itu juga dengan perantara wali murid dan alumni yang sudah lulus.
- 6) Pawai *Drum band* di sekitar desa Sukolilo untuk menarik perhatian masyarakat.
  - b) Faktor pendukung dan faktor penghambat pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* beserta solusi yang dilakukan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung

Setiap suatu kegiatan pasti ada faktor yang mendorong dan faktor yang menghambat terlaksananya suatu kegiatan serta solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Setelah melaksanakan perumusan dalam melaksanakan strategi

pemasaran, maka langkah selanjutnya MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung bisa menerapkan strategi pemasaran.

#### 1) Faktor pendukung

Dalam melaksanakan pemasaran madrasah MTs Ahmad Yani memiliki kegiatan ekstrakurikuler yang banyak dan beragam seperti ekstrakurikuler Al Banjari, Ekstrakurikuler Olahraga, Ekstrakurikuler Pramuka, Ekstrakurikuler PMR, Ekstrakurikuler *Drum Band*, OSIS.

Ekstrakurikuler *Drum Band* menjadi *brand image* MTs Ahmad Yani. Keunggulan *drum band* di MTs Ahmad Yani adalah pelatih di MTs setiap tahun minimal mengolah 5-6 lagu baru. Tim *drum band* berani tampil 3 lagu sekaligus dalam satu kali main, biasanya membawakan 1 lagu yang sedang hits atau naik daun, 1 lagu religi, dan 1 lagu lama atau lagu kenangan sehingga semua kalangan bisa menikmati permainan *drum band* MTs Ahmad Yani.

Seragam atau kostum yang dimiliki grup *drum band* MTs Ahmad Yani setiap 3 tahun sekali diganti dengan seragam atau kostum yang baru. Sehingga masyarakat tidak bosan melihat kostum yang selalu sama.

#### 2) Faktor penghambat

Faktor penghambatnya prasarana madrasah seperti gedung yang sudah tua dan sebagian belum terenovasi. Selain itu dalam hal biaya perawatan peralatan *drum band* memerlukan biaya yang banyak. Tempat penyimpanan peralatan *drum band* yang kurang mendukung dan sudah waktunya untuk direnovasi.

c) Solusi

Solusi merupakan tindak lanjut dari masalah yang muncul. Untuk mengatasi gedung yang sudah tua, maka secara bertahap madrasah melakukan perbaikan, seperti saat ini madrasah sedang melakukan renovasi mushola untuk sarana ibadah supaya lebih luas dan lebih nyaman. Untuk mengatasi perawatan *drum band* yang memerlukan biaya banyak, maka cara mengatasinya adalah dengan cara memutar uang yang didapat dari hasil undangan (kas undangan) untuk biaya perawatan *drum band*.



### 3. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang

Hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan madrasah menggunakan strategi promosi pada waktu PPDB dan promosi diluar waktu PPDB. *Drum band* menjadi alat promosi paling banyak digunakan dan paling sering di undang oleh masyarakat.

“*Drum band* MTs Ahmad Yani bisa dikatakan berhasil menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani, *drum band* menjadi andalan MTs Ahmad Yani untuk menarik minat calon peserta didik baru, karena prestasi yang disumbangkan oleh *drum band* MTs Ahmad Yani sudah banyak, sampai tingkat provinsi Jawa Timur, sehingga hasilnya bisa kita nikmati bahwa sekarang banyak siswa yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung”<sup>80</sup>

Salah satu indikasi pemasaran yang dilakukan Mts Ahmad Yani berhasil yaitu dengan adanya data penerimaan peserta didik baru selama tujuh tahun terakhir yang mengalami peningkatan, berikut adalah tabelnya:

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 13 Januari 2020 pukul 13.00 WIB

Tabel 4.6<sup>81</sup>

## Data Jumlah Peserta Didik Baru MTs Ahmad Yani

NO	TAHUN PELAJARAN	JUMLAH PENDAFTAR
1.	2013/2014	129
2.	2014/2015	109
3.	2015/2016	125
4.	2016/2017	156
5.	2017/2018	151
6.	2018/2019	159
7.	2019/2020	265

*Drum band* ini harus ada di madrasah, karena hasil penelitian saya mengatakan bahwa orang-orang tahu promosi madrasah cenderung di dapat dari kegiatan drumband, jadi di MTs Ahmad Yani wajib ada ekstrakurikuler *drum band*. Dari data yang saya peroleh di lapangan bahwa yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Jabung kurang lebih sekitar 56% dari promosi menggunakan ekstrakurikuler *drum band*. Angka 56% di dapat dari setiap pembukaan pendaftaran anggota baru di ekstrakurikuler *drum band* kurang lebih sekitar 90 dari 159 orang yang mendaftar menjadi anggota baru mereka mengatakan bahwa tertarik mengikuti *drum band* sejak mereka mengetahui permainan *drum band* MTs Ahmad

<sup>81</sup> Dokumentasi arsip PPDB MTs Ahmad Yani, Staf Tata Usaha MTs Ahmad Yani Sukolilo tanggal 11 September 2019

Yani Jabung pada saat kegiatan pawai dan undangan masyarakat.

“Setiap pembukaan pendaftaran anggota baru di ekstrakurikuler *drum band* kurang lebih sekitar 90 orang mendaftarkan dirinya untuk bergabung bersama di group *drum band* MTs Ahmad Yani Jabung dari jumlah siswa keseluruhan sebanyak 159 siswa, rata rata dari mereka mengatakan ketika masih SD/MI mereka terinspirasi melihat *drum band* MTs Ahmad Yani yang sering mendapatkan undangan dari warga, dan sering mengadakan pawai *drum band*, dari situlah muncul ketertarikan untuk bergabung bersama dengan group *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Dari 90 siswa yang mendaftar *drum band* akan di adakan seleksi untuk melihat kemampuan dan untuk memegang alat yang sesuai dengan kemampuannya. Terkadang yang sudah di seleksi itu bisa tergeser dengan siswa yang cadangan tergantung kemauan yang keras dari siswa yang belajar. Dari 90 orang yang mendaftar biasanya hanya diambil 54 orang maksimal, sebab alat musik *drum band* yang ada hanya 54.”<sup>82</sup>

Alat promosi yang dianggap efektif dan efisien oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung yaitu brosur dan *drum band*. Alasan yang bisa diberikan dari pemilihan brosur disini sebab media brosur mempunyai keunggulan sebagai media publikasi yang sederhana, tanpa basa-basi, sesuai keinginan dan murah serta mudah diingat. Brosur merupakan suatu lembaran yang biasa dipergunakan sebagai alat mengenalkan suatu lembaga. Brosur yang biasanya disebarakan mendekati awal tahun pelajaran biasanya memuat tentang waktu dan prosedur pendaftaran penerimaan peserta didik baru, disertai kelengkapan informasi adanya ketersediaan beberapa fasilitas, aktivitas ekstrakurikuler, akreditasi sekolah dan beberapa keunggulan MTs Ahmad Yani dengan kemasan yang menarik.

---

<sup>82</sup> Hasil wawancara dengan bapak Muhammad Imadudin, S.PdI Pembina ekstrakurikuler *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 18 Maret 2020 pukul 15.56 WIB

Sementara pemilihan *drum band* untuk promosi sebab MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung memiliki *drum band* sendiri untuk menarik perhatian masyarakat yang mayoritas penggemar musik *drum band* sehingga dapat dipertimbangkan untuk memperkecil biaya yang dibelanjakan madrasah pada aktivitas promosi penerimaan peserta didik baru.

“Saya dulu ketika masih SD tertarik dengan *drum band* MTs Ahmad Yani karena *drum band* MTs Ahmad Yani sering di undang dalam acara-acara pernikahan, acara khitanan, *drum band* MTs Ahmad Yani mewadahi minat dan bakat saya dalam dunia seni music selain itu dengan mengikuti *drum band* kita bisa bersosialisasi dengan masyarakat.”<sup>83</sup>

Madrasah menyadari, tidak dapat menarik siswa apabila masyarakat tidak mengenal lembaga pendidikannya. Maka dari itu *drum band* menjadi *icon* MTs Ahmad Yani yang sering kali di pameran dan di undang dalam kegiatan kemasyarakatan. Selain itu setiap madrasah perlu menampilkan promosi melalui media cetak dan elektronik untuk menjalin hubungan dengan masyarakat, hal tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap pendaftaran peserta didik.

Jadi pelaksanaan strategi pemasaran madrasah sangat diperlukan oleh madrasah, hal ini merupakan bagian dari strategi madrasah untuk menarik minat calon peserta didik baru dalam memilih madrasah sehingga menghasilkan jumlah peserta didik yang cukup banyak.

---

<sup>83</sup> Hasil wawancara dengan Zahrotun Najiya, siswi MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, pada tanggal 13 Januari 2020 pukul 15.00 WIB

Dari hasil pelaksanaan pemasaran madrasah terutama yang banyak melibatkan keberadaan ekstrakurikuler *drum band* diperoleh keterangan bahwa minat peserta didik dalam memilih madrasah dapat dikatakan tinggi. Salah satu indikasi pemasaran yang dilakukan MTs Ahmad Yani berhasil yaitu dengan adanya data penerimaan peserta didik baru selama tujuh tahun terakhir yang mengalami peningkatan, pada tahun pelajaran 2013/2014 jumlah pendaftar sebanyak 129 siswa, tahun pelajaran selanjutnya 2014/2015 jumlah pendaftar menurun menjadi 109 siswa, pada tahun pelajaran 2015/2016 meningkat lagi menjadi 125 siswa, tahun 2016/2017 meningkat lagi menjadi 156 siswa, namun pada tahun 2017/2018 turun lagi menjadi 151, pada tahun 2018/2019 naik lagi menjadi 159 siswa, pada tahun 2019/2020 naik menjadi 265 peserta didik baru yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Sukolilo.

#### **4. Temuan Penelitian**

Berdasarkan paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang ditemukan beberapa temuan tentang perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band*, pelaksanaan pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band*, dan hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band*. Temuan-temuan tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

**a. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang**

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* melakukan beberapa tahapan perencanaan, diantaranya:

- 1) Pembentukan Panitia PPDB. Perencanaan pemasaran madrasah dilakukan dengan kegiatan rapat. Sebelum melakukan rapat dengan guru beserta staff, kepala madrasah terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pihak yayasan. Setelah melakukan koordinasi yang matang dengan pihak yayasan, maka dibentuklah panitia PPDB.
- 2) Perencanaan pawa waktu PPDB yaitu dengan pembagian brosur sekaligus sosialisasi ke beberapa SD/MI di sekitar Jabung, pembagian kalender, pemasangan banner, melakukan promosi melalui media sosial. Madrasah menjalin hubungan baik dengan SD/MI, jadi walaupun SD/MI tersebut sudah pernah dikunjungi untuk sosialisasi tetapi madrasah tetap menjaga hubungan baik dengan cara mendatangi SD/MI tersebut ditahun ajaran baru yang akan datang. Madrasah juga memperluas jaringan SD/MI yang akan dikunjungi untuk menjalin hubungan baru dengan lembaga tersebut. Pembagian kalender madrasah disertai dengan fasilitas

yang diberikan, prestasi dan beberapa keunggulan madrasah. Pemasangan banner MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung di lokasi yang strategis yang dapat dilihat dengan mudah oleh masyarakat. Melakukan promosi lewat media sosial seperti facebook yang dapat menjadi alternatif promosi yang murah dan dapat menjangkau lebih luas.

- 3) Perencanaan diluar waktu PPDB yaitu dengan mengadakan peringatan 10 Muharram dan santunan anak yatim duafa, pembagian daging kurban kepada masyarakat, pawai memperingati 1 Muharram, pawai *drum band* untuk memeriahkan maulid Nabi, pawai *drum band* untuk memeriahkan hari santri nasional dan memenuhi undangan masyarakat. Dalam peringatan 10 Muharram dan santunan anak yatim duafa dilakukan di aula MTs Ahmad Yani, sebelum acara peringatan 10 Muharram dan santunan yatim duafa dilakukan penggalangan dana dan pakaian layak pakai. Pada waktu pelaksanaan peringatan 10 Muharram madrasah juga mengundang tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk menjalin hubungan baik antara masyarakat dengan madrasah. Pembagian daging kurban kepada masyarakat dan seluruh siswa- siswi madrasah yang dilakukan rutin setiap tahun. Membagikan daging kurban sebagai salah satu cara bersosialisasi dengan masyarakat. Tentunya tidak semua masyarakat mendapatkan daging kurban, madrasah akan membuat data siapa saja yang akan

mendapatkan daging kurban, anggota OSIS dan perwakilan guru akan membagikan daging kurban ke setiap rumah yang sudah masuk ke dalam data. Pawai memperingati 1 Muharram yang diikuti oleh seluruh warga madrasah dengan cara berkeliling jalan sekitar desa Sukolilo diiringi dengan mobil yang membawa pengeras suara sambal bersholawat. Pawai *drum band* untuk memeriahkan Maulid Nabi, *drum band* sudah menjadi ikon dari MTs Ahmad Yani, masyarakat sekitar desa Sukolilo Jabung sangat antusias terhadap seni musik *drum band*, mulai dari anak-anak hingga orang tua mempunyai daya tarik tersendiri terhadap *drum band*. Pawai *drum band* untuk memeriahkan hari santri, *drum band* menjadi media untuk promosi sekaligus media dakwah, tidak hanya untuk bersenang-senang saja, lewat *drum band* masyarakat bisa menikmati sholawat dan lagu-lagu Islami. Undangan dari masyarakat untuk mengisi dan memeriahkan suatu acara, seperti acara walimahan, acara khitanan. Melalui undangan masyarakat seperti ini uang yang didapat akan digunakan untuk biaya perawatan *drum band* yang lumayan mahal.

Pemaparan mengenai program kerja ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung akan diuraikan sebagai berikut:

- 1) Program Kerja Mingguan



Latihan rutin *drum band* di MTs Ahmad Yani dilakukan satu kali dalam satu pekan, yaitu pada hari Jumat pukul 14.00- 17.00 WIB. Kegiatan latihan rutin ini tentunya tidak akan mengganggu jam pelajaran di sekolah, sebab dilakukan diluar jam pembelajaran sekolah. Program kerja mingguan ini wajib berjalan untuk melatih ke istiqomahan siswa. Dari sinilah terlihat bahwa *drum band* MTs Ahmad Yani selalu mengedepankan dan membiasakan berperilaku positif.

## 2) Program Kerja Bulanan

Setiap bulan diadakan kegiatan inventarisasi alat *drum band*. Kegiatan ini diadakan dengan tujuan supaya alat *drum band* tetap dalam keadaa baik, apabila terdapat alat yang rusak maka dapat segera diperbaiki supaya tidak menghambat jalannya latihan *drum band*.

## 3) Program Kerja Tahunan

Penerimaan anggota baru adalah program kerja tahunan yang diadakan melalui tahap seleksi tes bakat minat serta uji keterampilan dalam bermain *drum band*. Setelah diadakan tes dan pengumuman maka diadakan pendidikan dasar untuk memberikan materi dasar yang berupa pengenalan baris- berbaris dan dasar-dasar pukulan. Selain itu program kerja tahunan yang tak kalah menariknya adalah bagi-bagi takjil dan buka bersama anggota

*drum band* untuk lebih mempererat tali persaudaraan dan kekompakan satu tim.

#### 4) Program Kerja Insidental

Program kerja ini merupakan program kerja yang tidak terencana sebab program ini berhubungan dengan kegiatan undangan penampilan maupun festival yang waktunya tidak bisa ditentukan.

#### 5) Program Kerja Non Periodik

Program kerja non periodik adalah program kerja yang dilaksanakan hanya untuk mempersiapkan event lomba yang akan diikuti.

### **b. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang**

Pada tahap pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* ditemukan beberapa strategi pemasaran, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Komunikasi langsung dengan calon pelanggan yaitu dengan presentasi ke SD/MI. Pada saat presentasi akan ditampilkan prestasi-prestasi MTs Ahmad Yani, terutama dalam bidang *drum band*. Ketika ada waktu lebih saat presentasi maka akan

ditampilkan penampilan *drum band* MTs Ahmad Yani yang berhasil mendapatkan juara di tingkat Jawa Timur, sebagai motivasi siswa untuk bergabung bersama di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

- 2) Promosi menggunakan media komunikasi seperti pemasangan banner, pembagian brosur, membuat akun facebook untuk promosi di media sosial. Pemanfaatan media komunikasi untuk semua kalangan, akun facebook ditujukan kepada kaum milenial yang sudah sangat akrab dengan jejaring sosial, di akun facebook ini juga banyak di unggah kegiatan-kegiatan *drum band*, sedangkan pemasangan banner ditujukan kepada masyarakat luas, tidak hanya anak muda saja, tetapi para orang tua yang tidak memiliki akun media sosial juga akan mengetahui informasi PPDB di MTs Ahmad Yani.
- 3) Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dengan mengadakan pembagian daging kurban kepada masyarakat, mengadakan pengajian yang turut mengundang masyarakat untuk menambah wawasan keagamaan, selain itu dilakukan juga pembagian beberapa kalender yang sudah di desain semenarik mungkin dengan dicantumkan kelebihan-kelebihan madrasah, seperti prestasi, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler dan sebagainya. Prestasi

yang banyak diraih adalah prestasi dari bidang *drum band*, prestasi yang sudah mencapai tingkat Jawa Timur.

- 4) Pembagian brosur ketika melakukan kegiatan yang berkaitan dengan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, serta mengikutsertakan siswa di setiap kegiatan untuk tampil.
- 5) Komunikasi dari mulut ke mulut yaitu dengan menyelipkan nama MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung di setiap kesempatan seperti ketika diberikan kesempatan untuk melakukan sambutan dalam suatu acara tentunya juga menyelipkan prestasi *drum band* yang telah menyumbangkan banyak piala untuk madrasah. Selain itu juga dengan perantara wali murid dan alumni yang sudah lulus.
- 6) Pawai *drum band* di sekitar desa Sukolilo untuk menarik perhatian masyarakat. Masyarakat desa Sukolilo dan sekitarnya sangat antusias dengan *drum band*, ketika ada pawai *drum band* maka masyarakat mulai dari orang tua dan anak-anak banyak yang keluar rumah dan melihat permainan *drum band* dari samping rumah.

**c. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang**

*Drum band* harus ada di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, karena dari hasil penelitian saya mengatakan bahwa masyarakat

mengetahui promosi madrasah cenderung dari kegiatan *drum band*, jadi di MTs Ahmad Yani wajib ada ekstrakurikuler *drum band*. Dari data yang saya peroleh di lapangan bahwa yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Jabung kurang lebih sekitar 56% dari proosi menggunakan ekstrakurikuler *drum band*. Angka 56% di dapat dari setiap pembukaan pendaftaran anggota baru di ekstrakurikuler *drum band* dari 159 siswa 90 orang diantaranya mendaftarkan diri menjadi anggota *drum band*, mereka mengatakan bahwa tertarik *drum band* MTs Ahmad Yani sejak mereka mengetahui permainan *drum band* MTs Ahmad Yani pada saat kegiatan pawai dan undangan masyarakat.

Alat promosi yang dianggap efektif dan efisien oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung yaitu brosur dan *drum band*. Alasan yang bisa diberikan dari pemilihan brosur disini sebab media brosur mempunyai keunggulan sebagai meda publikasi yang sederhana, tanpa basa-basi, sesuai keinginan dan murah serta mudah diingat. Brosur merupakan suatu lembaran yang biasa dipergunakan sebagai alat mengenalkan suatu lembaga. Brosur yang biasanya disebarakan mendekati awal tahun pelajaran biasanya memuat tentang waktu dan prosedur pendaftaran penerimaan peserta didik baru, disertai kelengkapan informasi adanya ketersediaan beberapa fasilitas, aktivitas ekstrakurikuler, akreditasi sekolah dan beberapa keunggulan MTs Ahmad Yani dengan kemasan yang menarik.

Sementara pemilihan *drum band* untuk promosi sebab MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung memiliki *drum band* sendiri untuk menarik perhatian masyarakat yang mayoritas penggemar musik *drum band* sehingga dapat dipertimbangkan untuk memperkecil biaya yang dibelanjakan madrasah pada aktivitas promosi penerimaan peserta didik baru.



## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Perencanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler

##### *Drum band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs

Ahmad Yani Sukolilo Jabung

Definisi perencanaan menurut Harold Koontz dan Cyril O'Donnel:

*Planning is the function of a manager which involves the selection from alternatives of objective, policies, procedures, and program.* Perencanaan adalah fungsi seorang manajer (pemimpin) yang berhubungan dengan memilih tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur, program program dari alternatif yang ada.<sup>84</sup>

Sedangkan pengertian dari strategi itu merupakan suatu proses dalam manajemen yang sistematis yang didefinisikan sebagai proses dalam pengambilan keputusan atas program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan sumber daya yang akan dialokasikan dalam setiap program selama beberapa tahun mendatang.

Perencanaan strategi pemasaran menurut peneliti dapat dimaknai sebagai usaha sadar dalam merencanakan strategi untuk memasarkan madrasah. Untuk saat ini istilah sebutan perencanaan strategi lebih populer karena mengandung makna yang lebih komprehensif atau menyeluruh dan

---

<sup>84</sup> Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi: Pedoman Jitu dan Efektif Membedik Sasaran Perusahaan melalui Analisis Aspek Internal dan Eksternal*, hal. 48

lebih tepat. Dalam pemasaran pendidikan, strategi bisa diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tertentu berupa menarik minat calon peserta didik baru.

Menurut Crown bahwa pada prinsipnya strategi dibagi kedalam tiga tahapan, yaitu:<sup>85</sup>

1) Formulasi strategi

Formulasi strategi merupakan penentuan aktifitas-aktifitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Di mana pada tahapan ini penekanan lebih difokuskan pada aktifitas- aktifitas yang utama, antara lain:

- a. Menyiapkan strategi alternative
- b. Pemilihan strategi
- c. Menetapkan strategi

Untuk menetapkan formulasi strategi dengan baik, maka ketergantungan yang erat dengan analisa lingkungan di mana formulasi strategi memerlukan data dan informasi yang jelas dari analisa lingkungan.

---

<sup>85</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 126



## 2) Implementasi Strategi

Tahap ini merupakan tahapan di mana strategi yang telah diformulasikan itu kemudian diimplementasikan, dimana tahap ini beberapa aktivitas kegiatan yang memperoleh penekanan sebagai mana penjelasan Crown, antara lain:

- a. Menetapkan tujuan tahunan
- b. Menetapkan kebijakan
- c. Memotivasi karyawan
- d. Mengembangkan budaya yang mendukung
- e. Menetapkan struktur organisasi yang efektif
- f. Menyiapkan keuangan
- g. Mendayagunakan sistem informasi
- h. Menghubungkan kompensasi karyawan dengan performa organisasi

Namun satu hal penting yang perlu menjadi catatan bahwa suatu strategi yang telah diformulasikan dengan baik, belum bisa menjamin keberhasilan dalam implementasinya sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi/lembaga dalam menjalankan strategi tersebut. Maka dari itu sangat diperlukan suatu pengendalian strategi dalam suatu lembaga atau organisasi tersebut.

### 3) Pengendalian strategi

Dalam rangka mengetahui atau melihat seberapa jauh efektifitas implementasi formulasi strategi, maka diperlukan tahapan selanjutnya yakni evaluasi dalam arti *controlling*, maksudnya mengevaluasi strategi yang telah dijalankan yang meliputi sebagai berikut:

- a. Mereview faktor internal dan eksternal yang merupakan dasar dari strategi yang telah ada
- b. Menilai performa strategi
- c. Melakukan langkah koreksi

Dalam konteks penelitian yang akan menjadi fokus pembahasan oleh peneliti, dalam hal ini adalah perencanaan tentang strategi pemasaran madrasah untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung.

Dengan berbagai fakta lapangan yang telah ditemukan dari hasil observasi di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, dalam konteks perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* ada tiga komponen kunci dari perencanaan strategi pemasaran, terdiri dari analisis strategi, penetapan arah dan tujuan strategi, dan perencanaan tindakan.

Pembahasan dari komponen-komponen tersebut dimulai dari kegiatan analisis strategi pemasaran madrasah, maksud dari analisis strategi pemasaran madrasah disini adalah kegiatan pencermatan terhadap lingkungan internal dan eksternal, salah satu instrument yang sangat populer untuk melakukan tahap perencanaan strategi pemasaran madrasah adalah dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength* (keunggulan), *weakness* (kekurangan), *opportunities* (kesempatan), *threat* (rintangan). Penjelasan dari akronim tersebut seperti ini, *strength* (keunggulan) dan *weakness* (kekurangan) merupakan keadaan yang berada pada internal lembaga (madrasah), sedangkan *opportunities* (kesempatan) dan *threat* (rintangan) merupakan keadaan yang berada di luar atau eksternal madrasah.

Penjelasan secara komprehensif tentang pengertian dari masing-masing komponen SWOT strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru adalah:

- a. *Strenght* (keunggulan), pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung mempunyai kelebihan, yakni *drum band* pertama kali dikenalkan oleh MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung mulai tahun 1991, *drum band* membawa identitas MTs dan waktu itu banyak warga yang mengundang grup

*drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung untuk mengisi sekaligus memeriahkan suatu acara. Terhitung sampai sekarang tahun 2020 berarti sudah 29 tahun MTs Ahmad Yani berkecimpung dengan pemasaran madrasah melalui *drum band*. Hal ini menjadi sebuah kekuatan karena berarti grup *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung sudah mempunyai nama di kalangan masyarakat, terlebih seiring perkembangan zaman *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung juga telah banyak menyumbangkan piala keuargaan untuk madrasah.

- b. *Weakness* (Kekurangan), *drum band* merupakan seni musik yang mempunyai peralatan lumayan banyak, mulai dari kelompok alat tiup dan alat pukul atau perkusi. Kesemuanya itu membutuhkan biaya yang tidak murah, sedangkan madrasah harus menyukupi semua kebutuhan sekolah tidak hanya ekstrakurikuler *drum band* saja. Bahkan grup *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung belum keseluruhan memiliki peralatan musik sendiri, karena harga yang lumayan mahal sehingga jika membutuhkan pelatih harus meminjam alat musik ke paguyuban *drum band* desa Sukolilo yang mempunyai alat musik lebih lengkap.
- c. *Opportunities* (peluang/kesempatan), merupakan faktor keadaan-keadaan luar biasa yang disa dimanfaatkan untuk pengembangan pemasaran madrasah. Dalam implementasinya, MTs Ahmad Yani

Sukolilo Jabung memiliki beberapa peluang diantaranya, prestasi yang diperoleh dari hasil mengikuti lomba di luar madrasah hingga tingkat Jawa Timur, prestasi yang semakin baik akan menjadi peluang untuk dipasarkan kepada masyarakat. Selain itu, *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung sudah memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat, karena ketika ada undangan dari masyarakat maka sebisa mungkin grup *drum band* akan menampilkan penampilan yang memuaskan dan tidak mengecewakan warga yang mengundang.

d. *Threat* (rintangan), kegiatan *drum band* di Indonesia semakin hari menunjukkan kemajuan yang membanggakan. *Drum band* sudah tidak lagi menjadi hal yang langka, setiap madrasah atau sekolah umum sudah banyak yang memiliki kegiatan ekstrakurikuler *drum band*. Hal ini akan menjadi ancaman atau rintangan untuk MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung jika mereka tidak terus berinovasi dan meningkatkan prestasinya.

Komponen yang kedua dalam perencanaan strategi pemasaran madrasah adalah penetapan arah tujuan strategi pemasaran madrasah. Ini bisa dideskripsikan sebagai langkah apa yang harus dilakukandengan berbagai permasalahan penting dan peluang yang akan di hadapi kedepan. Dengan penetapan arah tujuan pada perencanaan strategi pemasaran madrasah untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Setelah melakukan analisis terhadap strategi

pemasaran kemudian menetapkan arah tujuan strategi pemasaran, langkahnya adalah dengan cara merencanakan ekstrakurikuler *drum band* lebih baik lagi dari segi fasilitas dan dalam pengorganisasiannya. Arah tujuan strategi pemasaran sendiri adalah untuk menarik minat calon peserta didik baru melalui ekstrakurikuler *drum band*, sehingga madrasah harus meningkatkan kualitas *drum band* dan menggiatkan pemasaran madrasah terutama melalui ekstrakurikuler *drum band* yang diunggulkan dengan prestasinya.

Perencanaan tindakan seharusnya juga mencakup penetapan tanggung jawab dan batas waktu dari setiap tujuan yang telah dicanangkan. Misalnya dengan pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB), konkretnya penetapan siapa saja yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan tertentu dan kapan harus dikerjakan.

## **B. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler**

### ***Drum band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs**

**Ahmad Yani Sukolilo Jabung**

Pelaksanaan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Manojie dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky

mengemukakan bahwa pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.<sup>86</sup>

Pengertian- pengertian di atas memperlihatkan bahwa kata pelaksanaan bermuara aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa pelaksanaan bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Pelaksanaan merupakan aktifitas atau usaha-usaha yang dilaksanakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan, alat-alat yang diperlukan, siapa yang melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya mulai dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan, suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut setelah program ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijaksanaan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetapkan semula.

Pelaksanaan strategi merupakan implementasi dari perencanaan strategi yang telah dicanangkan. Kemudian dari hasil observasi, pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, maka bisa peneliti simpulkan menjadi beberapa strategi yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB).

---

<sup>86</sup> Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 70

Promosi yang dilakukan pada waktu menjelang tahun ajaran baru yaitu dengan pembuatan brosur, kalender, memasang spanduk, pamflet, banner yang bertujuan untuk memberitahukan bahwa sudah saatnya penerimaan peserta didik baru. Promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru yaitu dengan peringatan 10 Muharram dan santunan anak yatim yang dilakukan di aula MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, pembagian daging kurban kepada masyarakat, pawai 1 Muharram, pawai *drum band* untuk memeriahkan Maulid Nabi, pawai *drum band* untuk memeriahkan hari santri Nasional, undangan masyarakat.

Pada saat pelaksanaan strategi pemasaran madrasah, semua kegiatan promosi terutama promosi menggunakan *drum band* sangat mempengaruhi target pendaftaran peserta didik baru. Pada saat promosi, tim promosi madrasah memperkenalkan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung kepada siswa SD/MI yang menjadi target pemasaran. Namun disamping itu, jika sebelumnya tim promosi MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung pernah berkunjung ke madrasah atau sekolah tersebut maka sebenarnya tim proosi dari MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung sedang menjalin kembali relasi dengan pihak SD atau MI.

Tim Promosi di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung mempertahankan hubungan dengan pihak sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah dan juga mencari pangsa pasar baru. Melalui kegiatan promosi maka informasi tentang MTs Ahmad Yani sukolilo Jabung dapat tersebar kepada masyarakat,



sehingga mendapatkan kenaikan jumlah calon peserta didik baru yang mendaftar di MTs.

Definisi lima sarana promosi utama adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*Adveristing*) adalah semua bentuk terbayar presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Periklanan merupakan cara yang efektif untuk menjangkau banyak konsumen yang tersebar secara luas. Periklanan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk, mempercepat penjualan.
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.
3. Hubungan masyarakat (*Public Relation*) adalah membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publistis yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita dan kejadian tidak menyenangkan.
4. Penjualan personal (*Personal Selling*) adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
5. Pemasaran langsung (*Dirrect Marketing*) adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng penggunaan surat langsung, telepon, televise respons langsung,

email internet, dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu.<sup>87</sup>

### **C. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung**

Setiap program kegiatan, setiap kebijakan dan setiap inovasi yang ada di dalam organisasi tentunya terdapat konsekuensi logis atau akibat atau dampak dari hal-hal tersebut. Dengan mengetahui seperti itu, hasil pelaksanaan strategi pemasaran juga dapat diibaratkan dengan akibat yang ditimbulkan dari adanya sebuah kebijakan ataupun kegiatan tertentu.

Pada tahap paska perencanaan dan pelaksanaan strategi, keberhasilan dipengaruhi oleh perubahan, struktur organisasi, kepemimpinan, dan budaya madrasah. Namun dalam kenyataannya ada berbagai kemungkinan keberhasilan dalam pelaksanaan strategi. Thomas V Bhoma, dalam bukunya *Marketing Edge: Making Strategies Work* memformulasikan kemungkinan keberhasilan implementasi strategi, yaitu:<sup>88</sup>

#### 1) *Succes*

Apabila lembaga mampu memformulasikan strategi dengan baik dan mampu mengimplementasikan juga dengan baik atau tepat, maka

<sup>87</sup> Raditya Gusdiandika dan Kukuh Sinduwiatmo, *Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo*. Jurnal Kanal, Vol. 1, No. 1, September 2012

<sup>88</sup> Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2006), hal. 251

kombinasi tersebut disebut “*Succes*”. Posisi ini merupakan terbaik yang diinginkan oleh setiap lembaga.

## 2) *Roulette*

Apabila perusahaan kurang baik dalam memformulasikan strategi namun dalam implementasinya dilakukan kurang baik, maka kombinasi tersebut dinamakan dengan “*Roulette*”. Namun dengan perbaikan dan penyesuaian formulasi strategi dalam implementasinya kemungkinan mencapai hasil yang baik.

## 3) *Trouble*

Posisi *Trouble* merupakan formulasi strategi yang dilakukan dengan baik namun tidak dapat diimplementasikan dengan baik.

## 4) *Failure*

Posisi ini merupakan posisi terburuk karena formulasi strategi dan implementasinya sama-sama buruk. Dengan demikian, maka hal yang terbaik adalah memperbaiki keduanya.

Dengan berbagai pertimbangan strategi pemasaran madrasah, dari hasil observasi peneliti menyimpulkan bahwa MTs Ahmad Yani lebih sering menggunakan ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat masyarakat dan mengenalkan madrasah kepada masyarakat. Musik merupakan alat komunikasi. Memahami musik adalah memahami

komunikasi makhluk semesta dan belajar memainkan alat musik sama halnya dengan belajar berkomunikasi dengan semesta. Memainkan alat musik *drum band* juga menjadi alat komunikasi madrasah dengan warga tentang bagaimana kualitas peserta didik yang telah bersekolah di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Seseorang akan menjadi lebih berbudaya tinggi dan akan lebih cerdas melalui penghayatan nilai-nilai musikal dalam kegiatan *drum band*. Sebuah slogan yang terkenal *music speak better than word* memang telah teruji pada riset-riset yang dilakukan oleh para pakar dunia pendidikan.

Pendidikan di madrasah tidak cukup hanya mengembangkan intelektualitas saja tetapi juga nilai-nilai etika, moral, seni dan budaya. Dalam kegiatan ekstrakurikuler diciptakan metode bermain (*game*) baik bermain serius, prososial (kelompok). Para pakar pendidikan maupun psychology terkemuka menyatakan bahwa bermain merupakan alat untuk menyatakan perasaan kemerdekaan pribadinya guna mengembangkan kreativitasnya karena bermain merupakan proses menghayati kemerdekaan eksistensial dalam konteks sosialnya. Bermain ada dalam kegiatan ekstrakurikuler.<sup>89</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka jelaslah betapa penting program ekstrakurikuler dalam pengembangan otak belahan kanan di madrasah-madrasah. Ekstrakurikuler juga berhasil menarik perhatian masyarakat supaya lebih mengenal dan ingin mendaftarkan anak-anaknya di madrasah

---

<sup>89</sup> Kirnadi, *Op.cit.*, hal. 131

tersebut. Sudah banyak prestasi yang disumbangkan oleh ekstrakurikuler *drum band*, diantaranya adalah Juara 1 Display KDS Competition Tingkat Jawa Timur tahun 2019, Juara 2 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2018, Juara umum KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017, Juara 1 Display KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017, Juara 1 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2017, Juara 1 Display KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2016, Juara 1 Playpass KDS Competition tingkat Jawa Timur tahun 2016.

Dengan banyaknya prestasi yang dihasilkan oleh ekstrakurikuler *drum band*, secara tidak langsung mempengaruhi minat calon peserta didik baru untuk mendaftarkan diri mereka di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung. Dari strategi perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran madrasah, maka akhirnya strategi pemasaran melalui ekstrakurikuler *drum band* dapat berjalan dan berkembang, dengan tujuan utama menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung dan mampu memberikan hasil dalam menarik minat calon peserta didik baru. Dapat dibuktikan dengan data jumlah peserta didik baru yang mendaftarkan diri di MTs mulai tahun 2015/2016 sebanyak 125 siswa, tahun 2016/2017 meningkat lagi menjadi 156 siswa, namun pada tahun 2017/2018 turun menjadi 151, pada tahun 2018/2019 naik lagi menjadi 159 siswa, pada tahun 2019/2020 naik menjadi 265 peserta didik baru yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Sukolilo

*Drum band* adalah kegiatan seni yang dalam kegiatannya melatih menggunakan kedua belahan otak.<sup>90</sup> Belahan kanan maupun kiri. Dari kegiatannya yang terbagi dua bagian yang tidak terpisahkan yaitu musikal dan visual.

Berdasarkan pendapat peneliti, maka yang menjadi fokus peneliti dalam penelitian ini, hasil pelaksanaan adalah suatu akibat yang terjadi atau ditimbulkan dari suatu peristiwa mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang. Disini peneliti akan menguraikan beberapa hasil dari strategi pemasaran melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang.

Dengan modal prestasi serta kekompakan tim *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang, *drum band* menjadi hal yang sangat digemari masyarakat di kecamatan Jabung, mulai dari kalangan anak-anak, remaja dan orang tua semua menyukai dan antusias terhadap musik *drum band*. Kecamatan Jabung khususnya di desa Sukolilo sering melakukan karnaval-karnaval *drum band* serentak untuk memeriahkan peringatan-peringatan tertentu.

---

<sup>90</sup> *Ibid*, hal. 131

Keunggulan yang kedua, terletak pada kekuatan silaturahmi dengan warga pada saat undangan, mulai dari undangan khitanan, undangan pernikahan, undangan acara-acara tertentu di desa Sukolilo untuk memeriahkan acara tersebut. Silaturahmi merupakan salah satu metode yang ampuh, karena melalui silaturahmi warga bisa menyampaikan kritikan dan solusi yang membangun untuk tim *drum band* MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, dengan adanya silaturahmi maka MTs Ahmad Yani menjalin hubungan baik dengan warga sekitar.

Dari strategi perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran tersebut, maka pada akhirnya pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang dapat berjalan dan berkembang, dengan tujuan utama yaitu untuk menarik minat calon peserta didik baru. Hal ini dapat terlihat peran *drum band* dengan pemasaran yang telah terencana mampu berimplikasi dalam menarik minat calon peserta didik baru.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Dalam perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang telah berkembang seperti saat ini, dengan berbagai fakta yang ada di lapangan dan dari hasil penelitian ada beberapa perencanaan yang telah disusun oleh madrasah, yaitu:
  - a. Pembentukan panitia PPDB, menyusun anggaran biaya, menentukan target pemasaran sampai sasaran pemasaran.
  - b. Perencanaan pada waktu PPDB yaitu dengan pembagian brosur sekaligus sosialisasi ke beberapa SD/MI di sekitar Jabung, pembagian kalender, pemasangan banner, melakukan promosi melalui media sosial.
  - c. Perencanaan diluar waktu PPDB yaitu dengan mengadakan peringatan 10 Muharram dan santunan anak yatim duafa, pembagian daging kurban kepada masyarakat, pawai memperingati 1 Muharram, pawai *drum band* untuk memeriahkan maulid Nabi, pawai *drum band* untuk memeriahkan hari santri nasional, undangan masyarakat.
2. Melaksanakan apa yang direncanakan. Pelaksanaan strategi merupakan implementasi dari perencanaan strategi yang telah



dicanangkan. Kemudian dari hasil observasi, pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, maka bisa peneliti simpulkan menjadi beberapa strategi yaitu:

- a. Komunikasi langsung dengan calon pelanggan yaitu dengan presentasi ke SD/MI
- b. Promosi menggunakan media komunikasi seperti pemasangan spanduk, pembagian brosur, membuat akun facebook untuk promosi di media sosial
- c. Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dengan mengadakan pembagian daging kurban kepada masyarakat, mengadakan pengajian dan pembagian kalender.
- d. Pembagian brosur setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung, mengikutsertakan siswa di setiap kegiatan untuk tampil.
- e. Komunikasi dari mulut ke mulut yaitu dengan menyelinpan nama MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung di setiap kesempatan seperti ketika diberi kesempatan untuk melakukan sambutan dalam suatu acara dan ketika sedang mengobrol dengan masyarakat sekitar. Selain itu juga dengan perantara wali murid dan alumni yang sudah lulus.
- f. Pawai *drum band* di sekitar desa Sukolilo untuk menarik perhatian masyarakat.

3. Hasil strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* terealisasi dan terbukti berhasil menarik minat calon peserta didik baru. Dari strategi perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran maka pada akhirnya pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang dapat berjalan dan berkembang, dengan tujuan utama yaitu untuk menarik minat calon peserta didik baru. *Drum band* harus ada di madrasah, karena hasil penelitian saya mengatakan bahwa orang-orang mengetahui promosi madrasah cenderung di dapat dari kegiatan drumband, jadi di MTs Ahmad Yani wajib ada ekstrakurikuler *drum band*.

Dari data yang saya peroleh di lapangan bahwa yang mendaftar di MTs Ahmad Yani Jabung kurang lebih sekitar 56% dari promosi menggunakan ekstrakurikuler *drum band*. Angka 56% di dapat dari setiap pembukaan pendaftaran anggota baru di ekstrakurikuler *drum band* kurang lebih sekitar 90 dari 159 orang yang mendaftar menjadi anggota baru mereka mengatakan bahwa tertarik mengikuti *drum band* sejak mereka mengetahui permainan *drum band* MTs Ahmad Yani Jabung pada saat kegiatan pawai dan undangan masyarakat. Berikut adalah data penerimaan peserta didik baru selama tujuh tahun terakhir di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung:

NO	TAHUN PELAJARAN	JUMLAH PENDAFTAR
1.	2013/2014	129
2.	2014/2015	109
3.	2015/2016	125
4.	2016/2017	156
5.	2017/2018	151
6.	2018/2019	159
7.	2019/2020	265

## B. Saran

### 1. Bagi Pemerhati Pendidikan

Kegiatan *drum band* adalah kegiatan yang seharusnya memperoleh perhatian serius oleh pemerintah, pendidik dan para pembina generasi muda karena kegiatan *drum band* memiliki banyak manfaat salah satunya adalah melatih penggunaan otak belahan kanan maupun kiri. Dari kegiatannya yang terbagi dua bagian tak terpisahkan yakni musical dan visual.

### 2. Bagi Lembaga (MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang)

Peneliti melihat *drum band* MTs Ahmad Yani mempunyai banyak peluang untuk mendapatkan prestasi lebih banyak untuk menarik minat calon peserta didik baru.

### 3. Bagi Peneliti

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini, namun dengan adanya karya ilmiah yang peneliti tulis, diharapkan peneliti mampu memperbaiki diri dalam mengabdikan dan berkarya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma dan hurryati. 2008. *Manajemen Corportion Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta CV.
- Ahsanudin. 2004. *Profesioanal Sosiologi*. Jakarta: Mediatama.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan FIP UNY.
- Assauri dan Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Aulia, Siti Alawiah Nur. 2017. Kajian Pembelajaran Alat Musik *Drum Band* di SDN Citengah Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pena Ilmiah*, Vol. 2 No 1.
- Fatah, Nanang. 2013. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Gusdiandika, Raditya dan Kukuh Sinduwiatmo. 2012. Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo. *Jurnal Kanal*, Vol. 1, No. 1, September.
- Harahap, Ahmad Bengar. 2012. Selayang Pandang Seni Marching Band. *Jurnal Bahasa (Bahasa Sastra, Seni dan Budaya)*. Universitas Negeri Medan, No. 84 Th. 38.
- Heryati, Yeti dan Mumuh Muhsin. 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. 2010. *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Madrasah dan Madrasah*. Bandung: Pustaka Educa.
- J.Moleong, Lexi. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasan, Tholib. 2005. *Teori dan Aplikasi Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Studia Press.
- Kirnadi. 2011. *Dunia Marching Band*. Jakarta: PT. Eksatama Pertiwi.
- Kompri. 2017. *Manajemen Pendidikan: Komponen-komponen elementer kemajuan madrasah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YNKP.
- Manullang, Hasan. 2006. *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Muhaimin dkk. 2009. *Manajemen Pendidikan: Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Madrasah/Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Mulyasa, E. 2008. *Menjadi Guru Profesional Menciptakan Pembelajaran Kreatif dan Menyenangkan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustari, Mohamad. 2014. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Masyarakat*. Yogyakarta: UGM Press.
- Penyusun kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Purwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi: Pedoman Jitu dan efektif Membidik Sasaran Perusahaan melalui Analisis Aspek Internal dan Eksternal*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Riana Afifah. *Pertimbangan dalam Memilih Sekolah Untuk Anak*, (Online), (<https://amp.kompas.com/edukasi/read/2013/01/18/08280233/pilih.sekolah.yang.tepar.apa.saja.pertimbangannya>), diakses 27 Januari 2020
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Saleh, Abdul Rachman. 2006. *Pendidikan Agama dan Pembangunan Watak Bangsa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shaleh, Abdul Rahmad dan Muhib Abdul Wahab Abdullah. 2011. *Sosiologi Pendidikan: Individu, Masyarakat dan Pendidikan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syah, Muhibbin. 2005. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syah, Sinaga S. 2001. *Bahan Ajar (Hand Out) Marching band, Drum Band Drum Corp*. Semarang: Media FBS Universitas Negeri Semarang.
- Terjemah Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzuul Jilid 1*. 2003. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. 2009. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Dosen IKIP Malang. 1988. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Malang: IKIP Malang.
- Tim penyusun buku Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kinerja Madrasah Berwawasan Budi Pekerti (Kegiatan Ekstrakurikuler/ Pengembangan Diri)*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Tim Redaksi. *Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Pusat Bahasa dan Departemen Pendidikan Nasional.
- Usman, Husaini. 2008. *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, Husaini. 1995. *Metodelogi Sosial*. Bandung: Bumi Aksara.
- Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wahyudi, Agustinus Sri. 2006. *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



## LAMPIRAN - LAMPIRAN



**Pedoman Penelitian Kualitatif**

**Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang**

No	Fokus Masalah	Informan	Metode		
			Wawancara	Observasi	Dokumentasi
1.	-Bagaimana perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler <i>drum band</i> untuk menarik calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?	1. Kepala Madrasah	a. Bagaimana perencanaan yang digunakan untuk memasarkan madrasah?	-Kegiatan latihan mingguan <i>drum band</i>	- Program Semester - Jadwal Kegiatan Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i>
		2. Pembina Ekstrakurikuler	a. Bagaimana program kerja ekstrakurikuler <i>drum band</i> di MTs Ahmad		

		<i>Drum Band</i>	Yani Sukolilo Jabung?  b. Bagaimana contoh perencanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler <i>drum band</i> ?  c. Bagaimana perencanaan yang digunakan untuk menjaga eksistensi pemasaran melalui <i>drum band</i> di MTs Ahmad Yani?		
2.	-Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler <i>drum band</i> untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?	1.Pembina Ekstrakurikuler <i>Drum Band</i>	a. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran, promosi yang dilakukan dalam bentuk apa saja selain menggunakan <i>drum band</i> ?  b. Ketika melakukan presentasi ke SD/MI matreri apa saja yang disampaikan dan bagaimana menarik minat siswanya?  c. Dalam pelaksanaan pemasaran melalui <i>drum band</i> bagaimana membangun komun	-Piala Drum ban  -Ikut serta menyaksikan kegiatan pawai <i>drum band</i>	- Arsip brosur MTs Ahmad Yani  - Kalender MTs Ahmad Yani  - Prestasi <i>drum band</i> MTs Ahmad Yani

			<p>ikasi dengan masyarakat?</p> <p>d. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler <i>drum band</i> beserta solusi yang dilakukan?</p>		<p>-Foto-foto undangan <i>drum band</i></p>
3.	<p>-Bagaimana hasil pelaksanaan strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler <i>drum band</i> untuk menarik minat calon peserta didik baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang?</p>	<p>1. Pembina Ekstrakurikuler <i>drum band</i></p>	<p>a. Apakah <i>drum band</i> MTs Ahmad Yani berhasil mempengaruhi dan menarik minat calon peserta didik baru?</p>	<p>-Membaca komentar siswa-siswi, masyarakat di media sosial Ahmad Yani Sukolilo Jabung</p>	<p>Arsip PPDB MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung</p>
		<p>2. Siswa MTs Ahmad Yani</p>	<p>a. Apa yang membuat anda tertarik bersekolah di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung ?</p>		



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile 90341) 552398 Malang  
http://fitk.uin-malang.ac.id/ email: fitk@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI  
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Nama : Rossy Yatus Sangadah  
NIM : 16170012  
Judul : Strategi Pemasaran Madrasah Melalui Ekstrakurikuler *Drum Band* Untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang  
Dosen Pembimbing : Nurul Yaqien, M.Pd

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	13 Februari 2020	Proposal Bab 1-3	
2.	17 Februari 2020	Revisi Proposal Bab 1-3	
3.	20 Februari 2020	Konsultasi Bab 4	
4.	27 Februari 2020	Revisi Bab 4	
5.	18 Maret 2020	Konsultasi Bab 5 dan 6	
6.	24 Maret 2020	Revisi Bab 5 dan 6	
7.	26 Maret 2020	Konsultasi Bab 1-6	
8.	31 Maret 2020	Acc Skripsi Penelitian	

Malang, 31 Maret 2020  
Mengetahui  
Ketua Jurusan MPI,

DR.H.Mulyono, MA.

NIP. 196606262005011003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Gejaya 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang  
<http://ftk.uin-malang.ac.id>, email : [ftk@uin-malang.ac.id](mailto:ftk@uin-malang.ac.id)

Nomor : 3757 /Un.03.1/TL.00.1/11/2019  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

27 November 2019

Kepada  
Yth. Kepala MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang  
di  
Malang

*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 : Rossy Yatus Sangadah  
NIM : 16170012  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Semester - Tahun Akademik : Ganjil - 2019/2020  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Madrasah melalui Ekstrakurikuler Drum Band untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru Di MTs Ahmad Yani Sukolilo Jabung Malang  
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.*



Agus Maimun, M.Pd  
19650817 199803 1 003

Tembusan :

1. Yth. Ketua Jurusan MPI
2. Arsip



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AHMAD YANI JABUNG  
SK KEMENKUMHAM NOMOR AHU-0023940.AH.01.04.TAHUN 2016

**MTs. AHMAD YANI JABUNG**  
**TERAKREDITASI A**

NSM 121235070054 / NPSN : 20517913

Jalan Raya 145 Sukolilo Jabung Malang 65155 Phone 0341 791238 e-mail : [surat\\_mtsahyan@yahoo.co.id](mailto:surat_mtsahyan@yahoo.co.id)

## SURAT KETERANGAN

Nomor : MTs.ahyan/TL-12/283.SK/II/2020

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : MUROIHATUL JANNAH,M.Pd  
Jabatan : Kepala Madrasah  
Unit Kerja : MTs Ahmad Yani Jabung  
Alamat : Jl. Raya No 145 Sukolilo Jabung

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa nama dibawah ini :

Nama : ROSSY YATUS SANGADAH  
NIM : 16170012  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Semester – Tahun Akademik : Ganjil – 2019/2020  
Lembaga : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Telah melakukan penelitian di MTs Ahmad Yani Jabung dengan judul "**Strategi Pemasaran Madrasah melalui Ekstrakurikuler Drum Band untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Ahmad Yani Jabung**". Mulai bulan Nopember 2019 s/d januari 2020 ( 3 bulan ).

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Jabung, 25 Februari 2020



Kepala Madrasah

MUROIHATUL JANNAH,M.Pd

## HASIL DOKUMENTASI

KEGIATAN SEMESTER GENAP MTs AHMAD YANI JABUNG  
TAHUN PELAJARAN 2019/2020

NO	TARIKH	KEGIATAN	KEPERINGINAN
1	01/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
2	02/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
3	03/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
4	04/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
5	05/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
6	06/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
7	07/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
8	08/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
9	09/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
10	10/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
11	11/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
12	12/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
13	13/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
14	14/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
15	15/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
16	16/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
17	17/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
18	18/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
19	19/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
20	20/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
21	21/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
22	22/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
23	23/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
24	24/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
25	25/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
26	26/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
27	27/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
28	28/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
29	29/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
30	30/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
31	31/08/2019	Penyusunan Tim Kerja	
32	01/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
33	02/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
34	03/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
35	04/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
36	05/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
37	06/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
38	07/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
39	08/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
40	09/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
41	10/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
42	11/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
43	12/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
44	13/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
45	14/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
46	15/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
47	16/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
48	17/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
49	18/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
50	19/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
51	20/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
52	21/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
53	22/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
54	23/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
55	24/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
56	25/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
57	26/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
58	27/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
59	28/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
60	29/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
61	30/09/2019	Penyusunan Tim Kerja	
62	01/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
63	02/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
64	03/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
65	04/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
66	05/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
67	06/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
68	07/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
69	08/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
70	09/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
71	10/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
72	11/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
73	12/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
74	13/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
75	14/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
76	15/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
77	16/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
78	17/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
79	18/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
80	19/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
81	20/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
82	21/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
83	22/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
84	23/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
85	24/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
86	25/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
87	26/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
88	27/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
89	28/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
90	29/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
91	30/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
92	31/10/2019	Penyusunan Tim Kerja	
93	01/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
94	02/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
95	03/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
96	04/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
97	05/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
98	06/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
99	07/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
100	08/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
101	09/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
102	10/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
103	11/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
104	12/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
105	13/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
106	14/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
107	15/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
108	16/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
109	17/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
110	18/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
111	19/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
112	20/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
113	21/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
114	22/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
115	23/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
116	24/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
117	25/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
118	26/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
119	27/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
120	28/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
121	29/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
122	30/11/2019	Penyusunan Tim Kerja	
123	01/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
124	02/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
125	03/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
126	04/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
127	05/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
128	06/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
129	07/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
130	08/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
131	09/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
132	10/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
133	11/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
134	12/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
135	13/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
136	14/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
137	15/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
138	16/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
139	17/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
140	18/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
141	19/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
142	20/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
143	21/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
144	22/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
145	23/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
146	24/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
147	25/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
148	26/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
149	27/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
150	28/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
151	29/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
152	30/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	
153	31/12/2019	Penyusunan Tim Kerja	

**PROGRAM SEMESTER**



**BROSUR MTs AHMAD YANI**



**KALENDER MTs AHMAD YANI**



**BANNER MTs AHMAD YANI**



**FB MTs AHMAD YANI**



**PERINGATAN 10 MUHARRAM**



**PAWAI 1 MUHARRAM**



**PAWAI MEMERIAHKAN MAULID NABI**



**PAWAI MEMERIAHKAN HARI SANTRI**



**PIALA DRUM BAND MTs AHMAD YANI**





**UNDANGAN DALAM RANGKA  
KHITAN**



**MENGINRINGI SYUKURAN KHITAN**



**PENELITI DENGAN PEMBINA *DRUM  
BAND***



**PENELITI DENGAN KEPALA MADRASAH  
DAN OPERATOR MADRASAH**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Rossy Yatus Sangadah

Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 31 Oktober 1998

Alamat : RT/RW 001/001 Ds. Duri Kec. Slahung Kab. Ponorogo

Email : rossyys31@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 01 Duri
2. MTsN Kauman
3. MAN 2 Ponorogo
4. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang