

**STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA DI MADRASAH  
TSANAWIYAH PONDOK PESANTREN MODERN  
AL-AZKIYA KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

**SKRIPSI**



**RISKA ULYANDAYANI  
NIM.203190065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



**STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA DI MADRASAH  
TSANAWIYAH PONDOK PESANTREN MODERN  
AL-AZKIYA KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Manajemen Pendidikan Islam



**RISKA ULYANDAYANI  
NIM.203190065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Lintas Jambi-Ma-Bulian Km.16 Simp. Sei Duren Kab. Muaro Jambi 36365  
Telp/Fax: (0741)58183-584138 Website: www.uinjambi.ac.id

---

NOTA DINAS

Hal : Nota Dinas  
Lampiran : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Riska Ulyandayani  
NIM : 203190065  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Manajemen Pendidikan Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jambi, Maret 2023  
Pembimbing I

Dr. H. Mahmud MY, S. Ag. M. Pd  
NIP: 196910151997031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Lintas Jambi-Ma-Bulian Km.16 Simp. Sei Duren Kab. Muaro Jambi 36365  
Telp/Fax: (0741)58183-584138 Website: www.uinjambi.ac.id

---

**NOTA DINAS**

Hal : Nota Dinas  
Lampiran : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Riska Ulyandayani  
NIM : 203190065  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Manajemen Pendidikan Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jambi, Maret 2023  
Pembimbing II

Atika, M.Pd  
NIP.199209072020122017



## PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir” yang telah dimunaqasahkan oleh sidang Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) UIN STS Jambi pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 13 April 2023



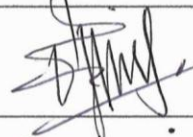



Jam : 08.30 s/d 09.30

Tempat : Ruang Umum, Gedung FTK

Nama : Riska Ulyandayani

Nim : 203190065

Telah diperbaiki sebagaimana hasil sidang diatas dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan pengesahan perbaikan skripsi.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Uyun Nafi'ah, M.Pd (Ketua Sidang)		08 Mei 2023
2	Husarida, M.sc,Ed (Sekretaris)		8 Mei 2023
3	Dr. Sumirah, M.Pd (Penguji I)		9 Mei 2023
4	Summiyani, M.Pd.I (Penguji II)		9 Mei 2023
5	Dr. Mahmud MY, M.Pd (Pembimbing I)		08/05 23.
6	Atika, M.Pd (Pembimbing II)		09/5 2023

Jambi, Mei 2023

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
UIN STS Jambi



Dr. Hj. Fadlilah, M.Pd  
NIP.19670711 1992 03 2004

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau terindikasi adanya unsur plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jambi, April 2023  
Yang Menyatakan,



**Riska Ulyandayani**  
NIM. 203190065

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
*Alhamdulillahirabbil'amin...*

Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan seluruh alam yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW semoga kita termasuk dalam golongan umat yang mendapatkan syafaat Nya di yaumul qiyamah kelak Aamiin.

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang teristimewa kedua orang tua tercinta Bapak H. Daud Hayyi, S.Pd.I semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan semoga selalu di berikan kesehatan dan Ibu tercinta Hj. Hasniwati yang tidak pernah berhenti mencintai, menyayangi dan yang selalu mendoa'kan untuk kesuksesan anak- anaknya, teruntuk saudara kandung saya Riadhi hamda, Adnan hamda dan Alfian hamda, semoga selalu diberikan kesehatan dan diberikan kelancaran atas apa pun yang mereka usahakan. Dan juga Kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan do'a.

Kemudian tidak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada bapak Dr. H. Mahmud MY, M.Pd dan ibu Atika, M.Pd selaku pembimbing I dan II yang telah membimbing dan mengarahkan serta membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Kepada sahabat serta teman-teman seperjuangan dan kepada dosen-dosen ku tercinta yang telah mendidik dan memberikan bimbingan sampai ditahap ini semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian diantara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu maha kasih sayang kepada kalian“

( QS. An-Nisa ayat 29 )

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan yang maha'Alim yang kita tidak mengetahui kecuali apa yang diajarkannya, atas iradatnya hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Salawat dan salam atas Nabi SAW pembawa risalah pencerahan bagi manusia.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat *Akademik* guna mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri Thaha Saifuddin Jambi. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini banyak melibatkan pihak yang telah memberikan motivasi baik moril maupun materil. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. H. Su'aidi Asy'ari, MA. Ph. D selaku Rektor UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Dr. Hj. Fadlilah, M. Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Prof. Dr. Risnita, M. Pd, Dr. Najmul Hayat, M. Pd. I dan Dr. Yusria, M. Ag Masing-masing sebagai Wakil Dekan I, II, III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Dr. H. Mahmud MY, S. Ag. M. Pd dan Uyun Nafiah, MS. M. Pd selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.
5. Dr. H. Mahmud MY, S. Ag. M. Pd dan Ibu Atika, M.Pd selaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan kekuatan dalam penyusunan skripsi ini .
8. Kepala Madrasah dan seluruh Guru Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren

Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir yang telah bersedia membantu memberikan informasi dan data dalam penyusunan skripsi ini.

Sahabat saya tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan serta membantu dalam hal penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman seangkatan seperjuangan yang sama-sama memberikan motivasi.

11. Serta seluruh pihak yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT berkenaan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## ABSTRAK

Nama : Riska Ulyandayani  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dan faktor keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir telah mengelola strategi pemasarannya dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari penyusunan formulasi program pendidikan madrasah, kegiatan promosi sesuai dengan elemen-elemen bauran pemasaran, melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas layanan pendidikan seperti kualitas sarana dan prasarana dan lainnya, proses pemasaran yang dilakukan mulai dari identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, hingga komunikasi pemasaran. Kemudian faktor keberhasilan utama dalam penerapan strategi pemasaran di lembaga pendidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir ini yaitu peranan kepala madrasah, kegiatan promosi, kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Lembaga Pendidikan Islam, Peningkatan Jumlah Siswa**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunta Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunta Jambi

## ABSTRACT

**Name** : Riska Ulyandayani  
**Major** : Islamic Education Management  
**Title** : *Marketing Strategy For Islamic Education Institutions In Increasing The Number Of Students At Madrasah Tsanawiyah Al-Azkiya Modern Islamic Boarding School Indragiri Hilir Regency.*

*This study aims to find out how the implementation and success factors of the marketing strategy in increasing the number of students at Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, Indragiri Hilir Regency. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques consist of interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, and conclusion.*

*The results showed that overall the Madrasah Tsanawiyah Modern Al-Azkiya Islamic Boarding School, Indragiri Hilir Regency had managed its marketing strategy well. This can be seen from the preparation of madrasah education programs, promotional activities in accordance with the elements of the marketing mix, making various efforts to improve the quality of educational services such as the quality of facilities and infrastructure, etc. The marketing process is carried out starting from market identification, market segmentation, product differentiation, to marketing communications. then the success factors for implementing the marketing strategy at the Madrasah Tsanawiyah Islamic Boarding School Modern Al-Azkiya Islamic Boarding School, Indragiri Hilir Regency, namely the role of the madrasah head, promotion activities, educator welfare, and education.*

**Keywords** : *Marketing Strategy, Islamic Educational Institutions, Increasing The Number Of Student.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Gunung Djati Bandung

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>NOTA DINAS</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELAVAN</b>	
A. KAJIAN PUSTAKA .....	8
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	8
2. Formulasi Strategi Pemasaran.....	10
3. Elemen-Elemen Strategi Pemasaran .....	13
4. Implementasi Strategi Pemasaran .....	15
5. Faktor Keberhasilan Strategi Pemasaran .....	18
6. Lembaga Pendidikan Islam .....	19
7. Peningkatan Jumlah Siswa.....	20
8. Pengertian Madrasah Tsanawiyah .....	21
9. Definisi Pondok Pesantren .....	21
B. STUDI RELAVAN .....	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



### BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode penelitian .....	28
B. Setting dan subyek penelitian .....	29
C. Jenis dan sumber Data .....	29
D. Teknik pengumpulan Data.....	30
E. Teknik analisis Data .....	32
F. Uji keabsahan Data .....	33
G. Jadwal Penelitian .....	35

### BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum .....	36
B. Temuan Khusus .....	43

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel penelitian .....	35
Tabel 4.1	Data tenaga pendidik dan kependidikan .....	41
Tabel 4.2	Data jumlah kelas .....	42
Tabel 4.3	Data jumlah siswa/i .....	42
Tabel 4.4	Data sarana dan prasarana .....	43
Tabel 4.5	Klasifikasi Jumlah Siswa Berdasarkan Daerah TP. 2021/2022...	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Data Jumlah Siswa/I MTs Al-Azkiya.....	4
Gambar 4.1	Sruktur Organisasi MTs Al-Azkiya .....	40
Gambar 4.2	Brosur MTs Al-Azkiya.....	60
Gambar 4.3	Kalender MTs Al-Azkiya.....	61
Gambar 4.4	Spanduk MTs Al-Azkiya .....	61
Gambar 4.5	Akun Instagram MTs Al-Azkiya.....	62
Gambar 4.6	Akun Youtube MTs Al-Azkiya.....	62
Gambar 4.7	Akun Facebook MTs Al-Azkiya .....	63
Gambar 4.7	Akun Website MTs Al-Azkiya .....	64

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran tidak hanya terjadi di lingkungan bisnis saja. Pemasaran juga memiliki tempat tersendiri disegmen pendidikan terkhusus di lembaga pendidikan Islam, pemasaran dilakukan dengan menggunakan media verbal dan non verbal, baik itu dilakukan secara langsung dengan masyarakat selaku pengguna jasa atau dengan menggunakan media-media lain yang berkaitan dengan pemasaran. Terdapat banyak hal yang menjadi tujuan pemasaran namun utamanya yaitu agar memberikan pengertian yang positif sehingga masyarakat dapat mengerti dan kemudian memberikan kepercayaan kepada lembaga pendidikan tersebut (fachri & imzaqiyah,2019:09).

Selain harus memiliki usaha agar kesejahteraan bersama dapat dicapai dengan baik bukan hanya untuk kepentingan satu kelompok saja, kegiatan pemasaran juga harus memiliki jiwa semangat beribadah kepada Allah SWT dalam berdagang, Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk selalu mengutamakan etika yang dilandaskan keIslaman dengan melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah An-nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian diantara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah

kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu maha kasih sayang kepada kalian“ ( QS. An-Nisa ayat 29 )

Memberikan suatu kepercayaan kepada pengguna jasa pendidikan perlu adanya strategi yang baik dari lembaga pendidikan khususnya di lembaga pendidikan Islam. (Ahmad Muazar Habibi & Akhtim Wahyuni, 2020:135) menyatakan bahwa Strategi marketing pendidikan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, pendayagunaan sumberdaya yang dilakukan secara efektif dan efisien pada saat menawarkan jasa pendidikan. Kegiatan strategi pemasaran jasa yang baik disuatu lembaga pendidikan akan memicu tumbuh kembangnya proses pendidikan di dalam lembaga pendidikan tersebut, sehingga hasil pendidikan yang berupa sumber daya manusia akan dapat digunakan untuk kebutuhan masyarakat diluar maupun di dalam bidang pendidikan itu sendiri (Fikri, 2020: 54).

Hal yang sangat penting dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan yaitu menetapkan strategi dalam melakukan pemasaran. Banyaknya lembaga pendidikan sejenis yang didirikan disuatu wilayah yang sama menyebabkan adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan kepercayaan dari masyarakat selaku pengguna layanan jasa pendidikan. Dalam hal ini, perlu adanya langkah antisipasi dalam menghadapi persaingan antar lembaga dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang baik dan disusun secara sistematis, dengan cara menganalisis pasar, menetapkan produk dan jasa apa yang akan ditawarkan pada pasar sasaran, kemudian mengomunikasikan produknya (Huda, 2019: 24)

Lembaga pendidikan Islam masih menjadi lembaga kepercayaan masyarakat untuk menitipkan putra putrinya, hal ini tentu saja menguntungkan lembaga-lembaga pendidikan terkait (Fachri & Imzaqiyah, 2019:09). Menurut Muadin dalam (Hasanah, 2021: 83) animo masyarakat perlahan tapi pasti terhadap pendidikan berbasis Islam. Ada banyak faktor yang menentukan minat masyarakat dalam memberikan akses pendidikan kepada anaknya seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



halnya keistimewaan dalam fokus ilmu keagamaan, pembinaan karakter, kemandirian, dan lain-lain.

Kompetisi antar lembaga pendidikan semakin meningkat. Peningkatan merupakan proses cara atau perbuatan meningkatkan suatu usaha, kegiatan, dan sebagainya (Dian et al, 2020:73). Salah satunya dalam hal meningkatkan jumlah siswa di lembaga pendidikan dengan melakukan upaya yang sungguh-sungguh agar masyarakat tertarik dan yakin untuk menggunakan layanan pendidikan yang ditawarkan.

Madrasah Tsanawiyah merupakan lembaga pendidikan yang sederajat dengan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) yang memiliki ciri Islam yang dikelola dan dikembangkan di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai ciri khas Islam, madrasah tsanawiyah memegang peranan penting dalam proses pembentukan kepribadian siswa, karena melalui pendidikan madrasah ini para orang tua berharap anak-anaknya memiliki dua kemampuan sekaligus, tidak hanya tentang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) tetapi juga memiliki kepribadian dan komitmen yang tinggi terhadap agamanya (IMTAQ).

Sebagai lembaga sosial dan penyiaran keagamaan, Arus perkembangan peradaban dunia dari jalur pendidikan Islam sudah sejak lama turut mewarnai proses kemajuan zaman. Pesantren tidak bisa lepas dari kemajuan dalam teknologi dan pengetahuan yang turut memberi sumbangsih terbesar dalam peradaban dunia. (Hasanah Dian Uswatun, Alfi Ahmad, 2021:65)

Seiring berjalannya waktu, pondok pesantren memberikan kesan yang sangat positif dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Hal ini terbukti ada 26.975 pondok pesantren di Indonesia per januari 2022, jumlah ini meningkat hampir dua kali lipat dibandingkan jumlah pondok pesantren pada tahun 2001. (ditpdpontren. Kemenag, 2022).

Salah satu lembaga pendidikan yang mampu meningkatkan eksistensinya dalam dunia pendidikan adalah Madrasah Tsanawiyah Pondok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

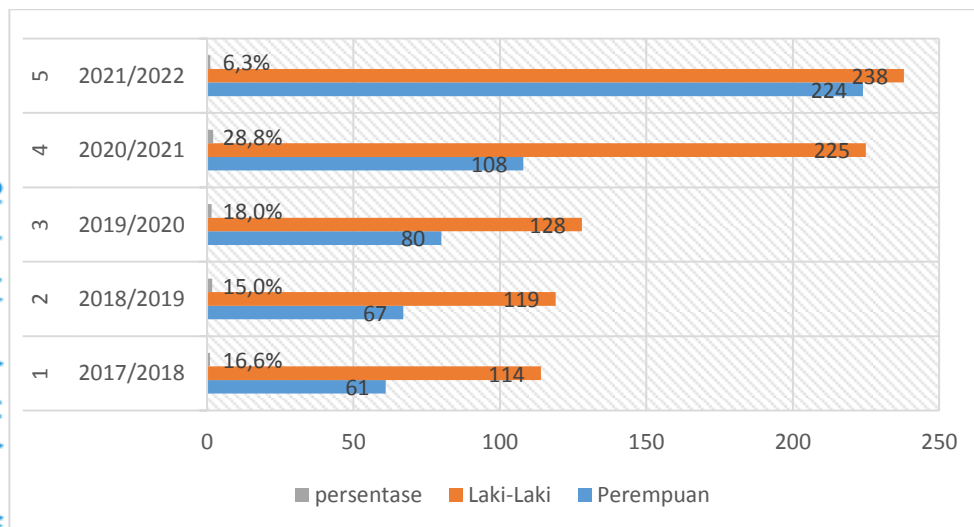
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi

Pesantren Modern Al-Azkiya yang merupakan lembaga pendidikan Islam yang baru diresmikan oleh Bupati Indragiri Hilir yaitu H. Muhammad Wardan pada tahun 2015 lalu yang didirikan oleh (ALM) H. Sindring. Madrasah yang dipimpin oleh cucu nya KH. Muhammad Ridwan, Lc ini masih tergolong baru untuk itu tentu bukan hal yang mudah untuk menarik konsumen atau pengguna jasa untuk menggunakan jasa pendidikan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 20 Agustus 2022, Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir mampu membuktikan eksistensinya sebagai lembaga pendidikan Islam dengan memiliki dampak positif terhadap peningkatan jumlah siswa nya. Hal ini terbukti madrasah tsanawiyah ini telah memiliki 1.401 Siswa yang terdiri dari 855 Laki-laki dan 546 perempuan dalam kurun waktu lima tahun terakhir.



**Gambar 1.1** Grafik Data Jumlah Siswa/Siswi Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, dapat kita ketahui bahwa jumlah siswa mulai tahun ajaran 2017/2018-2021/2022 mengalami peningkatan, jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2017/2018 yaitu 61 perempuan dan 114

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

laki, kemudian TP. 2018/2019 jumlah siswa perempuan 67 dan laki-laki 119 dan hanya mengalami peningkatan 15,0%, TP. 2019/2020 juga mengalami peningkatan 18,0% dengan jumlah siswa perempuan 80 dan jumlah laki-laki 128, selanjutnya pada TP. 2020/2021 madrasah ini mengalami peningkatan 28,8% jumlah siswa, hal ini peningkatan jumlah siswanya cukup signifikan dibanding tahun pelajaran sebelumnya dengan jumlah siswa 108 perempuan dan 225 laki-laki, hingga pada TP. 2021/2022 terus mengalami peningkatan 6,3% dengan jumlah siswa perempuan 238 dan 224 laki-laki.

Peningkatan yang ada dalam waktu 5 tahun terakhir ini, tentu tidak lepas dari strategi pemasaran yang baik dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, karena dengan menyusun strategi pemasaran yang baik, akan mempengaruhi perkembangan proses pendidikan di lembaga pendidikan itu sendiri bukan hanya dari segi kualitas namun juga dalam peningkatan kuantitas siswanya.

Oleh karena itu, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bukan hanya untuk mengetahui bagaimana konsep dan implementasi strategi pemasaran yang dilakukan di lembaga pendidikan Islam, namun juga dapat mengetahui apa saja faktor keberhasilan penerapan strategi pemasarannya dalam meningkatkan jumlah siswa melalui Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya. Hal ini lah yang melatarelakangi peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

## **B. Fokus Permasalahan**

Fokus dari permasalahan ini adalah membahas tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya?
3. Apa saja faktor keberhasilan penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya?

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.
- b. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.
- c. Untuk mengetahui faktor keberhasilan penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dikemukakan di atas, maka kegunaan penelitian ini adalah:

##### a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah Sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata 1 (S1) dan juga sebagai acuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam mengembangkan keilmuan jurusan Manajemen Pendidikan Islam, terkait dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

b. Bagi Sekolah

Yaitu tersusunnya rumusan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dengan meningkatnya jumlah siswa di lembaga pendidikan Islam dan juga sebagai laporan faktual bagaimana implementasi pemasaran pendidikan di lapangan. Dengan telah terumuskannya konsep tersebut, maka dengan sendirinya akan membantu dalam menindaklanjuti baik berupa kebijakan-kebijakan akademik maupun nonakademik. Karena apa yang dihasilkan oleh penelitian ini bukanlah bersumber dari satu referensi tertentu saja, melainkan penelitian ini dirangkum dari berbagai sumber baik wawancara, dokumentasi maupun observasi.

c. Bagi Pembaca

Sebagai dasar untuk lebih memahami pentingnya strategi pemasaran di lembaga pendidikan Islam khususnya di Madrasah Tsanawiyah. Dengan temuan ini peneliti berharap bisa menghasilkan suatu kajian yang komprehensif tentang strategi pemasaran pendidikan. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa pada umumnya pemasaran atau marketing hanya dilakukan oleh *corporate* dalam memasarkan produknya.

Kemudian juga dapat dijadikan bahan kajian bagi penelitian-penelitian yang akan datang tentang strategi pemasaran pendidikan yang pernah dilakukan oleh penulis sebelumnya. Oleh sebab itu, kehadiran penelitian ini diharapkan mampu mengulas secara mendalam tentang penerapan strategi pemasaran di lembaga pendidikan terkhusus di lembaga pendidikan Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pada dasarnya merupakan suatu kegiatan perencanaan yang dikembangkan, ditetapkan kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan mengatur dan mengelola suatu organisasi atau lembaga. Mengenai pemasaran, diperlukan sebuah kegiatan pemasaran yang strategis dan sistematis oleh pihak sekolah untuk meningkatkan penerimaan siswa pada ajaran baru. (Mahmud MY, dkk. 2022: 23). Sedangkan menurut Henry Mintzberg dalam jurnal (Afandi, 2019: 55) Istilah strategi dapat digunakan secara implisit dan eksplisit kedalam beberapa definisi untuk membantu manajer dalam melakukan maneuver terhadap pesaingnya, dengan mengatur strategi posisi, perspektif, dan pengecoh.

Definisi pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting untuk itu dalam suatu lembaga atau organisasi perlu melakukan koordinasi dan pengolahan dengan baik dan profesional (Huda, 2019: 24)

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama dari suatu perusahaan atau organisasi, terutama ditujukan untuk pengembangan organisasi atau perusahaan, menjaga kelangsungan usaha atau bisnis, dan menghasilkan keuntungan. Dalam KBBI asal kata pemasaran ialah pasar yang berarti daerah atau tempat transaksi berjual beli. (Mahmud MY, dkk. 2022: 24)



Pemasaran menurut W. Stanton merupakan serangkaian unsur dari aktivitas atau kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, melakukan promosi, hingga mendistribusikan barang maupun jasa sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen selaku penggunaannya (Fachri & Imzaqiyah, 2019: 09). Artinya setiap kegiatan yang dilakukan harus sejalan satu sama lain sehingga membentuk totalitas yang utuh.

Kotler mengatakan, konsep pokok dalam kegiatan pemasaran berkaitan dengan tiga unsur, yaitu sebagai berikut:

- a. *Needs*, adalah tuntutan dasar manusia berupa pakaian juga makanan. Namun kebutuhan tersebut adakalanya dapat berubah menjadi *wants*
- b. *Wants*, apabila diarahkan lebih khusus lagi seperti seseorang yang menginginkan sarapan nasi goreng, sedangkan kebutuhan sesungguhnya hanyalah nasi.
- c. *Demands*, yaitu kecenderungan manusia kepada barang atau produk tertentu yang disertai dengan pembelian (Others, 2016: 03)

Menurut Peter dan Olson dalam (mamlukhah, 2019:160) strategi pemasaran adalah bagian dari lingkungan yang terdiri atas rangsangan fisik dan sosial, termasuk rangsangan didalamnya yaitu produk dan jasa, materi promosi (iklan), tempat pertukaran (toko eceran) agar memenuhi kriteria dan tingkah laku konsumen.

Strategi pemasaran pendidikan adalah sebuah cara, upaya, dan langkah-langkah praktis yang dilakukan oleh pemimpin sekolah atau madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui pemberian informasi kepada masyarakat dan penawaran layanan jasa pendidikan serta meyakinkan pengguna jasa pendidikan agar tetap menggunakan layanan jasa pendidikan (Dian et al., 2020:73)

Mengenai pengertian beberapa ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya strategi pemasaran merupakan tindakan-tindakan yang



digunakan oleh perusahaan, organisasi, lembaga pendidikan agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing dengan pesaing lainya guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menentukan strategi pemasaran sesuai dengan keadaan pasar dan strategi tersebut direncanakan dengan baik maka akan menghasilkan apa yang diharapkan. Strategi pemasaran diterapkan pada sekelompok lembaga pendidikan seperti madrasah tsanawiyah yaitu bagaimana strategi yang digunakan mampu menarik minat konsumen jasa pendidikan sehingga dapat meningkatkan jumlah siswa setiap tahunnya.

## 2. Formulasi Strategi Pemasaran

Formulasi strategi adalah tahap awal dimana organisasi atau perusahaan menyusun dan menetapkan program perencanaan yang ingin dicapai formulator. Menyusun formulasi strategi pemasaran di lembaga pendidikan dapat dilakukan dengan menganalisa secara mendalam terkait faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberlangsungan lembaga pendidikan itu sendiri, kemudian penetapan tujuan jangka panjang yang akan digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif-alternatif strategi pemasaran untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi lembaga pendidikannya. (Rachmat, 2014:30). Dalam penerapan formulasi strategi, ada unsur unsur yang harus diperhatikan, diantaranya adalah:

- a. Harus di pahami visi, misi dan *Objektive* tujuan. Sehingga dapat diketahui kemana arah tujuan-tujuan tersebut dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju arah tersebut.
- b. Mencari alternatif solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien dimasa yang akan datang
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal maupun eksternal yang sedang dihadapi saat ini (dirgantoro, 2016:04)

Formulasi adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil tanpa adanya batas waktu yang ditentukan dan dapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dilakukan secara terus menerus, untuk itu formulasi juga bisa dikatakan sebuah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dengan tujuan mencapai apa-apa saja yang telah dirumuskan sebelumnya oleh lembaga tersebut. Tentunya hal ini selaras dengan apa yang telah ditulis oleh Tjokroamidjojo dalam salah satu karya bukunya yang berjudul Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan yang mengatakan bahwa *Folicy Formulation* sama dengan pembentukan kebijakan merupakan serangkaian tindakan pemilihan berbagai alternatif yang dilakukan secara terus menerus dan tidak pernah selesai, hal ini didalamnya termasuk pembuat keputusan. (Islamy, dkk. 2014:24)

Menurut seorang ahli bidang *marketing* Philip Kotler dalam jurnal (Huda, 2019: 43) mengatakan bahwa ada lima formulasi alternatif yang harus dilakukan oleh organisasi dalam menjalankan kegiatan pemasaran yaitu:

a. Produksi (*Production*)

Konsep produksi adalah filosofi pemasaran yang menganut pendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia secara luas dan murah. Ini adalah salah satu dari lima filosofi pemasaran selain konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep pemasaran holistik.

Dalam konsep produksi, perusahaan seharusnya fokus pada pencapaian efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi massal. Mereka berependapat bahwa konsumen akan lebih tertarik pada ketersediaan produk dan harga yang rendah, orientasi ini masuk akal di negara-negara berkembang dimana konsumen lebih tertarik untuk mendapatkan produk daripada fitur-fiturnya. Selain itu, pemasaran juga menggunakan konsep produk ketika mereka ingin memperluas pasar dan mendominasi pasar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b. Produk (*Product*)

Konsep produk merupakan salah satu filosofi pemasaran yang menekankan bahwa konsumen dapat menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur terbaik. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha untuk mengelola produk yang berkualitas demi menciptakan produk yang berkelanjutan. Istilah ini juga merujuk pada versi terperinci dari ide produk baru yang memenuhi keinginan dan kebutuhan fungsional, sosial, psikologis konsumen sebagai elemen bauran pemasaran, sehingga dapat digunakan untuk mengelola strategi periklanan, hal ini dapat memberikan nilai terhadap produk yang diberikan melalui pengiklan kepada konsumen.

## c. Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan penentuan dalam dunia bisnis, dimana adanya kegiatan penjualan tersebut pihak organisasi atau perusahaan akan memperoleh penggantian sebesar harga barang atau jasa yang dimufakati saat akan jual beli dilakukan. Dari pelaksanaan penjualan tersebut pihak penjual mengharapkan bahwa barang-barang atau jasa akan lagi pada titik harga yang nilainya lebih tinggi dari harga pokok (harga perolehan) sehingga perusahaan akan mampu memperoleh keuntungan. Untuk mencapai tingkat laba yang telah ditentukan, pihak manajer penjualan harus mampu melihat peluang-peluang dari kondisi pasar yang ada.

d. Pemasaran (*Marketing*)

Definisi dan Konsep Pemasaran Kotler dan Keller mengutip Asosiasi Pemasaran Amerika yang memberikan definisi bahwa pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Menurut Kotler dan Armstrong, “*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

*customer relationships in order to capture value*” dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan baik dengan pelanggan untuk menangkap penilaian sehingga mendapatkan keuntungan dari pelanggan sebagai imbalan. Menurut David pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

Konsep pemasaran menurut William J. Stanton konsep pemasaran merupakan suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsep merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran yang dimaksud adalah kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan pelanggan dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaing.

e. Kemasyarakatan

Konsep kemasyarakatan ini menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan harus bertanggung jawab pada masyarakat terhadap segala perilaku pemasarannya. Perusahaan harus menghasilkan produk yang dapat diandalkan, tidak cepat rusak, tidak berbahaya jika digunakan oleh konsumen dan turut menjaga kelestarian alam. Dunia bisnis harus hemat dalam menggunakan sumber-sumber alam, dan turut mengadakan penghijauan.

3. Elemen-Elemen Strategi Pemasaran

Pemasaran jasa pendidikan menurut faizin tidak bisa terlepas dari elemen bauran pemasaran. Adapun bauran pemasaran jasa yang dimaksud adalah konsep 7P yaitu (Dian et al, 2020):

1) *Product* (Produk)

Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam lingkungan pendidikan, produk jasa yang dapat ditawarkan adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



jasa layanan akademik seperti kurikulum atau ekstra kurikulum yang ada di lembaga pendidikan tersebut.

2) *Price* (Harga)

Strategi harga yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah. Umumnya, orang tua yang berpenghasilan menengah ke bawah, memilih sekolah yang relatif lebih murah, kecuali jika memperoleh beasiswa, sedangkan orang tua yang berpenghasilan menengah ke atas, memilih sekolah terbaik, walaupun dengan biaya yang relatif mahal. Dalam hal ini pembiayaan pendidikan sangat berpengaruh pada keinginan pelanggan jasa untuk menggunakan layanan jasa yang disediakan.

3) *Place* (Lokasi/Tempat)

Mengatur strategi lokasi merupakan salah satu hal yang penting dilakukan kerna dengan menempatkan posisi sekolah yang strategis, mudah dijangkau dari segala arah dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi merupakan faktor pendukung kenyamanan siswa, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah sehingga masyarakat juga akan menjadikan lokasi sebagai salah satu alasan menggunakan layanan jasa yang disediakan oleh lembaga tersebut.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Dalam upaya mempromosikan disuatu lembaga pendidikan promosi tentu merupakan kegiatan menaikkan nilai pandang dari masyarakat yaitu dengan menggunakan strategi yang baik dan dinamis sehingga masyarakat tergerak dan ikut dalam menyekolahkan anak-anak mereka dengan kualitas yang telah ditawarkan oleh pihak sekolah (Mahmud MY, dkk. 2022: 22)

5) *Person* (Sumber Daya Manusia)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi pandangan pembeli/konsumen. Untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia (guru) di lingkungan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



sekolah yang profesional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional. Selain guru yang berkualitas dan ramah, karyawan dan administrasi dan non administrasi juga diharapkan memiliki kehandalan dan keramahan dalam mengerjakan tugasnya masing-masing.

6) *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Sarana fisik merupakan gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada dalam suatu lembaga pendidikan. Faktor sarana pembelajaran yang memadai merupakan fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran.

7) *Process* (Proses)

Dalam lembaga pendidikan tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa. Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan konsumen jasa pendidikan.

4. Implementasi Strategi Pemasaran

Menurut Mulyadi (2015:12) implementasi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk menerapkan keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya.

Proses persiapan implementasi setidaknya menyangkut beberapa hal penting yakni sebagai berikut:

- a. Penyiapan sumber daya, unit dan metode.
- b. Penerjemahan kebijakan menjadi rencana dan arahan yang dapat diterima dan dijalankan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- c. Penyediaan layanan, pembayaran dan hal lain secara rutin.

Implementasi menurut teori Jones dalam (Mulyadi, 2015:14): *“Those Activities directed toward putting a program into effect”* (kegiatan yang diarahkan untuk mewujudkan suatu program), sedangkan menurut Horn dan Meter: *“Those actions by public and private individual (or group) that are achievement or objectives set forth in prior policy”* (tindakan yang dilakukan atas pemerintah). Jadi implementasi merupakan tindakan yang dilakukan setelah suatu kebijakan ditetapkan. Implementasi merupakan cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas tersebut dapat diketahui bahwa pengertian implementasi merupakan suatu penerapan dari konsep dan kebijaksanaan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menentukan langkah atau metode yang efektif dan efisien agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Penerapan strategi membutuhkan tindakan untuk memulai kegiatan organisasi atau perusahaan karena akan dihadapkan pada aktifitas usaha yang terus menerus dan aktifitas tersebut membutuhkan pengimplementasian yang baik.

Langkah-langkah kegiatan pengimplementasian strategi pemasaran pada lembaga pendidikan yaitu:

- a. Identifikasi pasar.

Menurut (Anam, 2013:159) Tahapan pertama dalam strategi pemasaran lembaga pendidikan adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini perlu dilakukan suatu kegiatan penelitian/riset pasar untuk mengetahui bagaimana kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari lembaga pendidikan lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Faktor-Faktor yang dapat membantu menilai kelayakan pasar dari produk pendidikan untuk disegmentasikan agar proses segmentasi pasar dapat berjalan dengan efektif harus memenuhi kriteria dan syarat sebagai berikut (Sofjan Assauri, 2013 :144-145):

- 1) Dapat diukur (*measurable*), baik besar maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- 2) Dapat dicapai (*accessible*), sehingga dapat dilayani secara efektif.
- 3) Cukup luas (*substantial*), sehingga dapat menguntungkan jika dilayani.
- 4) Dapat dilaksanakan (*actionable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Maka dari segmen pasar yang telah ditentukan dapat dipilih yang potensial diantaranya untuk dijadikan pasar sasaran. Hal ini merupakan dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan agar tujuan pemasaran dapat dicapai.

- b. Segmentasi pasar dan *positioning*.

Penentuan target pasar merupakan langkah selanjutnya dalam strategi pemasaran di lembaga pendidikan. Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna layanan jasa pendidikan. Secara umum pasar dapat dipilih berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi (Anam, 2013:170).

Untuk kebutuhan penetapan sasaran pasar, perusahaan terlebih dahulu perlu melakukan segmentasi pasar, dengan pengidentifikasian konsumen berdasarkan sifat atau cirinya. Terutama melihat keinginan dan kebutuhan dalam pembelian yang konsumen lakukan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penentuan sasaran pasar adalah dengan Menilai keuntungan potensial dari berbagai segmen pasar, menganalisis lebih mendalam tentang kesempatan yang dapat diperoleh, dan mengkaji kemungkinan berhasilnya mencapai sasaran pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dengan demikian lembaga pendidikan akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran apa yang diterapkan sehubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar. Setelah diketahui karakter pasar, maka kita akan menentukan bagian pasar mana yang akan kita layani.

c. Diferensiasi produk.

Diferensiasi produk merupakan proses atau upaya membedakan produk yang dimiliki dengan produk-produk pesaing sehingga dapat membuatnya lebih menarik konsumen. Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pengguna jasa pendidikan. Dari sekian banyaknya lembaga pendidikan yang ada, orangtua siswa tentunya akan kesulitan untuk memilih lembaga pendidikan untuk anaknya dikarenakan atribut kepentingan antar lembaga pendidikan semakin standar.

d. Komunikasi pemasaran

Pengelola lembaga pendidikan hendaknya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang diharapkan pasar. Dimana kegiatan komunikasi pemasaran ini merupakan usaha mengonfirmasikan, membujuk atau mempengaruhi konsumen jasa secara langsung maupun tidak langsung agar menggunakan jasa pendidikan yang disediakan tersebut.

5. Faktor Keberhasilan Strategi Pemasaran

Faktor keberhasilan merupakan suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan hasil dari hasil sebelumnya. Dalam menjalankan kegiatan pemasaran disuatu organisasi/perusahaan keberhasilan merupakan tujuan utama. Dalam hal ini tujuan seseorang melakukan bisnis adalah agar mendapat laba atau keuntungan, faktor-faktor keberhasilan usaha harus dirumuskan dengan baik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi, jika pihak organisasi /perusahaan tidak mampu merumuskan faktor keberhasilan usaha dengan baik maka usahanya tidak akan berjalan dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

baik juga. karena aspek keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari kecerdasan dalam merancang suatu strategi namun juga dalam mengelola dan mengatur proses pemasarannya.

#### 6. Pengertian Lembaga Pendidikan Islam

Lembaga pendidikan Islam merupakan lembaga industri mulia sebab mengemban dua misi yakni profit dan sosial. Misi profit merupakan tugas yang dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan misi sosial dimaksudkan untuk mewariskan aspek yang bernilai luhur (Mualimin, 2017:101). Lembaga pendidikan hadir sebagai tempat pembinaan bagi semua orang. Tujuannya tidak lain adalah membawa perubahan untuk masa depan yang diharapkan. Merupakan sebuah keniscayaan bahwa setiap orang yang bernaung di dalamnya mengalami perubahan dan semakin berkembang tergantung bagaimana lembaga pendidikan tersebut mengolah dan mengarahkannya (Gazali, 2013: 128)

Peran lembaga pendidikan Islam adalah pelaksana operasional dalam menjalankan fungsi pendidikan Islam. Oleh karena itu, misi yang dibawa harus selaras dengan misi pendidikan Islam yaitu membentuk pribadi luhur yang dapat memahami dan melaksanakan dengan penuh kesadaran hak dan kewajiban kepada penciptanya, dirinya, sekaligus lingkungannya (Mualimin, 2017: 101).

Di lembaga inilah kaum muslimin Indonesia mengalami doktrin dasar Islam, khususnya menyangkut praktek kehidupan dan keagamaan. Ciri umum yang diketahui adalah pesantren memiliki kultur yang khas dan cara pengajarannya yang unik. Kyai yang biasanya adalah pendiri pondok pesantren, memberikan layanan pendidikan secara kolektif atau bandongan (*collective learning process*) dan layanan individual atau sorogan (*individual learning process*) (Sulhan, 2015). Mengenai pengaturan sekolah ataupun madrasah memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

keberlangsungan serta perkembangan sekolah atau madrasah itu dimasa yang akan datang.

#### 7. Peningkatan Jumlah Siswa

Kata peningkatan dapat menggambarkan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Hasil dari suatu peningkatan dapat ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu. Dimana saat suatu usaha atau proses telah sampai pada titik tersebut maka akan timbul perasaan puas dan bangga atas pencapaian yang telah diharapkan. Sedangkan hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas. Jumlah merupakan kata lain dari kata kuantitas hasil dari sebuah proses. (Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI, 2007: 24)

Oemar Hamalik mendefinisikan siswa sebagai suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional. Menurut Abu Ahmadi peserta didik adalah sosok manusia sebagai individu/pribadi (manusia seutuhnya). Individu diartikan seorang tidak tergantung dari orang lain, dalam arti benar-benar seorang pribadi yang menentukan diri sendiri dan tidak dipaksa dari luar, mempunyai sifat-sifat dan keinginan sendiri" (Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, 2009: 105),

Sedangkan Hasbullah berpendapat bahwa siswa merupakan salah satu input yang ikut menentukan keberhasilan proses pendidikan. bisa dikatakan bahwa peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya. (Hasbullah, 2010: 121)

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa siswa merupakan individu yang mendapatkan pelayanan jasa yang disediakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



untuk menambah wawasan, mengembangkan skill, dan meningkatkan kepriadian yang lebih baik.

#### 8. Pengertian Madrasah Tsanawiyah

Madrasah Tsanawiyah (disingkat MTs) merupakan jenjang dasar pada pendidikan formal di Indonesia, setara dengan sekolah pertengahan pertama, yang pengelolaannya dimainkan oleh Departemen Agama. Pendidikan madrasah tsanawiyah ditempuh dalam waktu 3 tahun, mulai dari kelas 7 hingga kelas 9. Pelajar madrasah tsanawiyah umumnya berusia 13-15 tahun. Di Indonesia, setiap warga negara berusia 7-15 tahun tahun wajib mengikuti pendidikan dasar, yakni sekolah dasar (atau sederajat) 6 tahun dan sekolah pertengahan pertama (atau sederajat) 3 tahun.

Madrasah Tsanawiyah (MTs) adalah lembaga pendidikan yang mempunyai derajat yang sama dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Madrasah Tsanawiyah adalah satuan pendidikan formal dalam binaan Menteri Agama yang menyelenggarakan pendidikan umum dan kejuruan dengan kekhasan agama Islam.

Namun Madrasah Tsanawiyah ini berbeda dengan SMP karena Madrasah Tsanawiyah adalah satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan umum dengan kekhasan agama Islam yang terdiri dari 3 (tiga) tingkat pada jenjang pendidikan dasar sebagai lanjutan dari Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah. Selain itu MTs berada di bawah naungan Kementerian Agama.

#### 9. Pondok pesantren

##### a. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren berasal dari kata pondok dan pesantren. Pondok berasal dari kata Arab "*fundug* " yang berarti hotel atau asrama.. Sedangkan kata pesantren berasal dari kata santri yang dengan awalan "pe" dan akhiran "an" berarti tempat tinggal para santri. Pesantren merupakan lembaga pendidikan yang masih eksis sampai saat ini. Keberadaannya diakui dan memberikan warna khas Islam nusantara.

Kehadiran pondok pesantren di tengah masyarakat tidak hanya sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai lembaga penyiaran agama dan sosial keagamaan. Sebagai lembaga penyiaran agama, pesantren melakukan kegiatan dakwah di kalangan masyarakat, dalam arti kata melakukan aktivitas dalam rangka menumbuhkan kesadaran beragama untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam secara konsekuen sebagai pemeluk agama Islam. Sementara sebagai lembaga sosial, pesantren ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah sosial yang dihadapi masyarakat (Zulhimma, 2013: 165-181)

Muawanah mengemukakan bahwa Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam (*Islamic Boarding School*) yang bertujuan untuk membentuk manusia, beriman, bertaqwa, dan mampu hidup mandiri. Pesantren merupakan sutau lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh, serta diakui oleh masyarakat sekitar, dengan sistem asrama dimana santri-ssantri menerima pendidika agama melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya dibawah kedaulatan leadership seorang atau beberapa orang kyai dengan ciri-ciri khas yang bersifat kharismatik serta independen. Pesantren atau pondok pesantren bisa disebut juga dengan sekolah Islam berasrama (Afandi, 2019:55). Pelaksanaan pembelajaran pesantren tidak menyebut kurikulum yang baku. Hal ini dapat dipahami karena pesantren sesungguhnya merupakan lembaga pendidikan Islam yang bersifat otonom.

#### b. Jenis-Jenis Pondok Pesantren

Jenis-jenis pondok pesantren ada empat bagian yaitu:

- 1) pondok pesantren dilihat dari sarana dan prasarana,
- 2) pondok pesantren dilihat dari ilmu yang diajarkan,
  - a) pesantren tradisional (*salafiyah*)
  - b) pesantren modern (*kalafiyah*)
  - c) pesantren komprehensif
- 3) pondok pesantren dilihat dari jumlah santri,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- a) Pondok pesantren yang memiliki jumlah santri lebih besar dari 2000 orang termasuk pondok pesantren besar. Pondok jenis ini biasanya berskala nasional. Bahkan pondok modern Gontor Ponorogo mempunyai santri yang berasal dari luar negeri seperti Malaysia, Singapura, dan Brunei.
- b) Pondok pesantren yang memiliki jumlah santri antara 1000 sampai 2000 orang termasuk pondok pesantren menengah.
- c) Pondok pesantren yang memiliki santri kurang dari 1000 orang termasuk pesantren kecil. Contoh pondok pesantren jenis ini adalah Tegalsari (Salatiga), Kencong dan Jampes di Kediri. Pondok pesantren ini biasanya berskala lokal pondok, bahkan ada juga yang regional.

Kurikulum pesantren diberi kebebasan oleh negara untuk menyusun dan melaksanakan kurikulum bebas dan merdeka. Namun demikian jika dilihat dari studi tentang pesantren diperoleh bentuk-bentuk kurikulum yang ada dikalangan pesantren. Menurut Lukens-Bull secara umum kurikulum pesantren dibedakan menjadi empat bentuk yaitu (Afandi, 2019):

- a) Pendidikan agama
  - b) Pengalaman dan pendidikan moral
  - c) Sekolah dan pendidikan umum
  - d) Keterampilan kursus
- c. Fungsi dan Tujuan Pondok Pondok Pesantren

Wahidah menyatakan dalam (Syafe'i, 2017:61) Fungsi pesantren tidak semata-mata hanya sebagai lembaga pendidikan, tetapi multi kompleks yang menjadi tugas pesantren. Pendidikan di pesantren tidak berhenti sebagai aktifitas transfer ilmu saja. Hal senada juga dikemukakan oleh Tholkhah Hasan mantan menteri agama RI, bahwa pesantren seharusnya mampu menghidupkan fungsi-fungsi sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



- 1) Pesantren sebagai lembaga pendidikan yang melakukan transfer ilmu-ilmu agama (*tafaqquh fi al-din*) dan nilai-nilai Islam (*Islamic values*);
- 2) Pesantren sebagai lembaga keagamaan yang melakukan kontrol sosial;
- 3) Pesantren sebagai lembaga keagamaan yang melakukan rekayasa sosial (*social engineering*) atau perkembangan masyarakat (*community development*).

Oleh karena itu, tujuan dapat dicapai jika pesantren mampu melakukan proses perawatan tradisi-tradisi yang baik dan sekaligus mengadaptasi perkembangan keilmuan baru yang lebih baik, sehingga mampu memainkan peranan sebagai *agent of change*.

## B. Studi Relevan

Penelitian mengenai Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Pondok Pesantren bukanlah merupakan bentuk penelitian yang sama sekali baru, namun sudah ada beberapa penelitian yang dilakukan dengan tema yang sama. Berikut akan peneliti paparkan beberapa penelitian yang terdahulu Berikut penelitian- penelitian tersebut:

1. Skripsi Endah Suryanti (2021) UIN Raden Intan Lampung yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Darurroohman Mulya Kencana Kabupaten Tulang Bawang Barat. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) yang bersifat deskriptif. Adapun permasalahan penelitian ini yaitu, bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah santri di Pondok Pesantren Darurrohman Mulya Kencana. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah santri yang digunakan Pondok Pesantren Darurrohman Mulya Kencana. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pondok Pesantren



Darurrohman dalam meningkatkan jumlah santri adalah dengan menggunakan strategi dalam bauran pemasaran yang meliputi: strategi produk yakni Pondok Pesantren Darurrohman dilihat dari segi keilmuan Kiai yang menjadi panutan masyarakat serta mempunyai pengalaman yang luas dalam berdakwah, Pondok Pesantren Darurrohman juga menonjolkan ciri khas salafiyah murni, dibidang seni hadroh yang mempunyai kontribusi dalam mengenalkan Pondok Pesantren Darurrohman kepada masyarakat. Strategi harga pondok Pesantren Darurrohman yaitu dengan menetapkan standar biaya ringan. Strategi tempat yaitu Pondok Pesantren Darurrohman cukup mudah dijangkau oleh kendaraan, baik kendaraan roda empat maupun roda dua, serta memiliki infrastruktur yang cukup strategis dan mudah diakses sesuai target pemasaran yang dituju. Strategi yang dipakai dalam mempromosikan yaitu promosi menggunakan media sosial baik media luar (*Outdoor Promotion*) maupun iklan (*Advertising*), promosi melalui media dakwah, dan promosi melalui alumni santri.

Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini khusus membahas tentang bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran di sekolah sedangkan penelitian yang peneliti lakukan selain berfokus pada pelaksanaan strategi pemasaran juga membahas tentang faktor keberhasilan strategi pemasaran di lembaga pendidikan.

2. Jurnal Dian Uswatun Hasanah Dkk, (2020) yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta” Artikel penelitian ini menggunakan strategi kualitatif dengan metode deskriptif dan dengan jenis fokus penelitian studi kasus. Sumber data berupa dokumen dan informan. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan *content analysis*. Adapun teknik analisis data menggunakan model atau pola interaktif, dikumpulkan, dikelompokkan, dianalisis, lalu ditarik kesimpulan dengan tetap mengacu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



teori manajemen strategik Fred R. David tentang implementasi strategi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta, yakni pengelolaan promosi lembaga, perencanaan pemasaran, pengorganisasian pemasaran, pembentukan struktur organisasi pemasaran, keterlibatan kiai dan pimpinan dalam pengendalian pemasaran, adanya pembeda dalam pencapaian target pengelolaan pemasaran. Kemudian, implementasi strategi pemasaran Pondok Pesantren Al Muayyad dilakukan dengan melihat persoalan atau permasalahan pemasaran yang meliputi *positioning product* dan segmentasi pasar. Segmentasi pasar mencakup bentuk produk, harga, promosi, dan tempat. Adapun *positioning product* berkaitan dengan keistimewaan yang dimiliki Pondok Pesantren Al Muayyad yakni “Cerdas dan Mulia Bersama Al-Qur’an. Penelitian ini sama-sama membahas tentang proses mengatur strategi dalam memasarkan sekolah. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan teori manajemen strategi Fred R. David dalam mengimplementasikan strategi pemasaran di sekolah yang di teliti tersebut dan hanya berfokus pada pelaksanaannya saja, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan mengarah ke pelaksanaan strategi bagaimana cara meningkatkan jumlah siswa di lembaga pendidikan yang peneliti teliti.

3. Tesis Imam Nur Hidayat (2021) Tentang Strategi Pemasaran Pendidikan Pesantren Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pesantren Al-Kahfi Somalangu Kebumen. Latar belakang penelitian adalah karena meningkatnya jumlah santri di pesantren Al-Kahfi Somalangu Kebumen dan adanya persaingan antar lembaga pendidikan. Sehingga penelitian ini dilakukan bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran pendidikan pesantren di Al-Kahfi Somalangu, (2) Mendeskripsikan implementasi strategi pemasaran pendidikan di pesantren Al-Kahfi Somalangu, (3) Mengetahui sejauh mana implementasi pemasaran pendidikan pesantren di pesantren Al-Kahfi Somalangu, (4) menganalisa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



evaluasi implementasi strategi pemasaran pendidikan pesantren di pesantren Al-Kahfi Somalangu Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah ketua kepengurusan pesantren. Informan dari penelitian ini adalah guru pesantren, panitia penerimaan santri baru dan humas pesantren. Teknik pengumpulan penelitian data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Teknik analisa data menggunakan model analisis interaktif, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pendidikan pesantren dalam meningkatkan minat masyarakat di pesantren Al-Kahfi adalah (1) Meningkatkan mutu kualitas pendidikan. (2) Peningkatan mutu (3) Perolehan prestasi (4) Terlibatnya instrument alumni dan jamaah toriqoh pesantren (5) Sosialisasi dan publikasi menggunakan media virtual website, social media (6) Kolaborasi dengan tokoh, influencer untuk menjangkau segmentasi baru.

Dengan keterangan di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran di lembaga pendidikan (pesantren) dan adapun perbedaannya yaitu penelitian ini membahas tentang proses pelaksanaan strategi pemasarannya kemudian menganalisa evaluasi implementasi strategi pemasaran di lembaga pendidikan yang diteliti tersebut, sedangkan penelitian peneliti lebih kepada menganalisa dan mendeskripsikan faktor keberhasilan peningkatan jumlah siswa nya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Sesuai dengan judul yang dicantumkan, “Strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir” maka pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian pada hakikatnya merupakan cara ilmiah agar memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dalam hal ini empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2016:03).

Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang selanjutnya melakukan proses analisis sehingga memperoleh kesimpulan terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengungkap fenomena secara holistik-kontekstual (secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks atau apa adanya) dari melalui pengumpulan data latar alami sebagai sumber langsung dengan instrumen kunci penelitian itu sendiri (Ahmad Tanzah, 2011: 64). Penelitian kualitatif memiliki karakteristik utama yaitu dengan melakukan penelitian sesuai kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data, peneliti merupakan instrumen kunci, penyajian data yang berbentuk kata-kata dan gambar, tidak menekankan penggunaan angka-angka, mengutamakan proses dibanding produk, melakukan analisis data secara induktif, dan lebih menekankan makna dibalik data yang diamati (Sugiyono, 2013: 21-22)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## B. *Setting* dan Subjek Penelitian

### 1. *Setting*/lokasi penelitian

*Setting* adalah dimana penulis telah memutuskan untuk melakukan penelitian mereka. Mencari tahu dimana lokasi penelitian dilakukan akan membantu memahami informasi yang dikumpulkan di lapangan. Lingkungan penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi keadaan lokasi penelitian, seperti kondisi ruang. Konteks penelitian dapat ditentukan dengan menanyakan siapa yang terlibat, apa yang diteliti, dan bagaimana penelitian itu dilakukan (Samsu, 2021:90).

Adapun *setting*/lokasi penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, tepatnya di Desa Pengalihan Kecamatan Keritang, jalan Lintas Samudra Parit Sulawaesi.

### 2. Subjek Penelitian

Status subjek penelitian sedang diperdebatkan, oleh karena itu penting untuk mendefinisikan apa yang sebenarnya dimaksud dengan subjek penelitian (Samsu, 2021:92). Subjek penelitian merupakan orang yang memberikan informasi yang berhubungan dengan data penelitian, tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun teknik penentuan subjek dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang dibutuhkan dalam penelitian (Sugiyono, 2016:03)

Dengan demikian, subjek dalam penelitian ini meliputi Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah Humas/Kemuridan, Panitia PPDB, Tenaga Pendidik dan Kependidikan. Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### a. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (sugiyono, 2010: 308). Dalam hal ini, data primer adalah data yang berupa informasi, tindakan atau peristiwa yang berkaitan dengan madrasah, WaKaMad Humas/Kesiswaan, Panitia PPDB, Tenaga Pendidik dan Kependidikan yang berkenaan dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

#### b. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang berkaitan dengan fenomena yang peneliti bahas, dimana sumber data yang dimaksud adalah berupa data-data dari buku-buku dan data-data lainnya yang dapat menunjang peneltian ini (Agustina, 2021:28). Dalam hal ini data sekunder merupakan data yang terdiri dari dokumentasi kegiatan, rekaman tertulis wawancara yang tersedia di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

### 2. Sumber data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan sumber data lapangan (*field sesearch*) dan sumber data kepustakaan (*library research*), untuk memperoleh data teoritis yang dibahas. Berikut kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan informan yaitu (Nurhasanah, 2019:57) :

- a. Informan yang terkait dalam kegiatan penelitian yang diteliti
- b. Informan yang mampu memberikan data ataupun informasi yang dibutuhkan peneliti
- c. Bersedia menjadi informan dalam penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- d. Informan yang menyediakan waktu luang untuk memberikan informasi
- e. Pimpinan, pengajar, atau memiliki keterkaitan dengan sekolah/madrasah.

Berdasarkan kriteria di atas sampel sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepala Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya;
- b. Wakasek Humas/Kemuridan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya;
- c. Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan fenomena atau masalah penelitian yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Adapun pengumpulan data penelitian berupa observasi, wawancara dan dokumentasi yang digunakan peneliti agar memperoleh data yang relevan dan objektif dalam penelitian ini.

##### 1. Observasi

Observasi merupakan cara paling dasar dan yang paling tua, karena dengan metode-metode tertentu kita terlibat dalam proses mengamatan. Istilah observasi diterjemahkan dalam bahasa latin yang berarti “melihat” dan “memperhatikan”. Istilah observasi mengarah pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan kemudian mempertimbangkan hubungan antara aspek dengan fenomena tersebut (imam Gunawan, 2014:143)

Peneliti menggunakan metode ini agar dapat melihat secara langsung ke lokasi penelitian bagaimana pelaksanaan proses strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir. Untuk itu penulis terlebih dahulu memastikan fenomena yang diangkat sesuai dengan judul dengan cara melakukan observasi hal-hal yang berkaitan masalah penelitian, kemudian melakukan teknik pengumpulan data selanjutnya.

## 2. Wawancara

Wawancara atau *questioner* lisan, merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara agar mendapatkan data yang akurat dari narasumber. *Interview* dapat diartikan sebagai metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis yang berlandaskan pada tujuan umum penelitian. Dalam hal ini proses *interview*/wawancara dilakukan untuk menggali informasi tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah catatan kegiatan atau peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dan seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, peraturan, biografi, dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, grafik, sketsa. Teknik yang digunakan adalah mengumpulkan data non insani (Imam gunawan, 2014: 176)

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2010:329). Penulis mencari data yang berkenaan dengan judul penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. Historis dan geografis
- b. Visi Misi dan program pendidikan
- c. Struktur organisasi
- d. Keadaan tenaga pendidik dan kependidikan
- e. Keadaan siswa
- f. Keadaan sarana dan prasarana



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## E Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dilakukan untuk menguraikan keterangan yang telah diperoleh agar informasi tersebut dapat dipahami oleh peneliti dan orang lain yang ingin mengetahui hasil penelitian ini. Penulis melakukan analisis data dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Data penelitian ini yang diperoleh dengan pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak.

### 2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, menyimpulkan, mengolah, dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting sehingga data yang telah direduksi peneliti akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis.

### 3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka metode selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penyajian data pada penelitian ini dalam satuan-satuan yang nantinya dikelompokkan. Data disajikan dalam bentuk kata-kata atau pun bersifat naratif, tabel, grafik, maupun gambar selanjutnya dideskripsikan.

### 4. *Conclusion drawing / Verification* (Verifikasi dan Menyimpulkan Data)

Langkah terakhir yang dilakukan peneliti setelah secara keseluruhan data terkumpul adalah verifikasi dan menyimpulkan data. Pada tahap ini peneliti melakukan pemeriksaan keabsahan data dan menyusun kesimpulan yang mengacu pada rumusan penelitian. Kesimpulan akhir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

diperoleh dengan bertambahnya data sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh.

## F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif diartikan sebagai pemeriksaan keabsahan data. Konsep pemeriksaan keabsahan data menyangkut kriteria kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). (Moleong, 2001: 175).

Untuk menjamin keabsahan data terhadap penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber ini digunakan untuk menguji reliabilitas data, peneliti melakukan pengecekan data yang telah diperoleh dari berbagai sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda sehingga data yang telah melalui tahap pengecekan dapat menghasilkan data yang reliabilitas. Oleh karena itu, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan kebenaran data.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan menguji kredibilitas data dengan cara menverifikasinya secara independen menggunakan beberapa metode dari sumber yang sama. Informasi dikumpulkan melalui wawancara dan pemeriksaan melalui pengamatan langsung, catatan tertulis, dan instrumen survei. (Zuchri, 2021:190-191)

### 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan teknik yang menguji kredibilitas data dengan cara melakukan teknik wawancara, observasi atau teknik lain kepada sumber data dalam situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.



## BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### A. Temuan Umum

1. Sejarah Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya didirikan pada tahun 2013 dan mulai membuka pendaftaran peserta didik pada tahun 2014. Madrasah ini diresmikan pada tanggal 21 Mei 2015 oleh Bupati Indragiri Hilir yaitu Bapak H. Muhammad Wardan. Sejak diresmikan, madrasah tsanawiyah ini memiliki perkembangan yang sangat pesat dari segi jumlah siswa yang terus meningkat setiap tahunnya.

Latar belakang berdirinya madrasah tsanawiyah ini adalah untuk meningkatkan generasi berjiwa Islami. Untuk itu, masyarakat sekitar sangat mendukung dan antusias dengan ide pembangunan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, sehingga dengan waktu yang relatif singkat lembaga pendidikan ini terus meningkatkan kuantitas peserta didiknya.

Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc selaku pimpinan lembaga memberikan nama Madrasah ini “Al-Azkiya” yang memiliki arti anak-anak cerdas, hal ini merupakan doa agar siswa yang masuk ke madrasah ini menjadi anak-anak cerdas, cerdas dalam segala hal, seperti mengatur keuangan, mengatur waktu, terutama cerdas dalam bidang keagamaan.

2. Visi dan Misi Madrasah Tsanawiyah Al-Azkiya

Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir sebagai unit penyelenggara pendidikan juga harus memperhatikan perkembangan dan tantangan masa depan. Perkembangan dan tantangan itu misalnya menyangkut: (a) Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, (b) Globalisasi yang memungkinkan sangat cepatnya arus perubahan dan mobilitas antar dan lintas sektor serta

tempat, (c) Era informasi, (d) Pengaruh globalisasi terhadap perubahan perilaku dan moral manusia, (e) Berubahnya kesadaran masyarakat dan orang tua terhadap pendidikan, (f) Era perdagangan bebas.

Tantangan sekaligus peluang itu harus direspon oleh sekolah melalui visi misi dan diharapkan semua *stakeholder* dapat menghayati dan bersama sama mewujudkan visi misi tersebut. Visi dan misi dari Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya adalah sebagai berikut:

a. Visi

“Mencetak generasi bermanfaat, cerdas, berwawasan, unggul dalam kualitas, berakhlak mulia sesuai dengan Al-Quran dan Al-Hadist.”

Indikator:

- 1) Memiliki sistem pengembangan kreatifitas yang berkelanjutan
- 2) Memiliki kurikulum kreatifitas
- 3) Memiliki renstra (rencana strategis) 10 tahun
- 4) Memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) di lingkungan sekolah
- 5) Memiliki pembinaan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan secara berkelanjutan
- 6) Memiliki sistem rekrutmen tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang sesuai standar
- 7) Memiliki lingkungan sekolah yang Islami dan kondusif untuk belajar
- 8) Memiliki panduan pembinaan aqidah dan akhlaqulkarimah bagi murid
- 9) Memiliki panduan pembinaan menuju sikap kompetitif era globalisasi
- 10) Memiliki panduan pembinaan dalam olimpiade-olimpiade
- 11) Memiliki panduan pengembangan pembelajaran berbasis teknologi
- 12) Memiliki panduan pembelajaran dengan *sciejoll* (*student creative, efektif, inovatif and joyfulllearning*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- 13) Memiliki panduan pembelajaran yang menerapkan ketrampilan dan percobaan serta penelitian
- 14) Memiliki panduan untuk mengembangkan *life skill*
- 15) Memiliki panduan model *multiple intelligence* dalam pembelajaran
- 16) Memiliki panduan pembinaan siswa peduli lingkungan hidup
- 17) Memiliki panduan kurikulum kelestarian lingkungan hidup.

b. Misi

- 1) Menanamkan rasa cinta kepada agama dan bangsa
- 2) Membiasakan anak dengan akhlak mulia
- 3) Membimbing untuk taat kepada agama dan bangsa
- 4) Mendidik anak agar aktif, kreatif dan inovatif
- 5) Membimbing, mengkaji, dan pengamalan syariat Islam

3. Profil Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya

Kabupaten Indragiri Hilir

Nama Madrasah	: Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya
Jenjang	: SLTP
Kepala madrasah	: H. Muhammad Ridwan, Lc
NIP	: -
NPSN	: -
NSS/NSM	: 121214040144
Alamat	: Jln. Lintas Samudra, Prt. Sulsel
Desa	: Pengalihan
Kecamatan	: Keritang
Kabupaten/kota	: Indragiri Hilir
Provinsi	: Riau
Kode Pos	: 29274
Nomor Tlp./HP	: 082387570763
Email	: <a href="mailto:alazkiyamts@gmail.com">alazkiyamts@gmail.com</a>
Tahun beroperasi	: 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Status madrasah	: Swasta
Akreditasi sekolah	: B
Koordinat	: -
Kepemilikan Tanah	: Wakaf
Luas Tanah/Status	: 4000 M <sup>2</sup>
Luas bangunan	: 2500 M <sup>2</sup>
Luas Tanah	: 4000 M <sup>2</sup>

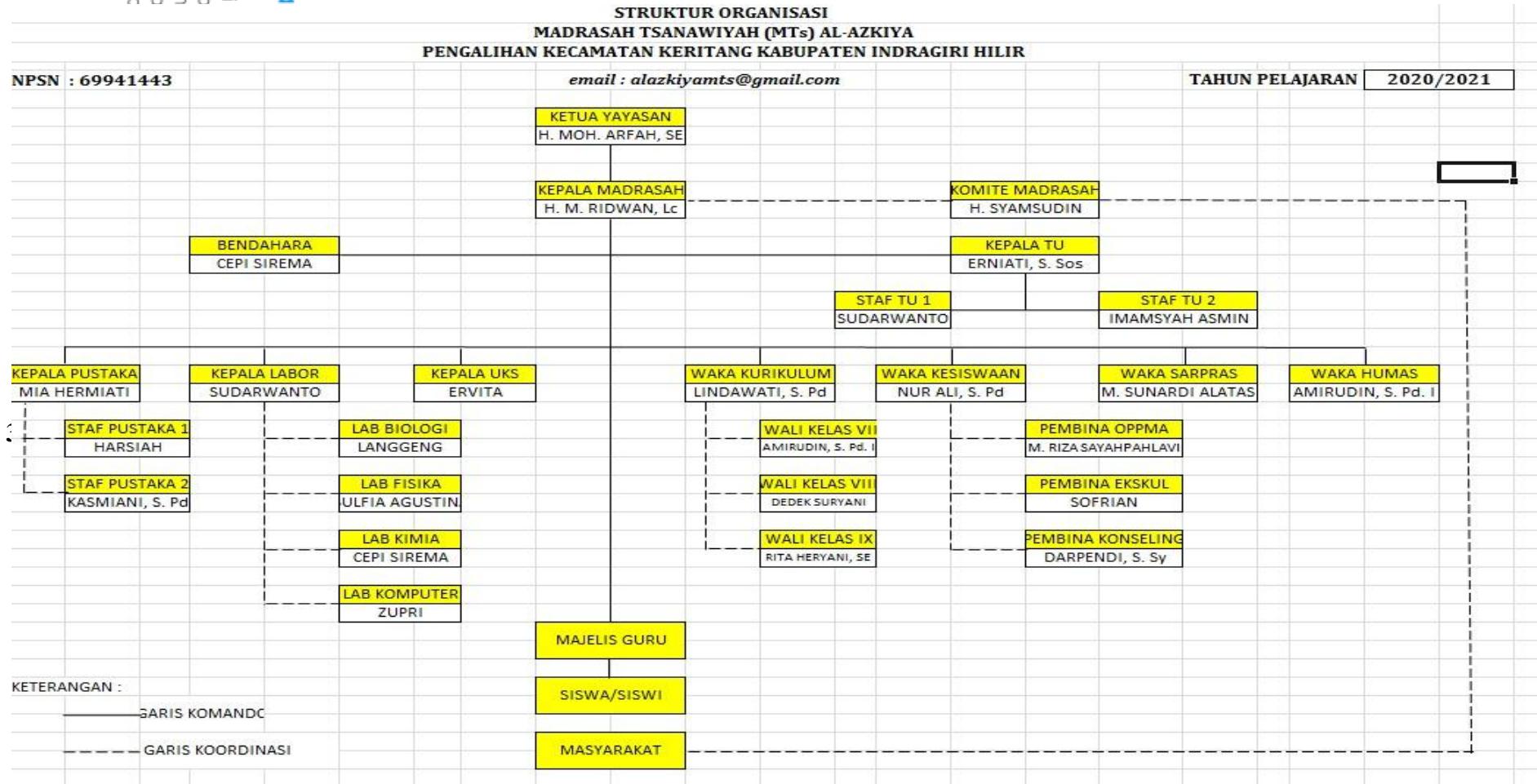
#### 4. Struktur Organisasi Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Seperti sekolah pada umumnya, Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya juga memiliki struktur organisasi yang terdiri dari:

- a. Kepala Madrasah
- b. Tata Usaha (TU)
- c. Bendahara
- d. WAKA kurikulum
- e. WAKA Kesiswaan
- f. Tenaga pendidik yang terdiri dari wali kelas dan guru mata pelajaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Sumber : Dokumen Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

5. Keadaan Pendidik dan Kependidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Menjalankan proses pendidikan disebuah lembaga pendidikan diperlukan guru dan tenaga kependidikan yang berkompeten dan profesional dibidangnya, karena guru memiliki peran penting dalam proses pendidikan yang menentukan hasil dari proses pendidikan itu sendiri.

**Tabel 4.1** Data Guru Dan Tenaga Kependidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya

Nama	Tempat Lahir	Tanggal lahir	Jabatan
H. M. Ridwan, Lc.	Pengalihan,	22-02-1989	Guru Mapel
Langgeng Basuki. S.Pd.I.	Rembang-Jateng	21-11-1984	Guru Mapel
Erniati, S.Sos.	Pl. Kijang	13-06-1983	Guru Mapel
Dedek Safriani, S.Pd.	Langsa	17-12-1982	Guru Mapel
M. Bachri, S.Ag.	Sanglar	31-12-1972	Guru Mapel
Siska Noviana, S.Pd.	Concong Luar	08-02-1997	Guru Mapel
Kasmiana, S.Ag.	Sanglar	24-02-1994	Guru Mapel
Nia Jusniati, S.Ag.	Bintang Fajar	13-11-2000	Guru Mapel
Lukman, S.Pd.I.	Lallatang	11-07-1992	Guru Mapel
Riska Saputri, S.Pd.	Pengalihan	15-04-1999	Guru Mapel
Suci Larashati, S.Pd.	Watampone	05-10-1995	Guru Mapel
Mudianto Prasatio, S.Pd.	Liang Ajar	16-01-2000	Guru Mapel
Ust. Zupri	Kemuning	10-09-1999	Guru Mapel
Ust. Nur Ali, S. Pd M.Pd	TK Jambu	27-11-1998	Guru Mapel
Ust. Cepi Sirema	Tasikmalaya	10-09-1991	Guru Mapel
Ust. M. Tarmidzi	Tembilahan	15-01-1994	Guru Mapel
Ust. M. Reza Pahlefi	Jambi	20-02-1995	Guru Mapel
Ust. Darpendi, S.Sy	Desa kandang	09-10-1984	Guru Mapel
Ust. Ismail Al Kasas	Tasikmalaya	10-10-1983	Guru Mapel
Ust. Sofrian Albanjari	Simpang buluh	03-10-1991	Guru Mapel
Ustz. Jamrotul Hasanah	Kota baru	17-09-1996	Guru Mapel
Ustz. Mia Hermiati	Tasikmalaya	10-11-1994	Guru Mapel
Ustz. Zhuhro	Desa kandang	18-10-1990	Guru Mapel
Ustz. Suci Fatmawati	Ponorogo	10-07-1995	Guru Mapel
Ustz. Ai Dede Suryani	Tasikmalaya	31-12-1990	Guru Mapel
Ustz. Ainun	Tembilahan	15-01-1996	Guru Mapel
Ust. M. Sunardi Alatas	Belaras	19-01-1992	Guru Mapel

*Sumber : Dokumen MTs Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya kabupaten Inhil*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Keadaan siswa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Peserta didik merupakan pelanggan jasa pendidikan yang akan menerima produk berupa layanan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah. Salah satu tujuan diadakannya pemasaran untuk mendapatkan pelanggan jasa pendidikan disetiap penerimaan siswa baru.

**Tabel 4.2** Data Jumlah Kelas MTs Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

No.	Kelas	Putra	Putri	Jumlah
1.	VII	4	4	8
2.	VIII	4	3	6
3.	IX	2	2	4
<b>Jumlah</b>				<b>18</b>

*Sumber : dokumen MTs Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kab. Inhil*

Sesuai dengan tabel di atas, kita dapat melihat data-data siswa MTs Al-Azkiya memiliki sembilan belas kelas. Rombongan belajar kelas VII sebanyak 8 Kelas yang terdiri dari 4 kelas putra dan 4 kelas putri. Rombongan belajar kelas VIII sebanyak 7 kelas yang terdiri dari 4 kelas putra dan 3 kelas putri. Dan rombongan belajar kelas IX sebanyak 4 kelas yang terdiri dari 2 kelas putra dan 2 kelas putri.

**Tabel 4.3** Data Jumlah Siswa/I Madrasah Tsanawiyah Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir TP. 2017-2022.

NO	TAHUN	PEREMPUAN	LAKI-LAKI	TOTAL
1	2017-2018	61	114	175
2	2018-2019	67	119	186
3	2019-2020	80	128	224
4	2020-2021	108	225	354
5	2021-2022	224	238	462
<b>JUMLAH</b>		<b>546</b>	<b>855</b>	<b>1401</b>

*Sumber : dokumen Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir*

Berdasarkan tabel di atas, jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2017/2018 yaitu 61 perempuan dan 114 laki, kemudian TP. 2018/2019 jumlah siswa perempuan 67 dan laki-laki 119. TP. 2019/2020 jumlah siswa perempuan 80 dan jumlah laki-laki 128, selanjutnya pada TP. 2020/2021 peningkatan jumlah siswanya cukup signifikan dibanding tahun pelajaran sebelumnya dengan jumlah siswa 108 perempuan dan 225 laki-laki, hingga pada TP. 2021/2022 terus mengalami peningkatan dengan jumlah siswa perempuan 238 dan 224 laki-laki. Data jumlah peserta didik tersebut menunjukkan bahwa setiap tahunnya MTs Al-Azkiya kabupaten Indragiri Hilir terus mengalami peningkatan dalam jumlah peserta didiknya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan tersebut berjalan dengan baik.

#### 7. Keadaan sarana dan Prasarana Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Sarana dan prasarana sangat penting untuk menunjang proses belajar dan mengajar diseluruh lembaga pendidikan. Oleh karena itu, sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam lembaga pendidikan termasuk di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir yang cukup memadai untuk menunjang pelaksanaan pendidikan.

**Tabel 4.4** Data sarana dan prasarana Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

No	Tp.	Ruang Kelas	Tu	Kepmad	Perpustakaan	Masjid	Wc	Lab
1	2018	6	1	1	1	1	5	1
2	2019	7	1	1	1	1	7	1
3	2020	11	1	1	2	1	7	1
4	2021	15	1	1	2	1	10	1
5	2022	18	1	1	2	1	10	1

*Sumber : dokumen Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kab. Indragiri Hilir*



## B. Temuan Khusus dan Pembahasan

Strategi pemasaran merupakan tindakan-tindakan khusus yang dilakukan oleh setiap organisasi termasuk dalam lembaga pendidikan, hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas dan mempertahankan keunggulan bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Merencanakan dan menentukan strategi pemasaran sesuai dengan keadaan pasar dengan sangat baik akan menghasilkan apa yang diharapkan sehingga strategi yang digunakan tersebut dapat memberikan dampak positif salah satunya mampu meningkatkan jumlah siswa yang ada.

Sebagaimana yang telah penulis jelaskan pada BAB I, penyajian data ini bertujuan untuk mengetahui hasil data yang terkait dengan studi yang dilakukan. Oleh karena itu, peneliti akan mengemukakan data-data yang berkaitan dengan penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian mendeskripsikan hasil data yang relevan dengan “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir”. Maka peneliti menjabarkan sesuai dengan tiga bagian rumusan permasalahan, yaitu sebagai berikut:

### 1. Formulasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan jumlah peserta didik, lembaga pendidikan perlu menyusun rangkaian formulasi strategi sebelum melaksanakan pemasaran. Formulasi strategi pemasaran merupakan konsep terstruktur yang akan diimplementasikan dalam memasarkan madrasah untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun formulasi strategi pemasaran yang disusun oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, yaitu sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



- a. Merumuskan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan merumuskan visi misi dan program pendidikan.

Formulasi pertama yang disusun Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya adalah dengan merumuskan apa saja yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen jasa pendidikan. Sebagaimana yang telah disampaikan H. Muhammad Ridwan, Lc selaku Kepala Madrasah, bahwa:

”Mengenai formulasi strategi pemasaran, banyak hal yang telah kami upayakan dan dengan berbagi macam strategi telah kami lakukan untuk meningkatkan jumlah siswa kami, salah satunya dengan menyusun dan menetapkan visi misi dan program pendidikan kami dengan harapan pengguna jasa tertarik dan menggunakan layanan jasa di lembaga pendidikan ini” (wawancara, 4 Januari 2023).

Berdasarkan uraian di atas penulis menganalisis bahwa di lembaga pendidikan Islam memiliki banyak formulasi strategi pemasaran yang dilakukan terkhusus dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Salah satu formulasi strateginya adalah dengan menjadikan visi misi dan program pendidikan sebagai formulasi yang diutamakan, untuk itu sebisa mungkin madrasah tersebut menyusun strategi pemasarannya dengan baik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna jasa sehingga tertarik menggunakan layanan jasa yang disediakan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

Berkenaan dengan perumusan visi, misi dan program pendidikan yang disusun oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya. Diperjelas kembali oleh Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, bahwa:

“Salah satu contoh formulasi visi, misi dan program pendidikan disini adalah dengan menyusun strategi pemasaran pendidikan melalui program Magang di daerah sekitar Kabupaten Indragiri Hilir, terutama di daerah-daerah ramai penduduk dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menempati masjid-masjid yang telah disiapkan sebelumnya pada bulan Ramadhan untuk siswa kelas 3 sebagai salah satu persyaratan kelulusan” (wawancara, 4 Januari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bahwasanya salah satu formulasi strategi utama dalam meningkatnya jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya yaitu dengan mengadakan Program Magang di daerah sekitaran Indragiri Hilir selama bulan Ramadhan yang dikhususkan untuk peserta didik kelas 3 sebagai salah satu persyaratan kelulusan, hal ini sesuai dengan visinya yaitu “Mencetak generasi bermanfaat, cerdas, berwawasan, unggul dalam kualitas, berakhlak mulia sesuai dengan Al-Quran dan Al-hadist”, kemudian dipertegas pula dengan indikator (1) Memiliki sistem pengembangan kreativitas yang berkelanjutan (2) Memiliki panduan pembelajaran yang menerapkan keterampilan dan percobaan serta penelitian. Misi nya yaitu (1) Menanamkan rasa cinta kepada agama dan bangsa, (2) Mendidik anak agar aktif, kreatif dan inovatif, (3) Membimbing, mengkaji, dan pengamalan syariat Islam.

- b. Formulasi strategi pemasaran dengan merumuskan sistem promosi secara efektif dan efisien

Berkenaan dengan strategi pemasaran, lembaga pendidikan tentu selalu memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan promosi. Karena tujuan diadakannya promosi, warga madrasah dapat menyampaikan apa-apa saja hal yang dapat mereka peroleh demi kemajuan madrasah. Selain itu promosi juga bertujuan untuk meyakinkan pelanggan jasa agar menggunakan layanan jasa pendidikan yang disediakan. Seperti pernyataan dari Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, mengatakan bahwa:

“Secara keseluruhan meningkatnya jumlah siswa yang ada, bukan hanya dari visi misi yang kita pasarkan, namun juga karena banyak nya hal yang kita perhatikan salah satunya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam hal mempromosikan Madrasah mulai dari segi program pendidikannya, SDM Nya, dari segi pembiayaan juga terjangkau dan kami punya beasiswa bagi siswa yang berprestasi, kemudian lokasinya yang strategis, proses dan program yang kita jalankan. Semua tidak luput dari perhatian kami” (wawancara, 4 Januari 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat kita ketahui bahwa meningkatnya jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya bukan hanya dari satu aspek strategi pemasaran saja melainkan juga dari aspek-aspek lain seperti pengadaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompeten dibidangnya, kemudian mengenai pembiayaan yang bisa dijangkau untuk berbagai kalangan masyarakat, madrasah ini juga memiliki beasiswa untuk peserta didik yang berprestasi, proses pelaksanaan program pendidikan yang dijalankan hingga pengadaan dan pengelolaan sarana dan prasarana yang memadai. dan tidak kalah pentingnya adalah madrasah ini berlokasi padat penduduk, hal ini dapat dibuktikan dengan data sensus (*badan pusat Statistik*) pada tahun 2022 Kabupaten Indragiri Hilir merupakan wilayah Provinsi Riau dengan kepadatan penduduk ke-3 setelah Kampar yang mencapai 660.747 jiwa. Oleh karena itu, penyusunan strategi pemasaran dengan merumuskan sistem promosi dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Hal ini sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa dengan meningkatnya jumlah siswa setiap tahunnya di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya ini karena didasari dengan segala sesuatu yang mencakup kebutuhan dan keinginan pengguna jasa tidak luput dari perhatian para pemangku kepentingan madrasah, dengan elemen-elemen strategi pemasaran yang digunakan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten indagiri Hilir yang mencakup 7P: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. yaitu sebagai berikut:



1) *Product* (Produk)

Mengenai produk Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya menyiapkan pelayanan jasa yang baik agar terciptanya peserta didik yang unggul. Cara yang dilakukannya adalah dengan membekali siswa dalam bidang intrakurikuler dan ekstrakurikuler.

## a) Bidang Intrakurikuler,

yaitu dengan cara memberikan penguasaan kurikulum madrasah, penguasaan ilmu agama, penguasaan ilmu bahasa arab dan bahasa inggris, dan juga penguasaan ilmu alam dan sosial/kemasyarakatan, serta hafalan 100 hadist.

## b) Bidang Ekstrakurikuler, yaitu dengan cara memberikan produk layanan jasa pendidikan muhadhoroh, hadroh dan drumband, seni tilawah al-quran dan berzanji, pelatihan petugas jum'at, pramuka, kaligrafi, dan ilmu bela diri.

2) *Price* (Harga)

Penetapan pembiayaan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya dilakukan mengingat pentingnya kegiatan operasional yang bersumber dari keuangan madrasah. Adapun penyusunan strategi pembiayaan pendidikan yang dikeluarkan oleh setiap siswa Rp. 100.000 /bulan, kemudian uang pendaftaran Rp. 200.000, penyetoran uang pembangunan Rp.550.000. Adapun peserta didik yang mendapatkan beasiswa (bebas pembayaran SPP dalam jangka waktu yang ditentukan) yakni peserta didik yang berpestasi tingkat Kabupaten, Provinsi dan Nasional, selain itu peserta didik yang kurang mampu juga turut mendapatkan beasiswa dari madrasah. Pembiayaan yang ditetapkan ini merupakan implementasi pembiayaan yang sudah dipertimbangkan dengan baik, sesuai dengan kualitas pendidikan yang akan didapatkan siswa di madrasah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



### 3) *Place* (Tempat)

Lokasi pelayanan yang akan digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kunci dari kegiatan pemasaran, karena itu keputusan mengenai tempat atau lokasi pelayanan yang akan digunakan memerlukan kajian yang dalam dan matang, agar tempat pelayanan dalam menyampaikan jasa kepada pelanggan itu bisa memberikan kenyamanan dan kepuasan sehingga dapat mendorong nilai tambah yang tinggi dari pelanggan. Oleh karena itu, lokasi pelayanan yang akan ditetapkan itu harus memberikan nilai strategis baik dalam perspektif lingkungan, komunitas maupun keamanan.

Mengenai strategi lokasi atau tempat Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir memiliki lokasi yang cukup strategis, dimana madrasah ini terlatak tidak jauh dari jalan raya dan berada di lingkungan padat penduduk. Dalam hal ini peserta didik memiliki kemudahan dengan tersedianya fasilitas penunjang seperti tempat fotocopi dan lain sebagainya yang mudah dijangkau dari madrasah ini. Selain itu madrasah juga memiliki lapangan futsal, bola dan volly serta lapangan multifungsi.

### 4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari program pemasaran. Apabila suatu lembaga pendidikan tidak pernah melakukan promosi, maka tentunya masyarakat tidak akan mengenal produk/program yang dijalankan lembaga pendidikan tersebut dengan kurun waktu yang cepat. Namun dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya dapat menyusun strategi pemasarannya dengan baik sehingga masyarakat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



atau pengguna jasa mengenal produk yang ditawarkan dengan mudah. Adapun bentuk strategi promosinya sebagai berikut:

a) Spanduk

Spanduk merupakan sarana promosi yang digunakan untuk menarik minat pelanggan jasa pendidikan yang biasanya akan dipasang di tempat-tempat yang strategis seperti di depan gerbang madrasah, pasar rakyat, dan disekitaran jalan raya.

b) Brosur

Promosi melalui brosur biasanya digunakan mulai pada saat semester genap berakhir yang disebarluaskan melalui media sosial maupun secara langsung dengan berkunjung ke SD/MI sekaligus melakukan kegiatan sosialisasi program pendidikan yang dimiliki.

c) Media Sosial

Strategi promosi melalui media sosial dilakukan dengan cara membuat panflet yang berisi informasi yang sama dengan brosur melalui akun khusus Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya yang berkenaan dengan kegiatan-kegiatan warga madrasah baik di ruang lingkup sekolah maupun luar sekolah.

Promosi melalui media sosial merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dan efisien karena selain tidak menghabiskan tenaga dan biaya yang besar, juga dengan mudah informasi terkait keadaan sekolah dapat tersebar luas karena di era saat ini penggunaan media sosial sangat tinggi. Adapun media sosial yang digunakan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern al-azkiya yaitu sebagai berikut:

❖ Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, hal ini tentunya memberikan sarana dalam memudahkan promosi yang dilakukan madrasah mengingat saat ini banyak pengguna media sosial instagram. Sehingga madrasah bisa memberikan informasi dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



dokumentasi bukan hanya foto namun juga video yang menyangkut semua kegiatan yang dilakukan oleh Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

❖ Facebook

Facebook juga merupakan salah satu media sosial Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, media sosial facebook tidak jauh berbeda dengan instagram yang memiliki fungsi yang sama, hanya saja instagram lebih aktif dalam penyebaran informasi dibandingkan sosial media facebook. Namun hal ini tentunya juga memberikan dampak positif terhadap kegiatan promosi yang menyangkut semua kegiatan madrasah.

❖ Whatsapp

Akun ini juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mulai dari berbentuk tulisan, foto hingga video. Namun media sosial whatsapp tidak memiliki akun khusus Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya melainkan dari akun whatsapp *stakeholder* madrasah.

d) *Website*

*Website* merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, namun penggunaan website ini masih kurang maksimal karena masih minimnya pengguna layanan jasa pendidikan menggunakan *website* untuk mengakses informasi mengenai madrasah.

e) *Mouth to mouth*

Promosi *mouth to mouth* (dari mulut ke mulut) merupakan salah satu promosi yang efektif yang biasanya dilakukan oleh para siswa dan wali murid, untuk itu Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya sebisa mungkin selalu menjaga hubungan baik dengan wali murid agar promosi dalam meningkatkan jumlah siswa yang ada dapat memberikan kemajuan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### 5) *People* (SDM)

Kualitas pendidikan disuatu lembaga pendidikan tidak lepas dari peranan sumber daya manusia nya. Oleh karena itu, Kepala madrasah merupakan orang yang paling bertanggung jawab dalam pemasaran. Seperti pernyataan yang disampaikan oleh KH. Muhammad Ridwan, LC selaku kepala madrasah, bahwa:

“Meningkatnya jumlah siswa itu tidak lepas dari peranan guru di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, dalam hal ini saya selaku kepala madrasah sebisa mungkin masalah perekrutan tenaga pendidik dan kependidikan harus sesuai dengan kemampuannya, dan kemudin juga memperhatikan kesejahteraan nya karena berkualitas atau tidaknya siswa, tergantung kualitas guru dalam mengajar” (wawancara, 04 Januari 2023)

Berdasarkan wawancara di atas, penulis menyimpulkan bahwa kepala madrasah mengatur strategi pemasarannya dengan cara merekrut tenaga pendidik dan kependidikan yang berkompeten atau ahli dibidangnya, selain itu kepala madrasah juga selalu memperhatikan kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan yang sudah direkrutnya demi menjaga kenyamanan dan keikhlasan dalam memberikan layanan pendidikan guna meningkatkan kualitas dalam mentransfer ilmu kepada peserta didik sehingga pada akhirnya dapat berpengaruh pada pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa yang ada di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

### 6) *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Sarana fisik merupakan komponen penting yang turut mempengaruhi keputusan pelanggan jasa pendidikan untuk membeli dan menggunakan produk/jasa. Pada lembaga pendidikan, gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas pendukungnya dapat dikategorikan sebagai *physical evidence* (Labaso, 2018: 292).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Bukti fisik yang dimaksud di sini adalah sarana dan prasarana yang dapat menunjang proses belajar mengajar di madrasah. Sarana dan prasarana ini berupa ruang kelas, ruang laboratorium komputer, perpustakaan, masjid, ruang UKS, dan juga kantor yang berisi ruang kepala Madrasah, ruang guru, ruang Tata Usaha, WC guru.

#### 7) *Process* (Proses)

Proses diartikan sebagai prosedur dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, proses adalah prosedur pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya lulusan yang diinginkan (Labaso, 2018: 303).

Keberhasilan pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah siswa, tidak lepas dari proses pendidikan yang dijalankan oleh siswa itu sendiri selama di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya. Dalam hal ini, Proses yang dimaksud adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan dalam penyampaian layanan jasa pendidikan di madrasah sehingga menghasilkan *output* atau lulusan yang berkualitas. Proses yang dilakukan madrasah adalah membimbing dalam mengamalkan syariat Islam, mendidik anak agar aktif, kreatif dan inovatif, membiasakan anak dengan akhlak mulia, dan membantu menanamkan rasa cinta kepada agama dan bangsa, hal ini sesuai dengan misi dari Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

- c. Formulasi strategi pemasaran dengan mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan.

Formulasi yang disusun selanjutnya adalah merumuskan apa saja hal-hal yang berkaitan dengan peningkatan kualitas layanan pendidikan dengan cara mengidentifikasi faktor lingkungan internal maupun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

eksternal yaitu dengan memastikan kualitas layanan pendidikan yang diberikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dapat meningkatkan minat pengguna jasa dalam menggunakan layanan jasa yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ustadz Sudarwanto selaku Panitia PPDB, bahwa:

“Menyusun strategi agar kualitas pelayanan pendidikan di madrasah ini berjalan dengan baik, sebenarnya bukan hanya pada saat akan dilaksanakannya penerimaan peserta didik baru saja, namun selama madrasah melaksanakan proses pembelajaran kami akan berupaya melihat kondisi seperti apa yang harus kita tingkatkan dalam memberikan kualitas layanan pendidikan seperti yang kita ketahui bahwa jumlah siswa di madrasah semakin meningkat otomatis pelayanan sarana dan prasarana juga harus kami tingkatkan. Kemudian juga dalam hal pelayanan pengguna jasa yang datang ke madrasah harus memberikan pengertian dan juga memahami apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap sistem pendidikan yang ada di madrasah” (wawancara, 21 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis dapat menganalisis bahwa sebelum melakukan promosi, Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya menyusun langkah-langkah mengatur strategi bagaimana memberikan kualitas layanan pendidikan yang baik bagi pengguna jasa yang datang ke madrasah, bukan hanya pada saat penerimaan peserta didik baru saja, namun setiap saat selama proses pendidikan berlangsung di madrasah tersebut, seperti memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan jasa pendidikan yang datang ke madrasah, dan berupaya menawarkan program pendidikan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa sehingga memberikan kemajuan terhadap peningkatan kuantitas siswanya.

Dari wawancara dan observasi di atas dapat penulis simpulkan bahwa Berbagai formulasi strategi pemasaran yang dirumuskan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, seperti merumuskan strategi kebutuhan dan keinginan konsumen jasa pendidikan yaitu dengan cara menyusun dan menetapkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

visi, misi, dan program pendidikan madrasah, kegiatan promosi yang berkepanjangan sesuai dengan elemen-elemen bauran pemasaran, dan melakukan upaya mengidentifikasi faktor lingkungan dari segi peningkatan kualitas layanan pendidikan mulai dari yang terlihat secara langsung seperti meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, dan juga menjaga hubungan baik antar wali murid dengan *stakeholder* madrasah. Hal ini tentu akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan peningkatan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

## 2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

Pemasaran dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dilakukan seluruh *Stakeholder* madrasah, sebagaimana disampaikan Ustadz Nur Ali, S.Pd M.Pd selaku WAKAMAD Humas, bahwa:

“Mengenai implementasi pemasaran itu dilakukan oleh seluruh warga madrasah tanpa terkecuali baik itu pendidik maupun siswa, di ruang lingkup madrasah ataupun di luar madrasah, secara langsung ataupun tidak langsung, semuanya saling bekerja sama ambil bagian dalam memasarkan madrasah. Contohnya jika banyaknya siswa yang berprestasi maka masyarakat akan menilai dengan positif bahwa seluruh *Stakeholder* madrasah melakukan pekerjaannya dengan optimal, hal ini tentu akan memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah siswa yang ada di madrasah” (wawancara, 19 Februari 2023)

Berdasarkan wawancara di atas, hal ini sesuai dengan analisis yang dilakukan penulis, penulis menemukan bahwa pelaksanaan pemasaran Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya dilakukan saling bekerja sama mulai dari staf tenaga kependidikan, majelis guru hingga siswa, hal ini dilakukan karena kerjasama semua pihak akan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



berdampak besar terhadap kualitas layanan pendidikan sehingga membawa pengaruh besar terhadap peningkatan jumlah siswanya.

Sesuai dengan observasi yang dilakukan peneliti bahwa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya terus mengimplementasikan formulasi strategi pemasarannya dengan optimal mengingat lembaga pendidikan ini merupakan lembaga yang baru beroperasi pada tahun 2015 dan banyaknya pesaing di daerah lokasi madrasah juga turut memberikan tantangan besar bagi *Stakeholder* madrasah tersebut dalam memasarkan layanan jasa pendidikan kepada masyarakat.

Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya berupaya mengimplementasikan strategi pemasarannya dengan menggunakan langkah-langkah strategis yang meliputi indentifikasi pasar, segmentasi pasar dan *positioning*, diferensiasi produk, dan komunikasi pemasaran.

#### a. Identifikasi Pasar

Identifikasi pasar merupakan tahap awal yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya dalam proses pemasaran pendidikannya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pasar, yang mana biasanya keinginan dan kebutuhan ini akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman sehingga seluruh staf pendidik dan kependidikan di bawah kepemimpinan seorang kepala madrasah harus terus memantau demi meningkatkan kuantitas siswa yang ada.

Sesuai dengan hasil temuan di lapangan yang mana di madrasah ini indentifikasi pasar dilakukan tidak hanya untuk meningkatkan kuantitas peserta didik namun juga sebagai cara untuk terus mengembangkan bakat dan minat peserta didik. Hal ini sesuai dengan kebutuhan serta keinginan pasar, sehingga dapat memberikan dua keuntungan sekaligus bagi madrasah dapat terus mengembangkan





minat dan bakat peserta didiknya dan juga sebagai wadah untuk menarik perhatian masyarakat tentang eksistensi Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

b. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

1). Segmentasi Pasar

Untuk kebutuhan penetapan sasaran pasar, madrasah terlebih dahulu perlu melakukan segmentasi pasar, dengan pengidentifikasian konsumen berdasarkan sifat atau cirinya. Terutama melihat keinginan dan kebutuhan dalam pembelian yang konsumen lakukan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penentuan sasaran pasar di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya adalah dengan cara sebagai berikut:

- a) Pendekatan demografi, yaitu membagi berdasarkan usia, jenis kelamin, lingkungan dan kondisi sosial masyarakat maka dibagi menjadi kelompok kelas perempuan dan laki-laki.
- b) Pendekatan psikografi, yaitu membagi berdasarkan gaya hidup, minat dan opini masyarakat dan hobi. Maka diadakan berbagai macam program pendidikan intrakurikuler dan ekstrakurikuler yang sesuai dengan kemampuan, minat dan bakat peserta didik.
- c) Pendekatan geografi, yaitu berfokus disekitaran Kabupaten Indragiri Hilir, Indragiri Hulu, dan daerah-daerah lain yang ada di Riau, namun tidak sedikit pula siswa yang berasal dari luar provinsi seperti Kepulauan Riau, Jambi, Pontianak, kepulauan riau. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

**Tabel 4.5** Klasifikasi Jumlah Siswa Berdasarkan Daerah TP.

2021/2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

No.	Nama Daerah	Kelas			Jumlah
		VII	VIII	IX	
1.	Riau				
	Indragiri Hilir	140	125	60	324
	Indragiri Hulu	52	42	16	110
	Pekanbaru	1			1
	Bengkalis	2			2
	pelelawan	1		1	2
	Rokan Hilir	2			2
	Kampar	2			2
	Siak		1		1
2.	Jambi	4	2		6
3.	Kepulauan Riau		2		1
4.	Sumatera Barat	2			2
5.	Sumatera Utara	3	2		5
6.	Lampung		2		2
7.	Jakarta	2			2
<b>JUMLAH</b>					462

**Sumber : dokumuen Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya**

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, mengidentifikasi konsumen jasa menggunakan pendekatan geografi dilakukan disekitar lokasi madrasah, hal ini didukung dengan jumlah SD/MI disekitar madrasah juga cukup banyak sehingga pihak madrasah lebih mengutamakan memilih target yang terdekat terlebih dahulu, seperti MI Al-Azkiya, Darul musthofa, MI Nurul Falah, SDN 021 Pengalihan, SDN 010 Pengalihan, SDN 049 Pengalihan, SDN Bunga Padi MI assa'diah Prt. Hidup Baru, MI Attaufiqya, SDS Sencalang, SDS Suka Tani, SDN 012 Teluk Kelasa, dan lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## 2). *Positioning*

Madrasah ini mengimplementasikan strategi pemasarannya dengan menggunakan bauran pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan *image* positif dari pengguna jasa atau masyarakat kepada Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, karena setiap lembaga pendidikan dapat menentukan posisi pemasaran jasa pendidikannya sesuai dengan keunggulan yang dimiliki.

### c. Diferensiasi produk

Diferensiasi produk merupakan proses atau upaya membedakan produk yang dimiliki dengan produk-produk pesaing untuk membuatnya lebih menarik konsumen. Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari sekian banyaknya lembaga pendidikan yang ada, orang tua siswa tentunya akan kesulitan untuk memilih lembaga pendidikan untuk anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar lembaga pendidikan semakin standar.

Oleh karena itu berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwasanya madrasah tersebut menyusun strategi pemasarannya yang menjadikan pembeda dari madrasah lainnya yaitu madrasah memiliki program khusus seperti program magang selama bulan Ramadhan sebagai salah satu persyaratan kelulusan.

### d. Komunikasi pemasaran

Pengelola Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya mengkomunikasikan pesan-pesan strateginya yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan cara mengonfirmasikan, membujuk dan mempengaruhi konsumen jasa secara langsung maupun tidak langsung agar menggunakan layanan jasa pendidikannya yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ustadz sudarwanto selaku panitia PPDB Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, Bahwa:

“Dalam mengkomunikasikan strategi yang dipasarkan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya ini banyak hal yang kami lakukan dan bukan hanya pada periode penerimaan peserta didik baru saja, tetapi juga dari melalui alumni, media sosial, media cetak hingga komunikasi pemasaran melalui wali murid atau dari mulut ke mulut” (wawancara, 21 Februari 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat penulis menganalisa bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya mencakup peranan alumni/lulusan, media sosial, media cetak maupun melalui wali murid atau dari mulut ke mulut. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

#### 1) Promosi melalui alumni/lulusan

Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya menyadari bahwa siswa merupakan aset madrasah, sehingga lembaga pendidikan ini terus melakukan pembinaan dan menyiapkan lulusan-lulusan yang memiliki keunggulan baik dari segi ilmu pengetahuan, kegiatan keagamaan, kreativitas, kedisiplinan, hingga berakhlakul karimah. Hal ini dipertegas oleh Ustadz Nur Ali, S.Pd M.Pd selaku WAKAMAD HUMAS, yang menyatakan bahwa:

“Siswa merupakan aset madrasah, untuk itu kami selalu berupaya melakukan pembinaan mulai dari pembinaan karakter, membentuk kedisiplinan, dan memotivasi siswa agar bisa menguasai materi pembelajaran yang diberikan. Hal ini tentu akan berdampak pada proses kehidupan selanjutnya pada saat keluar dari madrasah, sehingga kualitas lulusan juga memberikan dampak positif terhadap proses pemasaran yang kami lakukan” (wawancara, 19 Februari 2023)

Kualitas *output* atau siswa lulusan tentu memiliki pengaruh terhadap penilaian masyarakat atau pengguna jasa mengenai kualitas madrasah. Akan menjadi catatan keberhasilan bagi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

madrrasah jika siswa lulusan berprestasi, sehingga hal ini akan menarik masyarakat untuk menggunakan layanan jasa pendidikan tersebut. Untuk itu menjadikan peserta didik sebagai bagian penting dalam proses promosi madrasah merupakan langkah yang tepat dan baik.

## 2) Promosi melalui media cetak

Promosi melalui media cetak dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya yaitu dalam bentuk brosur, kalender dan spanduk.

### a) Brosur

Brosur merupakan media untuk menginformasikan mengenai barang atau jasa yang ditawarkan konsumen atau pelanggan jasa pendidikan agar bertambah pengetahuannya tentang barang atau jasa tersebut jika mereka melihat brosur. Isi brosur Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya sama dengan brosur sekolah pada umumnya, yang menjelaskan berbagai informasi terkait keadaan madrasah mulai dari visi misi, program unggulan madrasah. Brosur ini biasanya dibagikan kepada siswa kelas VI Sekolah Dasar agar tertarik menggunakan layanan jasa pendidikan yang ditawarkan madrasah.

**PROGRAM UNGGULAN**

1. Tahfiz
2. Penguasaan Kurikulum Madrasah
3. Penguasaan Ilmu Agama
4. Hafal 100 Hadis (MFI)
5. Hafal 200 Hadis (MA)
6. Penguasaan Ilmu Bahasa (Arab, Inggris)
7. Penguasaan Ilmu Biologi

**KEGIATAN EKSTRAKURIKULER**

1. Muhadhoroh (Ceramah)
2. Hadroh & Dendawani
3. Seni Tilawah Al-Qur'an & Harzani
4. Podahtan Pelugan Jum'at
5. Olahraga
6. Pramuka
7. Kaligrafi
8. Bola-diri

**SYARAT-SYARAT PENDAFTARAN**

1. SKHU Benantara 3 Lantai
2. Foto copy Akta Kelahiran & KK
3. Foto copy KTP Orang Tua
4. Mengisi Formulir
5. Mengisi Surat Pengantar & Keasapabtan Orang Tua dan Guru

**BIAYA PENDAFTARAN**

Uang Pembangunan	750.000
Buku & Posing	250.000
Lemari (Dak Pakai)	450.000
Buku & Kiblat	150.000
	2.100.000

**BIAYA BULANAN**

Suku Dandan	100.000
Asrama	60.000
Makan	200.000
	360.000

**Waktu Pendaftaran:**  
 Gelombang I : 02 Februari s/d 30 April 2023  
 Gelombang II : 15 Mei s/d 30 Juni 2023  
 Pendaftaran Akan ditutup setelah memenuhi Kuota

**Info Pendaftaran:**

KH. M. RIDWAN, Lc	081261729959
Ust. NUR ALL, S.Pd	083368153451
Ust. CEPI SIRENA	083314469678
Ust. HERMANSATI, S.Pd.I	081377611306
Ust. AMIRUDDIN, S.Pd.I	082382827348
Sulawarwan (Dp.TU)	01126261232

Info Lebih Jelas Silahkan hubungi:  
 @JAMTA\_CIBATA @PONDOK\_PESANTREN\_MODERN\_AL\_AZKIYA @PONDOK\_PESANTREN\_MODERN\_AL\_AZKIYA

**Gambar 4.2** Brosur Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir



## b) Kalender

Bentuk media cetak selanjutnya yang digunakan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir yang dijadikan sebagai sarana promosi adalah kalender. Informasi yang tercantum kurang lebih sama dengan yang ada di brosur yang informasinya terkait keadaan sekolah, program-program unggulan, hingga kegiatan yang dilakukan.



**Gambar 4.3** Kalender Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

## c) Spanduk

Bentuk media cetak yang terakhir adalah spanduk, Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir menggunakan spanduk sebagai sarana promosi dengan mencantumkan informasi terkait keadaan madrasah, guna mempromosikan madrasah pada masyarakat dan biasanya dipasang di lokasi ramai penduduk.



**Gambar 4.4** Brosur Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



### 3) Promosi melalui media sosial

Media sosial juga merupakan sarana promosi tidak kalah penting yang digunakan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya untuk memberikan informasi terkait madrasah seperti:

#### a) Instagram,

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, hal ini dibuktikan dengan adanya akun resmi dengan nama akun Azkiya\_creative yang saat ini memiliki 141 postingan dengan jumlah pengikut 532 pengguna instagram.



**Gambar 4.5** Akun Instagram Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

#### b) Youtube

Selain instagram, youtube juga digunakan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya untuk mempromisikan program pendidikan, kreativitas siswa, maupun video motivasi dengan jumlah *subscriber* 3,94 rb.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



**Gambar 4.6** Akun Youtube Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

c) Facebook

Media sosial facebook tidak jauh berbeda dengan Instagram yang memiliki fungsi yang sama, hanya saja instagram lebih aktif dalam penyebaran informasi dibandingkan sosial media facebook. Namun hal ini tentunya juga memberikan dampak positif terhadap kegiatan promosi yang di lakukan yang menyangkut semua kegiatan yang dilakukan oleh madrasah.



**Gambar 4.7** Akun Facebook Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

d) Whatsapp

Akun ini juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mulai dari berbentuk tulisan, foto hingga video. Namun media sosial whatsapp tidak memiliki akun khusus Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya melainkan dari akun whatsapp *Stakeholder* madrasah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

4) *Website*

*Website* merupakan bagian dari kegiatan implementasi strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya, namun penggunaan *website* ini masih kurang maksimal karena masih minimnya pengguna layanan jasa pendidikan menggunakan *website* untuk mengakses informasi mengenai madrasah.



**Gambar 4.8** Akun *Website* Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir

5) Pemasaran dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*)

Kegiatan komunikasi pemasaran juga dilakukan dari mulut ke mulut melalui para wali murid yang ikut andil dalam mempromosikan madrasah kepada masyarakat luas bahwa pelayanan jasa pendidikan yang diberikan oleh Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya baik. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh wali murid terhadap masyarakat luas merupakan promosi yang paling mudah, jika wali murid merasakan perubahan yang positif terhadap kemampuan dan tingkah laku anaknya, maka dengan sendirinya akan tersampaikan kepada masyarakat.

Mengenai promosi melalui wali murid ini merupakan kegiatan promosi efektif dan efisien, untuk itu Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya terus berupaya menjaga hubungan dan komunikasi yang baik kepada para wali murid yaitu dengan cara rutin mengadakan pertemuan dan melakukan pembinaan terhadap wali murid. Hal ini dilakukan bukan tanpa alasan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mengingat wali murid merupakan orang yang berpengaruh terhadap perkembangan peserta didik yang diharapkan bisa menjadi sarana untuk memajukan madrasah dalam meningkatkan jumlah siswa.

Berdasarkan wawancara dan observasi di atas dapat penulis simpulkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dalam meningkatkan jumlah siswa, tidak lepas dari peranan seluruh *Stakeholder* di madrasah tersebut. Dalam hal ini, implementasi strategi pemasaran yang dilakukan mulai dari (1) Identifikasi pasar dengan melakukan upaya apa saja yang mencakup kebutuhan dan keinginan pasar, (2) Segmentasi pasar dengan mengidentifikasi pengguna jasa cara membagi pasar melalui pendekatan demografi, geografi, dan psikografi. (3) Membedakan produk Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dengan produk madrasah/sekolah lainnya dengan program unggulan yang dimiliki. (4) Komunikasi pemasaran mencakup peranan alumni/lulusan, media sosial, media cetak maupun dari mulut ke mulut melalui wali murid.

### 3. Faktor Keberhasilan Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa i Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

Tolak ukur suatu keberhasilan strategi pemasaran pendidikan dapat dilihat dari peningkatan jumlah siswa di madrasah pada saat penerimaan peserta didik baru. Oleh karena itu, strategi pemasaran pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan atau masyarakat untuk menggunakan layanan jasa pendidikan yang ditawarkan. Dengan adanya pemasaran yang optimal maka akan menimbulkan dampak positif ditengah masyarakat, sehingga dapat menciptakan kualitas dan kuantitas terhadap madrasah itu sendiri. Dalam hal ini proses pemasaran pendidikan yang perlu ditawarkan adalah apa



yang pelanggan inginkan sehingga mereka dapat menentukan dan memantapkan pilihannya untuk menggunakan layanan jasa pendidikan yang disediakan.

Strategi yang tepat adalah penentu keberhasilan pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya. Oleh karena itu, bukanlah hal yang mudah dalam menyusun strategi pemasaran, dibutuhkan riset serta pemikiran yang teliti demi menghasilkan sesuatu yang akan bisa memberikan dampak terhadap keberlangsungan proses pendidikan di madrasah tersebut, sehingga banyak hal yang dapat menjadi faktor keberhasilan penerapan strategi pemasarannya. Dalam hal ini, beberapa faktor keberhasilan penerapan strategi Pemasaran di lembaga pendidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir, yaitu sebagai berikut:

a. Peranan kepala madrasah

Kepala madrasah merupakan faktor internal yang menjadi salah satu penentu keberhasilan strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya dalam meningkatkan jumlah peserta didik setiap tahunnya. Kepala madrasah berperan sangat penting dalam keberlangsungan proses pendidikan disebuah lembaga pendidikan yang dikelolanya. Seorang kepala madrasah minimal harus berfungsi sebagai edukator, inovator, dan motivator dalam mengelola madrasah yang dipimpinnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc menyatakan bahwa:

“Keberlangsungan proses pelayanan pendidikan di sini termasuk hal yang berhubungan dengan pemasaran adalah tanggung jawab saya selaku kepala madrasah. Sebagai madrasah yang baru diresmikan ditengah ketatnya persaingan lembaga pendidikan di daerah ini tidak menjadi pengahalang bagi saya untuk terus memberikan upaya yang terbaik terutama dalam memasarkan madrasah mulai dari merancang, mengatur, hingga melaksanakan pemasaran demi menunjukkan kualitas layanan pendidikan yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



kami punya dengan selalu berikhtiar dan bertawakkal kepada Allah agar niat dalam mencerdaskan kehidupan anak bangsa melalui madrasah ini dapat dilancarkan dan selalu diberikan kemudahan didalamnya” (wawancara, 04 Januari 2023)

Dari pernyataan di atas, penulis dapat mengetahui bahwa peran kepala madrasah bukan hanya sebagai motivator, edukator, inovator pendidikan dalam lembaga, tetapi juga dalam menjalankan fungsinya dalam mengelola kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang dipimpinnya. Madrasah ini termasuk lembaga pendidikan yang baru, untuk itu bukan hal yang mudah menarik konsumen jasa pendidikan/masyarakat menggunakan layanan jasa yang ditawarkan ditambah dengan ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan di daerah ini memberikan pemahaman bahwa sedemikian pentingnya strategi pemasaran yang diatur oleh kepala madrasah yang merupakan kunci keberhasilan dalam meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

#### b. Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi ini merupakan komponen utama dari proses pemasaran, pengguna layanan jasa pendidikan akan mengetahui suatu hal mulai dari mengenai program unggulan, pembiayaan, lokasi, sarana dan prasarana dan lain sebagainya disuatu lembaga karna adanya promosi yang dilakukan. Hal ini Seperti yang disampaikan oleh Ustadz Nur Ali selaku WAKAMAD HUMAS yang menyatakan bahwa:

“Kegiatan promosi ini sangat penting dilakukan, bayangkan saja jika di madrasah tidak melakukan promosi bisa dipastikan proses pendidikan di Madrasah ini tidak akan berkembang. Karna Pada dasarnya kegiatan promosi inilah yang menentukan masyarakat tertarik menggunakan jasa yang kita tawarkan baik dari program-program unggulan, masalah pembiayaannya, lokasi madrasah, sampai dengan prosesnya. Oleh karena itu, Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya melakukan banyak upaya dengan memperhatikan aspek-aspek yang berhubungan dengan promosi dari hal terkecil sampai hal yang paling berpengaruh, contohnya saja promosi melalui peserta didik yang mengikuti Magang selama bulan Ramadhan tidak bisa asal-





asalan dalam menempatkan peserta didik. Kita harus menyusun strategi promosi dengan cara menempatkan peserta didik di daerah yang padat penduduk yang memiliki kemampuan lebih dari pada peserta didik yang lain hal ini di lakukan semata-mata agar dapat lebih menarik minat masyarakat sekitar. Ini merupakan salah satu contoh kecil namun berpengaruh besar pada peningkatan kuantitas di Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya. Selain itu juga kegiatan promosi yang di lakukan dengan mengadakan Hari Besar Islam (HBI) seperti Maulid Nabi Muhammad SAW. Isra Mi'raj, acara Tahun Baru Islam dengan salah satu promosinya mendatangkan pengisi acara seperti Ustadz. Abuya KH. Amir Hamzah, Prof. H. Abdul Somad, Lc., Ph.D, Al Habib Ahmad Al-Habsyi, Ustadz Ungu, Syaikh Mahmud Hani Ibrahim dan lain sebagainya” (Wawancara, 19 Februari 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis menganalisa bahwa proses pendidikan disebuah lembaga tidak akan ada kemajuan jika tidak dilaksanakannya promosi seperti mengatur strategi promosi melalui peserta didik yang mengikuti program pendidikan magang yang dilaksanakan pada bulan Ramadhan di daerah-daerah yang telah ditentukan sebelumnya seperti penempatan peserta didik yang memiliki kualitas baik dari bidang pengetahuan, keagamaan, hingga kreativitas yang lebih dari pada peserta didik yang lain akan ditempatkan di daerah yang ramai penduduk, hal ini dilakukan bukan lah bentuk dari pilihkasi melainkan sebagai strategi kecil tetapi berdampak besar bagi keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di madrasah. Dalam hal ini promosi menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan strategi pemasaran yang dijalankan madrasah terkhusus yang dilakukan Madrasah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya.

Berdasarkan observasi dilapangan penulis melihat bahwa Madrasah juga berupaya mengatur strategi promosi dari hal kecil sampai hal yang paling berpengaruh sekalipun seperti mengadakan perlombaan antar sekolah, mengadakan Hari Besar Islam seperti Maulid Nabi, Isra' Mi'raj dengan mendatangkan ulama-ulama besar dari dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dan luar negeri yang dijadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan atau mempromosikan madrasah kepada masyarakat luas.

c. Kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan

Pada dasarnya sejahterah tidak dapat diukur, karena arti dari kata sejahterah adalah terpenuhinya semua kebutuhan seseorang. Di kehidupan sekarang ukuran sejahterah sudah berubah pola tidak hanya cukup sandang pangan, dan papan, akan tetapi lebih dari itu. Banyak orang meninggalkan pekerjaan yang Ia tekuni demi mendapatkan pekerjaan yang lebih terjamin dari pada sebelumnya demi meningkatkan kesejahteraannya. Demikian pula dengan profesi guru, mereka bekerja keras tanpa membedakan satu murid dengan murid yang lain, semua dibina dan dibimbing agar menjadi anak yang berkualitas baik dari segi ilmu pengetahuan, moral, dan lain sebagainya.

Moral dan tanggung jawab seorang tenaga pendidik memberikan pengaruh yang besar terhadap kualitas pendidikan bangsa, oleh karena itu tenaga pendidik diberikan amanah sesuai pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa tenaga pendidik bertanggung jawab dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Oleh karena itu tenaga pendidik dan kependidikan disebut sebagai jantungnya pelayanan pendidikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc selaku Kepala Madrasah, bahwa:

“Salah satu faktor utama keberhasilan di Madrasah juga tidak lepas dari seorang Guru. Karena guru ini merupakan nyawa atau ruhnya pendidikan, tanpa guru kita semua bukan apa-apa. Selain dari kegiatan pengembangan kualitas tenaga pendidik dan kependidikan dengan mengadakan atau mengikuti diklat profesi dan lain sebagainya, kesejahteraan guru juga selalu diperhatikan dengan baik apa yang menjadikan guru itu nyaman akan kami penuhi, mulai dalam hal pemberian honor yang sesuai dan tidak jarang kita juga selipkan bonus-bonus yang lebih, kemudian juga rumah-rumah bagi tenaga pendidik yang berasal dari luar daerah kami sediakan, bahkan selalu diberikan jalan ataupun kebebasan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam melakukan segala aktivitas yang berkaitan dengan pendidikan di ruang lingkup madrasah. Hal ini dilakukan semata-mata menjaga kenyamanan dan keikhlasan tenaga pendidik dan kependidikan dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas sesuai dengan visi, misi dan program pendidikan yang disusun sebelumnya” (wawancara, 04 Januari 2023)

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa berkualitas atau tidaknya peserta didik merupakan tanggung jawab tenaga pendidik di lembaga pendidikan termasuk di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir. Oleh karena itu madrasah sangat memperhatikan kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan mulai dari pemberian honor yang sesuai, memberikan kebebasan dalam melakukan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pembelajaran di madrasah, fasilitas yang memadai, memberikan bonus atau *gift* sebagai motivasi ataupun semangat, bahkan disediakan fasilitas rumah-rumah bagi tenaga pendidik yang berasal dari luar daerah.

Hal ini dilakukan pemangku kepentingan madrasah atas dasar mengharapkan suatu komitmen, keikhlasan dan motivasi tenaga pendidik dan kependidikan untuk memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas dengan pelayanan yang optimal untuk mendidik, mengarahkan, mendorong peserta didiknya agar menjadikan insan yang lebih baik dan memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat sekitar, sehingga masyarakat atau pengguna jasa secara tidak langsung menilai kualitas layanan pendidikan yang di berikan madrasah.

Hal ini dibenarkan oleh Ustadz Sudarwanto, selaku panitia PPDB sekaligus Tenaga Pendidik, yang menyatakan bahwa:

“Pelaksana strategi pemasaran yang disusun oleh kepala madrasah adalah pendidik dan kependidikan, jadi memang benar bahwa berhasilnya strategi pemasaran yang dilakukan itu atas tanggung jawab para *Stakeholder* di madrasah. Saya berasal dari bagan jaya, memutuskan berdomisili di sini dan menjadi bagian dari madrasah selama 5 tahun, karna merasakan kenyamanan, merasakan kekekuuargaan, dan juga lingkungan yang baik. Hal



ini contoh hasil dari upaya yang dilakukan kepala madrasah dalam mensejahterakan tenaga pendidik kependidikan yang direkrutnya” (wawancara, 21 Februari 2023)

Dari pemaparan di atas, dapat penulis uraikan bahwa selain dari Kepala madrasah keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir adalah tanggung jawab tenaga pendidik dan kependidikan yang ada. Karena pada dasarnya yang menjalankan strategi pemasaran adalah para *Stakeholder* madrasah. Untuk itu, memperhatikan kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan merupakan salah satu upaya yang dilakukan kepala madrasah untuk mencapai kualitas pelayanan pendidikan sehingga berdampak pada keberhasilan strategi pemasaran yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu keberhasilan strategi pemasaran di lembaga pendidikan dapat dilihat dari peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya. Untuk itu, faktor keberhasilan penerapan strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah ini yang penulis temui adalah peranan Kepala madrasah, bukan hanya sebagai motivator, edukator, inovator namun juga bertanggung jawab mengatur seluruh fungsi termasuk mengelola kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Kegiatan promosi, proses pendidikan disebuah lembaga tidak akan ada kemajuan jika tidak dilaksanakannya promosi. pembiayaan pendidikan yang murah maupun kualitas sarana dan prasarana yang memadai di Madrasah tidak akan berjalan dengan baik. Dan kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan, keberhasilan strategi pemasaran Madrasah tidak lepas dari komitmen, keikhlasan, dan motivasi tenaga pendidik dan kependidikan dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Hal inilah yang menjadi faktor utama keberhasilan strategi pemasaran di lembaga pendidikan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berbagai formulasi strategi pemasaran yang dirumuskan oleh Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya yaitu (1) Merumuskan strategi kebutuhan dan keinginan konsumen jasa pendidikan dengan cara menyusun dan menetapkan visi, misi, dan program pendidikan madrasah, (2) Menyusun alternatif solusi efektif dan efisien dalam merumuskan sistem promosi yang berkepanjangan sesuai dengan elemen-elemen bauran pemasaran, dan (3) Mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan mulai dari yang terlihat secara langsung seperti meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, dan juga menjaga hubungan baik antar wali murid dengan *stakeholder* madrasah.
2. Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dalam meningkatkan jumlah siswa, tidak lepas dari peranan seluruh *stakeholder* di madrasah tersebut. Dalam hal ini, implementasi strategi pemasaran yang dilakukan mulai dari (1) Identifikasi pasar dengan melakukan upaya apa saja yang mencakup kebutuhan dan keinginan pasar, (2) Segmentasi pasar dengan memperhatikan pendekatan demografi, psikografi, dan geografi. (3) Membedakan produk Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir dengan produk madrasah/sekolah lainnya dengan program unggulan yang dimiliki. (4) Komunikasi pemasaran mencakup peranan alumni/lulusan, media sosial, media cetak maupun melalui wali murid atau dari mulut ke mulut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



3. Tolak ukur suatu keberhasilan strategi pemasaran pendidikan dapat dilihat dari peningkatan jumlah siswa di madrasah setiap tahunnya. Faktor keberhasilan penerapan strategi Pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir yang penulis temui adalah (1) Peranan kepala madrasah, bukan hanya sebagai motivator, edukator, inovator namun juga bertanggung jawab mengatur seluruh fungsi termasuk mengelola kegiatan pemasaran jasa pendidikan. (2) Kegiatan promosi, promosi merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan disuatu lembaga pendidikan dengan menginformasikan kepada konsumen agar menggunakan produk/jasa yang ditawarkan sehingga memberikan dampak positif terhadap kemajuan di lembaga pendidikan tersebut. Sebagai apapun program pendidikan yang disusun, pembiayaan pendidikan yang murah maupun kualitas sarana dan prasarana yang memadai di madrasah tidak akan ada kemajuan jika tidak melakukan kegiatan promosi. (3) Kesejahteraan Tenaga Pendidik dan Kependidikan. keberhasilan strategi pemasaran madrasah tidak lepas dari komitmen, keikhlasan, dan motivasi tenaga pendidik dan kependidikan dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Untuk itu memperhatikan kesejahteraan tenaga pendidik dan kependidikan merupakan salah satu faktor penting yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

## B. SARAN

Penulisan skripsi ini tentu masih memiliki kekurangan, namun penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan sumber pengetahuan bagi pembaca tentang ilmu pemasaran pendidikan. serta dapat dijadikan acuan dalam memberikan motivasi dan inspirasi bagi lembaga pendidikan lainnya dalam mengatur strategi pemasaran untuk meningkatkan kuantitas peserta didiknya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Z. (2019). Strategi Pendidikan Entrepreneurship Di Pesantren Al-Mawaddah Kudus. *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*
- Ahmad Muazar Habibi, & Akhtim Wahyuni. (2020). “*The Outstanding School Of Muhammadiyah Jawa Timur*” Di Smp Muhammadiyah 12 Sendangagung Paciran-Lamongan. *International Journal On Integrated Education*,
- Ahmad Tanzah. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*, Cet. I, Yogyakarta: Penerbitteras
- Anam, K. (2013). Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Ari Prayoga And Jaja Jahari. (2019). Manajemen Jejaring Kerjasama Pondok Pesantren Al Ma'arief :*Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*.
- Articel Madrasah Tsanawiyah (diakses 23 oktober 2022)  
<https://dki.kemenag.go.id/unit-kerja-madrasah-tsanawiyah>
- Azwar Saifuddin. (2005) *Metode Penelitian* ( Yogyakarta : Pustaka Pelajar)
- Dian, Rosbiah, I., & Prayoga, A. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Madrasah. *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1).
- Dirgantoro, Crown. (2016). *Manajemen Stratejik:Konsep, Kasus Dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ditdpontren.Kemenag. (2022). *Statistik Data Pondok Pesantren*.
- Fachri, M., & Imzaqiyah, L. (2019). Konsep Marketing Dalam Meningkatkanminat Input Di Lembaga Pendidikan Islam *Managere :Indonesian Journal Of Educationmanagement*, 1(1).
- Ekri, M. (2020). *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di Smkit Nurul Qolbi Bekasi* (Issue 11160182000003).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

- Gazali, M. (2013). Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan Untuk Mencerdaskan Bangsa. *Jurnal Al-Ta'dib*, 6(1),
- Hasanah Dian Uswatun, Alfi Ahmad, M. I. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta. Hasbullah, *Otonomi Pendidikan*, (Jakarta: Pt Rajawali Pers, 2010),
- Huda, M. N. (2019). Ta'dibi : Manajemen Pendidikan Islam, Manajemen Pemasaran Sekolah. *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Viii
- Imam Gunawan. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Islamy, Irfan Muhammad. 2(014). *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara. 47
- Khoirul Anam. 2013. Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol.1 No. 1
- M. Shodiq. (2011). Pesantren Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Falasifa*. Vol. 2 No. 2
- Mahmud My, Dkk. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Volume 5, Nomor 1.
- Mamlukhah, Dkk. (2019). Pengeruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Santri Baru Pondok Pesantren Full Day Sunan Ampel Tahun Pembelajaran 2018/2019. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1 No. 1.
- Mulyadi, Deddy. 2015. *Studi Kebijakan Publik Dan Pelayanan Publik*. Bandung Alfabeta. Hlm. 12, 14
- Nurhasanah, "Pola Dakwah Transformasional Pada Organisasi Forum Pemuda Cinta Dakwah," (Skripsi, Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Iain Bengkulu, Bengkulu, 2019)
- Others, S. R. And. (2016). Analisa Pengaruh Product Image Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Intevening Pada Blesscon Pt. Superior Prima Sukses. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

- Pratiwi, Nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 1*,
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: Cv Pustaka Setia. Hlm. 45
- Samsu. (2021) *Metode Penelitian Teori Dan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed, Methids, Serta Research Dan Development*. Pustaka. jambi
- Sari Agustina. (2021) “Pengelolaan Kegiatan Dakwah Di Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Indragiri Hilir” (Skripsi, Dakwah Dan Komunikasi, Uin Suska Pekanbaru, Riau.
- Sofjan Assauri. (2013) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan Ke 11. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-8.
- Sulhan, A. (2015). Implementasi Manajemen Mutu Terpadu Lembaga Pendidikan Islam: Sebuah Alternatif Solusi Filsafat. *Jurnal El-Hikmah, 9(2)*,
- Syafe'i, I. (2017). Pondok Pesantren Yang Melembaga Di Masyarakat Satu Lembaga Pendidikan Islam Tertua Di Indonesia . Awal Kehadiran Boarding School Bersifat Tradisional Untuk Mendalami Ilmu-Ilmu Agama Isl. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, 8(1)*.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. (2009) *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI (2007) *Ilmu & Aplikasi Pendidikan* Bandung: Pt Imperial Bhakti Utama.
- Wahidah, E. Y. (2015). *Studi Implementasi Tradisionalisasi Dan Modernisasi Pendidikan Di Pondok Pesantren*. *Muaddib, 5(2)*,
- Zulhimma. (2013). Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren Di Indonesia. *Jurnal Darul Ilmi, Vol.01No.02* Padang: Iain Padang Sidempuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## LAMPIRAN

### Instrumen Pengumpulan Data (IPD)

#### A. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara pengumpulan data melalui pengamatan langsung ke tempat penelitian yaitu di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Pengalihan Kec. Keritang Kab. Inhil Riau.

#### B. Dokumentasi

1. Meminta data yang berkaitan dengan penelitian dan tempat penelitian
2. Mengambil gambar atau foto pada saat wawancara dengan informan
3. Mengambil foto lokasi penelitian
4. Mengambil rekaman pada saat wawancara dengan informan.

#### C. Wawancara

Identitas Informan I

Nama : Ustadz H. Muhammad Ridwan, Lc

Jabatan/Status : Kepala Madrasah

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
2. Bagaimana konsep strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya
3. Upaya seperti apa yang telah dilakukan selaku kepala Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya
4. Siapa saja yang berperan aktif dalam proses pemasaran?
5. Bagaimana peranan pendidik dalam pelaksanaan pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

6. Bagaimana pengatutan segmentasi pasar dan positioning yang dilakukan madrasah?
7. Apa saja faktor utama keberhasilan strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?

Identitas Inorman II

Nama : Ustadz Nur Ali, M.Pd

Jabatan/Status : WAKAMAD HUMAS

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimaa penyusunan tim pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
2. Apa saja program unggulan madrasah Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
3. Seperti apa kebijakan pembiayaan yang di lakukan di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
4. Promosi apa saja yang paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah siswa yang ada setiap tahunnya?
5. Bagaimana metode metode pelaksanaan promosi yang di lakukan Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
6. Selaku KABAG HUMAS adakah upaya khusus dalam mengatasi persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya yang lebih dahulu berkontribusi di bidang jasa pendidikan Islam?
7. Apa saja yang melatarbelakangi peningkatan jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?

Identitas Informan III

Nama : Ustadz Sudarwanto

Jabatan/Status : Panitia PPDB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana madrasah merancang dan menentukan strategi pemasaran?
2. Dalam meningkatnya jumlah siswa yang ada? Apa saja program yang disusun oleh panitia PPDB pada saat penerimaan siswa baru Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
3. Bagaimana penyusunan strategi menggunakan bauran pemasaran?
4. Apa saja yang membedakan madrasah dengan lembaga pendidikan lainnya dalam hal strategi meningkatkan jumlah santri/siswa Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?
5. Bagaimana Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya dalam mengatasi persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya yang lebih dahulu berkontribusi di bidang jasa pendidikan Islam?
6. Apa saja faktor penunjang keberhasilan dalam peningkatan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Al- Azkiya?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Lintas Jambi-MuaroBulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363  
Telp/Fax : (0741) 583183 - 584118 website : [www.iainjambi.ac.id](http://www.iainjambi.ac.id)

Nama : Riska Ulyandayani

Nim : 203190065

Pembimbing I : Dr. H. Mahmud MY, S.Ag, M.Pd

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

No	Tanggal	Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	04-10-2022	I	Membuat jadwal penelitian, mencari teori yang sesuai, memperbaiki daftar isi	
2	18-10-2022	II	Perbaiki penulisan proposal (bodynote dan tulisan kata asing)	
3	28-10-2022	III	ACC Seminar Proposal	
4	08-12-2022	IV	Revisi proposal ACC Riset	
5	01-03-2023	V	Perbaiki Skripsi	
6	20-03-2023	VI	Perbaiki Skripsi	
7	04-04-2023	VII	ACC Skripsi	

Jambi, April 2023

Dosen Pembimbing I

**Dr. H. Mahmud MY, S.Ag, M.Pd**  
NIP. 196707111992032004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Lintas Jambi-MuaroBulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363  
Telp/Fax : (0741) 583183 - 584118 website : [www.iainjambi.ac.id](http://www.iainjambi.ac.id)

Nama : Riska Ulyandayani  
Nim : 203190065  
Pembimbing II : Atika, M.Pd  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Modern Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir.  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

No	Tanggal	Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	29-09-2022	I	Tambahkan data jumlah siswa, Rumusan harus sesuai dengan jumlah tujuan penelitian	
2	13-10-2022	II	Mencari tahun terbaru studi relevan, Perbaiki penulisan proposal, perhatikan tanda baca, perbaiki tulisan daftar pustaka	
3	31-10-2022 05-12-2022	III	ACC Seminar Proposal	
4	05-12-2022	IV	Revisi Proposal ACC Riset	
5	01-03-2023	V	Perbaiki Skripsi	
6	20-03-2023	VI	Perbaiki Skripsi	
7	04-04-2023	VII	ACC Skripsi	

Jambi, April 2023

Dosen Pembimbing II

**Atika, M.Pd**

**NIP. 199209072020122017**

## Dokumentasi Penelitian

Lingkungan MTs Al-Azkiya Kabupaten Inhil



Wawancara dengan kepala MTs Al-Azkiya Kabupaten Inhil



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



## Wawancara dengan WAKAMAD HUMAS MTs Al-Azkiya Kabupaten Inhil



## Wawancara dengan Panitia PPDB MTs Al-Azkiya Kabupaten Inhil



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### Dokumentasi Kegiatan PHBI MTs Al-Azkiya Kabupaten Inhil



### Dokumentasi salah satu kegiatan ekskul MTs Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak mengiklan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## Dokumentasi Kegiatan perlombaan MTs Al-Azkiya Kabupaten Indragiri Hilir



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. I.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Riska Ulyandayani

Tempat Tanggal Lahir: Pengalihan, 23 Juli 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Tinggi Badan : 158 cm

Berat Badan : 42 kg

Agama : Islam

Alamat : Jln. Sultan Hasanuddin No. 52 Desa Pengalihan  
Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Riau

No. Kontak/WA : 085377295385

E-Mail : [ulyandayani723@gmail.com](mailto:ulyandayani723@gmail.com)



## RIWAYAT PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : MI Nurul Falah Pengalihan (2007-2013)

SLTP : MTS Nurul Falah Pengalihan (2013-2016)

SLTA : SMK Swasta Pengalihan (2016-2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi