

**MANAJEMEN PEMASARAN KEPALA SEKOLAH DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA  
DIDIK DI MADRASAH ALIYAH  
NURUL IMAN SINGKUT**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Magister  
Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

**MERI AULIA**  
**NIM: 801210018**

**PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**  
**2023**



State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi


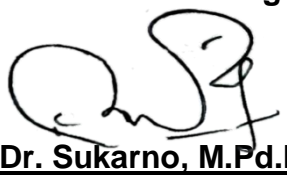

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI  
PASCASARJANA**

Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Jambi, Tlp.(0741)60731Fax.(0741)60548,e-mail:  
[ppsainsts@yahoo.com](mailto:ppsainsts@yahoo.com)

@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING UNTUK UJIAN TESIS</b>	
<p><b>Nama : Meri Aulia</b>  <b>NIM : 801210018</b>  <b>Judul :“Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut”</b></p>	
<p><b>Dosen Pembimbing I</b></p>  <p><b><u>Dr. Fuad Rahman, M.Ag</u></b></p>	<p><b>Dosen Pembimbing II</b></p>  <p><b><u>Dr. Sukarno, M.Pd.I</u></b></p>
<p><b>Jambi, 4 Agustus 2023</b>  <b>Mengetahui</b>  <b>Wakil Direktur</b></p>  <p><b><u>Dr. Badarussyamsi, S.Ag., MA.</u></b>  <b>NIP.19760210 200901 1 009</b></p>	

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI  
PASCASARJANA**

Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Jambi, Tlp.(0741)60731Fax.(0741)60548,e-mail:  
[ppsainsts@yahoo.com](mailto:ppsainsts@yahoo.com)

Jambi, 2 Agustus 2023

Pembimbing I : Dr. Fuad Rahman., M. Ag  
Pembimbing II : Dr. Sukarno., M. Pd. I

Alamat : Pascasarjana UIN STS Jambi  
Jl. Arif Rahman Hakim  
Telanaipura Jambi

Kepada Yth  
Bapak Direktur  
Pascasarjana UIN STS  
Di\_  
Jambi

**NOTA DINAS**

*Assalamualaikum. Wr.Wb*

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di Pascasarjana UIN STS Jambi, maka kami berpendapat bahwa tesis saudara Meri Aulia, Nim 801210018 dengan judul "Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut" Telah dapat diajukan untuk ujian tesis, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S2) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dalam Konsentrasi Manajemen Pendidikan Islam pada Pascasarjana UIN STS Jambi.

Demikian yang dapat kami sampaikan kepada Bapak, semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamualaikum. Wr.Wb*

Dosen Pembimbing I



**Dr. Fuad Rahman, M.Ag**

Dosen Pembimbing II



**Dr. Sukarno, M.Pd.I**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI  
PASCASARJANA**



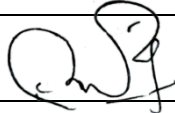

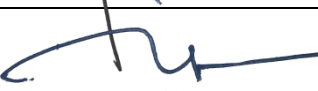
Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Jambi, Tlp.(0741)60731Fax.(0741)60548,e-mail:  
[ppsainsts@yahoo.com](mailto:ppsainsts@yahoo.com)

**PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Tesis dengan judul: **“Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut”** yang telah mengikuti ujian seminar hasil penelitian tesis di Pascasarjana UIN STS Jambi pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 14 Agustus 2023  
Jam : 08.00 WIB  
Tempat : Online (Via Zoom Meeting)  
Nama : Meri Aulia  
NIM : 801210018  
Judul : “Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut”

Telah di perbaiki sebagaimana hasil sidang di atas telah di terima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata dua (S2) dalam program studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN STS Jambi.

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	<b>Dr. Arifullah, M.Fil.I</b> (Ketua Sidang)		<b>29/8/2023</b>
2	<b>Dr. Fuad Rahman, M.Ag</b> (Pembimbing I)		<b>26/8/2023</b>
3	<b>Dr. Sukarno, M.Pd.I</b> (Pembimbing II)		<b>27/8/2023</b>
4	<b>Dr. Musli, M.Pd.I</b> (Penguji I)		<b>31/8/2023</b>
5	<b>Dr. Kemas Imron Rosadi, M.Pd</b> (Penguji II)		<b>28/8/2023</b>

Jambi, Agustus 2023

Direktur Pascasarjana UIN STS Jambi



**Prof. Dr. H. Ahmad Syukri, SS., M. Ag**

NIP. 196710211995031001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDIN JAMBI  
PASCASARJANA

Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Jambi, Tlp.(0741)60731Fax.(0741)60548,e-mail:  
[ppsainsts@yahoo.com](mailto:ppsainsts@yahoo.com)

**PERNYAAN ORSINILITAS TESIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meri Aulia  
NIM : 801210018  
Tempat/ tanggal Lahir : Bukit Tigo, 15 Februari 1998  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Alamat : Desa Bukit Tigo, Kecamatan Singkut,  
Kabupaten Sarolangun

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis yang berjudul  
**“Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan  
Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut”** adalah  
benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan  
sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila di kemudian  
hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya sepenuhnya  
bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia dan  
ketentuan Pascasarjana UIN STS Jambi, termasuk pencabutan gelar yang  
saya peroleh melalui tesis ini.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk  
dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi.....Agustus 2023

Penulis



**Meri Aulia**  
**NIM. 801210018**

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

## MOTTO

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

“... Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu memikirkan, Tentang dunia dan akhirat ...” (Al-Baqarah 2: 219-220)<sup>1</sup>

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An Nisa/4: 29)<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Q.S Al-Baqarah / 2:219-220.

<sup>2</sup>Q.S An-Nisa / 4:29.

## PERSEMBAHAN

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibunda Hj.Yusminar dan Ayahku H. Mashudin yang selalu memberikan dukungan, cinta tanpa syarat dan doa tulus dalam perjalanan ini. Kehadiran dan kasih sayang kalian menjadi sumber kekuatan dan motivasi yang tak tergantikan dalam menghadapi setiap tantangan dan hambatan. Karya ilmiah ini juga kupersembahkan kepada Saudaraku Wendi Hidayat, Nanang Mardiansah, Awang Taufik Hidayat dan adik bungsu Intan Nuraini terimakasih telah memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Karya Ilmiah ini berjudul “Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut” penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, seperti kampanye pemasaran yang efektif, pemanfaatan media sosial, kerjasama dengan pihak-pihak terkait, dan penggunaan alat pemasaran lainnya. Akhir kata, saya berharap persembahan karya ilmiah ini dapat menjadi wujud dan rasa syukur kepada Allah SWT dan kepada semua individu yang telah terlibat. Semoga penelitian ini memberikan kontribusi positif dalam memperluas cakrawala keilmuan dan memperkaya khazanah agama Islam.

Aamiin..



## ABSTRAK

Manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepala sekolah melakukan manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang dilakukan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah yaitu: *Pertama*, melakukan analisis pasar dengan melihat peluang yang ada, memahami tentang persaingan dengan lembaga pendidikan. *Kedua*, pembentukan tim atau panitia yang akan bertugas dalam menjalankan strategi pemasaran sekaligus persiapan penerimaan peserta didik serta melibatkan OSIS. *Ketiga*, Upaya tahap pelaksanaan yaitu melakukan strategi pemasaran bersamaan dengan kegiatan penerimaan peserta didik yaitu: 1). melakukan promosi menggunakan periklanan media cetak, seperti pemasangan *banner* atau spanduk, pembagian brosur. 2). Mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak seperti lembaga pendidikan maupun institusi lainnya. 3). Promosi dari mulut ke mulut, seperti melaksanakan kegiatan sosialisasi. *Keempat*, tahap pengawasan ini yaitu melakukan rapat evaluasi mingguan dengan seluruh tim atau kepanitiaan dengan tujuan agar seluruhnya terkoordinir dengan baik. Selain itu kepala madrasah juga memberikan arahan kepada ketua panitia untuk tetap melaksanakan pengawasan terhadap anggota, dan kepada guru memberikan arahan dan pengawasan terhadap peserta didik yang membantu dalam proses pemasaran.

**Kata Kunci:** Manajemen Pemasaran, Kepala Sekolah, Meningkatkan Jumlah Peserta Didik

- 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

## ABSTRACT

Principal Marketing Management in an Effort to Increase the Number of Students in Madrasah Aliyah Nurul Iman is a study that aims to analyze how school principals carry out marketing management in increasing the number of students. This research is qualitative research. Data collection was conducted using observation, interview and documentation methods. Meanwhile, data analysis is carried out using data reduction, data presentation, and verification. The results of the study show that the marketing management efforts carried out by the school principal are: *First*, conducting a market analysis by looking at existing opportunities, understanding competition with educational institutions. *Second*, the formation of a team or committee that will be in charge of carrying out the marketing strategy as well as preparing for the acceptance of students and involving the Student Council. *Third*, Efforts at the implementation stage, namely carrying out a marketing strategy together with student acceptance activities, namely: 1). carry out promotions using print media advertising, such as placing banners or banners, distributing flyers. 2). Optimizing relationships with various parties such as educational institutions and other institutions. 3). Promotion by word of mouth, such as carrying out outreach activities. Fourth, this supervision stage is to conduct weekly evaluation meetings with the entire team or committee with the aim that everything is well coordinated. In addition, the school principal also provides direction to the committee chairman to continue to carry out supervision of members, and teachers provide direction and supervision of students who assist in the marketing process.

Keywords: Marketing Management, Principal, Increase the Number of Learners

- 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

## نبذة مختصرة

إدارة التسويق لمديري المدارس في محاولة لزيادة عدد الطلاب في مدرسة ثانوية عليا نور الإيمان هي دراسة تهدف إلى تحليل كيفية قيام مديري المدارس بإدارة التسويق في زيادة عدد الطلاب. هذا البحث هو بحث نوعي. تم جمع البيانات باستخدام طرق المراقبة والمقابلات والتوثيق. وفي الوقت نفسه ، يتم تحليل البيانات باستخدام تقليل البيانات وعرض البيانات والتحقق. أظهرت النتائج أنه تم تنفيذ إدارة التسويق ، وهي مراحل التخطيط والتنظيم والتنشيط والتحكم: أولاً ، تقوم مرحلة التخطيط بإجراء تحليل السوق من خلال النظر في الفرص الحالية ، وفهم المنافسة مع المؤسسات التعليمية الأخرى وإجراء التحليل المالي لفهم الجوانب المالية. ثانياً ، المنظمة التي يتم تنفيذها هي تشكيل فريق أو لجنة تكون مسؤولة عن إدارة.

**الكلمات المفتاحية:** إدارة التسويق ، المدير ، زيادة عدد المتعلمين

- 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

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang kita tidak mengetahui kecuali apa yang diajarkannya, atas Ridhonya, tesis ini dapat diselesaikan. Judul tesis ini adalah "manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut". Sholawat salam teruntuk Baginda Nabi Muhammad SAW. Kekasih Allah yang senantiasa kita harapkan syafaatnya, di dunia dan di akhirat.

Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister (S2) konsentrasi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) pada Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa menyelesaikan tesis ini banyak melibatkan pihak yang telah memberikan motivasi baik moril maupun materil, untuk itu melalui ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Suaidi Asyari., MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Syukri., SS., M.Ag dan Bapak Dr. Badarussyamsi., S.Ag., MA selaku Direktur dan Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Ibu Dr. Minnah El-Widdah., M.Ag dan Bapak Dr. Muhammad Fadhil., M. Ag selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Bapak Dr. Fuad Rahman., M.Ag dan Bapak Dr. Sukarno., M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan membantu penulis dalam menyusun tesis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

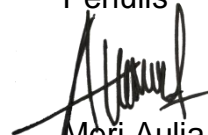
6. Bapak dan Ibu Dosen Staf Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Bapak Ambit Pohan selaku Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
8. Teman-teman mahasiswa Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan, saran dan tanggapan guna penyempurnaan tesis ini akan penulis terima. Semoga tesis ini dapat berguna bagi pembaca. Akhir kalimat penulis ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Jambi, Agustus 2023

Penulis



Meri Aulia

NIM. 801210018

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## DAFTAR ISI

### COVER

### LEMBAR LOGO

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS.....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGASAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS TESIS .....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>V</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>NUBDZAH .....</b>	<b>IX</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVII</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>XVIII</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Fokus Penelitian.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9

### BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN

A. Landasan Teori .....	11
1. Teori Manajemen Pemasaran.....	11
B. Studi Relevan.....	55
C. Kerangka Berfikir.....	63

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

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	65
B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian .....	65
C. Jenis dan Sumber Data .....	67
D. Teknik Pengumpulan Data .....	68
E. Teknik Analisis Data.....	70
F. Uji Kepercayaan Data ( <i>Trustworthiness</i> ).....	71
G. Rencana dan Jadwal Penelitian .....	72
H. Pengembangan Instrumen .....	72

### BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	73
1. Sejarah Singkat Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.....	73
2. Visi, Misi dan Tujuan .....	74
3. Identitas Madrasah .....	75
4. Keadaan Peserta Didik .....	76
5. Keadaan Tenaga Pendidik.....	78
6. Struktur Organisasi .....	82
7. Keadaan Sarana dan Prasarana.....	85
B. Temuan Penelitian dan Analisis Hasil Penelitian .....	90
1. Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.....	90
2. Faktor Penghambat Dan Pendukung Yang Dapat Dihadapi Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.....	112
3. Dampak Manajemen Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.....	119
C. Pembahasan .....	123

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 V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	135
B. Implikasi .....	136
C. Rekomendasi .....	139
D. Saran.....	141

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

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

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peserta Didik Baru .....	6
Tabel 4.1 Keadaan Peserta Didik .....	77
Tabel 4.2 Tenaga Pendidik .....	79
Tabel 4.3 Keadaan Sarana da Prasarana.....	86

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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	64
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	84
Gambar 4.2 Brosur dan Spanduk .....	98
Gambar 4.3 Akun Media Sosial .....	100
Gambar 4.4 Bakti Sosial .....	104
Gambar 4.5 Makan Bersama .....	106

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



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Observasi

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Catatan Lapangan Hasil Observasi

Lampiran 5 Catatan Lapangan Hasil Wawancara

Lampiran 6 Data Informan

Lampiran 7 Dokumen Pendukung (Foto dan Dokumentasi)

Lampiran 8 Curriculum Vitae

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

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Alfabet

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	,	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	,
ج	s	غ	g
ح	J	ف	f
خ	h	ق	q
د	Kh	ك	k
ذ	d	ل	l
ر	z	م	m
ز	r	ن	n
س	z	و	w
ش	s	هـ	h
ص	sy	ء	,
ض	s	ي	y
ظ	d		

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

## B. Vocal dan Harokat

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـِـو...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba      حَوْلَ haula      سَيْلَ suila
- فَعَلَ fa`ala      كَيْفَ kaifa

### C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...إ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla - يَقُولُ yaqūlu - قِيلَ qīla

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

#### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

#### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

#### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu di transliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
- الْمَدِينَةُ الْمُتَوَرَّةُ  
- طَلْحَةُ

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

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Makin menjamurnya lembaga pendidikan pada berbagai level mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) hingga perguruan tinggi menjadikan persaingan dalam dunia pendidikan tidak terelakkan lagi. Lembaga pendidikan bersaing untuk menarik minat dan perhatian calon peserta didik serta orang tua. Kualitas pendidikan yang baik, reputasi yang terpercaya, fasilitas yang memadai, dan program ekstrakurikuler yang menarik menjadi faktor penentu dalam menarik minat peserta didik. Pemasaran lembaga pendidikan yang efektif juga menjadi strategi penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Pemimpin lembaga pendidikan dituntut untuk mampu mengelola institusi dengan baik dan profesional agar lembaga pendidikan yang dikelolanya mampu bersaing dan tetap eksis.

Demi kelangsungan dan kelancaran fungsi lembaga pendidikan, lembaga pendidikan pasti menyelenggarakan kegiatan penerimaan peserta didik di tahun ajaran baru. Setiap sekolah yang dipimpin oleh kepala sekolah harus memiliki manajemen untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Sulit bagi lembaga pendidikan untuk mampu berkembang dan memiliki daya saing jika tidak mampu menerapkan manajemen pemasaran. Jumlah peserta didik sangat berperan penting dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan. Ketika sebuah lembaga pendidikan memiliki jumlah peserta didik yang banyak, hal ini menunjukkan bahwa lembaga tersebut berhasil menarik minat orang tua dan peserta didik, sehingga dianggap sebagai pilihan yang tepat. Peserta didik adalah inti dari sebuah lembaga pendidikan, dan keberadaan mereka menjadi dasar eksistensi sekolah. Peserta didik adalah subjek yang aktif dalam proses pembelajaran, menyerap pengetahuan, mengembangkan keterampilan, dan membentuk sikap serta nilai-nilai. Selain itu, peserta didik juga

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



merupakan representasi dari mutu pendidikan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Kualitas pendidikan yang baik dapat tercermin melalui prestasi peserta didik. Dengan demikian, peran peserta didik sangatlah penting dalam memastikan eksistensi dan keberlanjutan lembaga pendidikan, serta memberikan dampak yang positif bagi perkembangan dan kemajuan institusi tersebut.

Untuk meningkatkan eksistensi dan citra lembaga pendidikan, pengelola pendidikan harus mampu menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan merupakan langkah menuju reformasi lembaga pendidikan untuk memasarkan produk jasa pendidikan kepada masyarakat dengan menciptakan dan menawarkan inovasi produk jasa yang memenuhi harapan dan kebutuhan pasar. Tujuan pemasaran pendidikan adalah (1) menginformasikan kepada masyarakat tentang lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan, (3) membedakan produk pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya, (4) memberikan penilaian lebih pada masyarakat pada produk yang ditawarkan, dan (5) memantapkan keberadaan dan pentingnya lembaga pendidikan di masyarakat.<sup>3</sup>

Definisi pemasaran secara umum menurut Philip Kotler<sup>4</sup> seorang guru pemasaran dunia, adalah sebagai berikut: Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Manajemen pemasaran adalah kegiatan merencanakan, melaksanakan, menganalisis dan mengontrol seluruh

<sup>3</sup>Irwan Fathurrochman et al., "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas," *Jurnal ISEMA Islamic Educational Management* 6, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

<sup>4</sup>Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Soldering & Surface Mount Technology*, 15th ed., vol. 13 (Amerika Serikat: Courier/Kendallville, 2001), <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>.



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

kegiatan dan program, untuk mendapatkan tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sehingga mencapai tujuan organisasi.<sup>5</sup>

Pemasaran sangat mempengaruhi perkembangan jangka panjang lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan perlu menerapkan berbagai strategi untuk memperkenalkan atau mempromosikan lembaga kepada masyarakat dan calon peserta didik. Lembaga pendidikan melakukan kegiatan periklanan dan perencanaan dengan berbagai cara, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menarik calon peserta didik.<sup>6</sup> Mulai dari media cetak, spanduk, brosur, media sosial bahkan *word of mouth* dari orang tua atau masyarakat. Tujuan dari pemasaran adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk, membuat konsumen memilih produk dan mengingatkan konsumen akan kebutuhan produk dalam waktu dekat. Berikut ayat Al-Qur'an yang berhubungan dengan pemasaran terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 2:

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

“Kitab (Al Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa”<sup>7</sup>

Berkaitan dengan ayat ini pakar tafsir Alquran M. Quraish Shihab<sup>8</sup> berkata: Anda dapat berkata bahwa ayat ini “mempromosikan Alquran”. Allah menyatakan sebagai kitab sempurna, Dia menjamin kebenarannya, jaminan yang serupa dengan apa-apa yang oleh pebisnis dinamai dengan *reliability product guarantee* sambil menyebut manfaatnya sebagai petunjuk dan menyebut pula siapa yang dapat memanfaatkannya. Bukankah ini serupa dengan apa yang dilakukan para pebisnis ? atau dapat juga dikatakan bahwa ini adalah pengajaran kepada setiap yang

<sup>5</sup>Philip Kotler, *Marketing Management*, Millenium Edition, 10th ed. (Amerika: Person Custom, 2001), bit.ly/3kxNHhX.

<sup>6</sup>Herni Irmayani and Dessy Wardiah, “Manajemen Strategis Kepala Sekolah Dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik Di SMPIT Ar-Ridho Palembang,” *JMKSP: Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan* 2, no. 1 (2017): 33–45, <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.31851/jmksp.v2i1.1152>. 12.

<sup>7</sup>Q.S. *Al Baqarah/ 2: 2*

<sup>8</sup>M. Quraish Shihab, *Berbisnis Dengan Allah: Tips Jitu Jadi Pebisnis Sukses Dunia-Akhirat* (Jakarta: lentera Hati, 2008), 50.



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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

berminat melakukan jual beli, baik jasa, maupun barang untuk menempuh hal serupa dalam melakukan bisnisnya.

Kepala sekolah merupakan ujung tombak untuk mencapai tujuan sekolah, kualitas pimpinan menentukan arah keberhasilan lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Kepala sekolah harus mampu melaksanakan pendidikan yang efektif dan fungsional dengan mengedepankan dan mengembangkan hubungan kerja yang harmonis antara sekolah dan masyarakat. Hubungan yang harmonis ini dibentuk oleh: (1) saling pengertian antara sekolah, orang tua, masyarakat dan lembaga masyarakat lainnya, termasuk pekerjaan; (2) Sekolah dan masyarakat saling membantu karena mereka mengetahui kegunaan, pentingnya dan arti dari peran bersama; (3) kerjasama yang erat antara sekolah dan berbagai pelaku di masyarakat dan mereka berbagi tanggung jawab atas keberhasilan pendidikan sekolah.<sup>9</sup>

Untuk meningkatkan eksistensi dan citra lembaga pendidikan, pengelola pendidikan harus mampu menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan merupakan langkah menuju reformasi lembaga pendidikan untuk memasarkan produk jasa pendidikan kepada masyarakat dengan menciptakan dan menawarkan inovasi produk jasa yang memenuhi harapan dan kebutuhan pasar. Tujuan pemasaran pendidikan adalah (1) menginformasikan kepada masyarakat tentang lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan, (3) membedakan produk pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya, (4) memberikan penilaian lebih pada masyarakat pada produk yang ditawarkan, dan (5) memantapkan keberadaan dan pentingnya lembaga pendidikan di masyarakat.<sup>10</sup>

<sup>9</sup>Novita Dwi Anggraeni, Yoto Yoto, and Basuki Basuki, "Studi Tentang Peran Serta Orang Tua Dan Dunia Usaha/Industri Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Smk Negeri 1 Singosari," *Jurnal Teknik Mesin* 23, no. 1 (2015): 11–20, <http://journal.um.ac.id/index.php/teknik-mesin/article/view/5356>.

<sup>10</sup>Irwan Fathurrochman et al, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas," *Jurnal ISEMA*



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

Saat ini, pemasaran tidak hanya tentang menawarkan produk atau layanan kepada konsumen, tetapi juga tentang bagaimana produk atau layanan tersebut dapat memberikan kepuasan pelanggan. Melalui penerapan manajemen pemasaran pada lembaga pendidikan, kualitas pendidikan diciptakan dan ditingkatkan sehingga proses pendidikan yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan, yang berujung pada kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari pemasaran jasa pendidikan itu sendiri.<sup>11</sup>

Sekolah swasta dan sekolah negeri dapat mengalami perbedaan bahwa setiap tahun sekolah swasta berusaha menarik minat calon peserta didik dengan program kegiatan yang beragam dan menampilkan program unggulan. Sedangkan sekolah Negeri cenderung menunggu dan menyiapkan kelas dengan kapasitas maksimal karena sudah memiliki banyak peminatnya.<sup>12</sup> Dalam hal ini keberhasilan lembaga pendidikan terletak pada kepala sekolah yang menentukan strategi untuk memajukan lembaga sekolah yang dipimpinnya. Kepala sekolah harus memiliki banyak strategi untuk meraih simpati calon peserta didik agar dapat mencapai jumlah peserta didik yang maksimal.<sup>13</sup>

Hasil observasi sementara di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sebagai salah satu sekolah swasta yang menawarkan pendidikan dengan orientasi Islami. Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut mulai beroperasi pada tahun 2008. Adapun jumlah peserta didik dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

---

*Islamic Educational Management* 6, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

<sup>11</sup>Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan," *Kariman* 4, no. 2 (2018): 99-116, <https://doi.org/https://doi.org/10.52185/kariman.v4i2.43>.

<sup>12</sup>Irmayani and Wardiah, "Manajemen Strategis Kepala Sekolah Dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik Di SMPIT Ar-Ridho Palembang." 12.

<sup>13</sup>Nur Widiyanti Wardaningsih, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMPN 1 Sawoo," *ELECTRONIC THESES Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/19183/>.



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



**Tabel 1.1**

**Jumlah Peserta Didik Baru Tiga Tahun Terakhir**

No	Tahun Ajaran	Jumlah Peserta Didik	Jumlah Target Peserta Didik
1	2019/2020	22	25-30 Siswa
2	2020/2021	21	25-30 Siswa
3	2021/2022	17	25-30 Siswa
Total Jumlah Seluruh Peserta Didik		60	-

Jika melihat jumlah peserta didik dari tiga tahun terakhir, tahun ajaran 2019/2020 peserta didik berjumlah 22 orang, pada tahun ajaran selanjutnya 2020/2021 peserta didik berjumlah 21 orang, dan kemudian tahun ajaran 2021/2022 jumlah peserta didik kian menurun yaitu sebanyak 17 peserta didik saja. Dan total seluruh peserta didik pada saat ini yaitu berjumlah 60 orang. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut hanya mendapatkan sedikit peserta didik dari tahun ke tahun, Jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut cenderung menurun.

Penurunan jumlah peserta didik dapat memiliki dampak negatif yang signifikan baik secara umum maupun khusus terhadap lembaga pendidikan. Secara umum, jika terjadi penurunan jumlah peserta didik secara terus menerus dapat berdampak pada keberlanjutan lembaga pendidikan tersebut, terdapat kemungkinan bahwa lembaga pendidikan tersebut bisa ditutup secara permanen. Kemudian penurunan jumlah peserta didik juga berdampak kepada keuangan lembaga pendidikan. Jika jumlah peserta didik menurun secara drastis, hal ini dapat menyebabkan pengurangan pendapatan biaya pendidikan yang masuk ke lembaga. Dampaknya dapat dirasakan dalam penurunan sumber daya yang tersedia, seperti pengurangan staf pengajar, pemangkasan program, dan fasilitas yang terbatas. Selain itu, penurunan jumlah peserta didik juga

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



dapat berdampak pada kualitas pembelajaran di lembaga tersebut. Dengan jumlah peserta didik yang rendah, interaksi dan keragaman di dalam kelas dapat berkurang, menyebabkan kurangnya diskusi dan perspektif yang beragam. Ini dapat mempengaruhi pengalaman belajar siswa dan kemampuan lembaga pendidikan untuk menyediakan lingkungan yang dinamis dan inspiratif.

Secara khusus, penurunan jumlah peserta didik juga dapat mempengaruhi reputasi dan citra lembaga pendidikan. Jika sebuah lembaga mengalami penurunan drastis dalam jumlah peserta didik, hal ini dapat menimbulkan persepsi negatif dalam masyarakat. Potensi calon peserta didik dan orang tua dapat beranggapan bahwa lembaga tersebut tidak diminati atau tidak memiliki kualitas pendidikan yang baik. Dampaknya dapat berlanjut dalam penurunan minat pendaftaran peserta didik di tahun-tahun berikutnya. Selain itu, penurunan jumlah peserta didik juga dapat mempengaruhi keberagaman sosial dan kultural di lembaga pendidikan. Lingkungan yang kurang beragam dapat membatasi pengalaman dan pemahaman peserta didik tentang budaya dan latar belakang yang berbeda.

Untuk mengatasi dampak negatif dari penurunan jumlah peserta didik, lembaga pendidikan perlu mengadopsi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan menarik minat peserta didik baru. Menurut pengamatan upaya pemasaran yang dilakukan oleh pihak Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan memasang spanduk, dan brosur, sedangkan media sosial belum terkelola dengan baik sehingga cukup sulit untuk sekedar mencari informasi melalui internet. Berdasarkan masalah ini, peneliti berupaya untuk melihat bagaimana sebenarnya manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, sehingga peneliti memberikan judul penelitian sebagai berikut "Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut".



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

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan yang tinggi terhadap banyaknya penawaran jasa lembaga pendidikan.
2. Masih kurangnya pemahaman penyelenggara pendidikan dalam memahami pemasaran pendidikan.
3. Belum ada perencanaan strategi pemasaran yang tersusun secara sistematis di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
4. Tantangan sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
5. Manajemen pemasaran yang telah dilakukan belum memberikan hasil yang optimal.
6. belum menemukan solusi terhadap faktor penghambat dari proses manajemen pemasaran yang telah dilakukan
7. Jumlah peserta didik yang setiap tahunnya cenderung tidak sesuai dengan target yang ditetapkan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ?
3. Bagaimana dampak manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut?

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

#### D. Fokus Penelitian

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada manajemen pemasaran kepala sekolah serta faktor pendukung dan penghambat dan dampak manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya peningkatan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul *Iman Singkut*.

#### E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan yang melandasi penelitian ini untuk:

1. Menganalisis manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
2. Mencari tau faktor penghambat dan pendukung kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
3. Mengetahui dampak manajemen pemasaran yang telah dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Dengan adanya penelitian ini maka sejumlah harapan atas segala hasil penelitian dapat berguna dan berperan penting dalam penambahan wawasan dalam ilmu pengetahuan di dunia pendidikan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Paparan tentang kegunaan yang diharapkan di kemudian hari dari penelitian ini secara detail yaitu:

- a. Pendekatan yang digunakan yaitu untuk mempelajari peran kepala sekolah dalam aspek pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Sebagian besar penelitian tentang kepala sekolah sering berfokus pada peran akademik dan administratif mereka. Namun, penelitian ini membawa perspektif baru dengan menggali lebih dalam tentang kemampuan kepala sekolah 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 Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

memanfaatkan strategi pemasaran untuk mempengaruhi keputusan orang tua dan peserta didik dalam memilih sekolah.

- b. Penelitian ini juga akan memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana kepala sekolah dapat memanfaatkan keahlian manajerial dan kepemimpinan mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini dapat mencakup penggunaan data dan analisis untuk mengidentifikasi pasar potensial, pengembangan rencana pemasaran yang komprehensif, serta pengukuran dan evaluasi hasil dari upaya pemasaran yang dilakukan.
- c. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi kepala sekolah, stakeholder pendidikan, dan peneliti lainnya tentang pentingnya manajemen pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru.
- d. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan praktik terbaik dan rekomendasi kebijakan untuk mendukung peran kepala sekolah dalam mempengaruhi pertumbuhan dan keberhasilan lembaga pendidikan.
- e. Penelitian ini akan berguna sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang, khususnya mengenai manajemen pemasaran.



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



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### LANDASAN TEORI, PENELITIAN YANG RELEVAN DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Manajemen Pemasaran

###### a) Manajemen

Pada *Webster's, News Collegiate Dictionary* menyatakan bahwa manajemen berasal dari kata *to manage*, berasal dari kata Italia "*maneggio*" dari kata "*maneggiare*" yang diambil dari bahasa Latin, dari kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang artinya melakukan. Kata *manager* pada bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja menjadi *to manage*, dengan kata benda *management* dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. *Management* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.<sup>14</sup>

Kata *manage* dalam kamus diartikan sebagai: (1) *to direct and control* (membimbing dan mengontrol atau mengawasi). (2) *to treat with care* (memperlakukan dengan hati-hati). (3) *to carry on business or affair* (mengurus bisnis, atau persoalan). (4) *to achieve one's purpose* (mencapai tujuan tertentu).<sup>15</sup> Arti manajemen dalam kamus tersebut adalah suatu kemampuan atau keterampilan membimbing, mengawasi dan

---

<sup>14</sup>K Komariah, "Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur," *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Kemasyarakatan* 10, no. 2 (2019): 115–36, <http://stidukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/view/27%0Ahttps://stidukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/download/27/15>.

<sup>15</sup>Komariah..



memperlakukan atau mengurus sesuatu dengan seksama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Terry<sup>16</sup> memberikan definisi: “*management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling, performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human beings and other resources*”. Dapat dijelaskan bahwa manajemen adalah proses langsung perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan mengarahkan pekerjaan dengan menggunakan sumber daya dan sumber lain untuk menetapkan dan melaksanakan tujuan atau sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. M. Ngalim Purwanto<sup>17</sup> mengemukakan konsep bahwa manajemen adalah kegiatan mewujudkan tujuan utama yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan para sumber daya manusia. Manajemen adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan kerja sama dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>18</sup>

Dalam pandangan Islam, kepemimpinan diartikan dengan kata *al-tadbir* (pengaturan). Kata ini merupakan turunan dari kata *dabbara* (mengatur) yang banyak terdapat di dalam Al-Qur’an, seperti dalam firman Allah SWT. :Q.S 32:5<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup>George R Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, terj. J. Smith D.F.M (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 73, [https://books.google.co.id/books/about/Prinsip\\_prinsip\\_manajemen.html?id=&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Prinsip_prinsip_manajemen.html?id=&redir_esc=y)

<sup>17</sup>Muhammad Rizki E and Hade Afriansyah, “Administrasi Dan Supervisi Pendidikan,” *Carbohydrate Polymers* 6, no. 1 (2019): 5–10, <https://osf.io/8er4u/download/?format=pdf>.

<sup>18</sup>Idochi Anwar, *Administrasi Pendidikan dan Manajemen Biaya Pendidikan* (Jakarta PT Raja Grafindo Persada, 2003), 228.

<sup>19</sup>Abdul Gofar, “Manajemen Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits),” *Islamic Akademika: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 8, no. 1 (2016): 35–58, <https://bit.ly/3lOlPYS>.

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

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ  
مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.” (As Sajdah/ 5: 32).<sup>20</sup>

Dari isi kandungan ayat di atas jelas bahwa Allah SWT adalah pengatur alam (Al-Mudabbir/Pengelola). Keteraturan alam semesta ini merupakan bukti kebesaran Allah SWT dalam mengatur alam ini. Namun, karena manusia diciptakan Allah SWT menjadi khalifah di muka bumi, maka mereka harus mengatur dan mengelola bumi dengan sebaik-baiknya, sebagaimana Allah mengatur alam semesta ini.

Beberapa definisi manajemen di atas pada dasarnya memiliki titik tolak yang sama, sehingga dapat dipahami sebagai berikut: 1) Manajemen adalah usaha atau tindakan untuk mencapai tujuan melalui suatu proses. 2) Manajemen adalah sistem kerja sama dengan pembagian peran yang jelas. 3) Manajemen melibatkan kontribusi orang, uang, fisik dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien.

#### b) Pemasaran

Berikut pengertian pemasaran menurut *The American Marketing Association* menyebutkan:

*“Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals”.*<sup>21</sup>

<sup>20</sup>Q.S. As Sajdah/ 5: 32

<sup>21</sup>Graham J Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud. *Marketing Strategy and Competitive Positioning*, ed. 7 (London: Prentice Hall, 2008), 7, <http://bit.ly/3WnhuGZ>.

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

Definisi di atas berarti bahwa pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi konsep, harga, promosi dan distribusi berbagai ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu mencapai tujuan individu dan organisasi yang ingin dicapai. Ada juga yang berpendapat bahwa pemasaran pada dasarnya adalah bisnis, seperti yang disebutkan oleh Miller dan Layton<sup>22</sup> pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga proses sosial dimana individu atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan mengembangkan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran tidak hanya diarahkan pada asal barang dalam bahan habis pakai, tetapi juga dirancang untuk jangka panjang, yang berarti kepuasan pelanggan menjadi prioritas.

Kotler<sup>23</sup> menyatakan pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sedangkan menurut Walker dan Larroche, pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia, 2005), 2.

<sup>23</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1. (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 109.

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

kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.<sup>24</sup>

Dari definisi pemasaran menurut para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu proses penukaran produk atau perpindahan hak milik, dalam hal ini adalah pertukaran benda-benda yang bernilai bagi manusia berupa barang dan jasa serta uang untuk kelangsungan hidupnya.

### c) Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran merupakan penggabungan dari dua istilah yaitu manajemen dan pemasaran.<sup>25</sup> Menurut Kotler<sup>26</sup> manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi). Menurut Munir<sup>27</sup> manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan

---

<sup>24</sup>Walker Boyd, dan Larreche. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, (Jakarta: Erlangga 2000), 17.

<sup>25</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2007), 137.

<sup>26</sup>Kotler. *Manajemen Pemasaran*, 10.

<sup>27</sup>M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik," *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 17, <http://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/intizam/article/view/1/8>. 81.



dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa pendidikan.

Berdasarkan uraian pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program pemasaran) secara efektif dan efisien, guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan harus dikelola dengan sebaik-baiknya dan manajer pemasaran harus memainkan peranan penting dalam perencanaan.

## 2. Konsep Dasar Pemasaran Menurut Islam

Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai suatu cara yang direncanakan oleh produsen untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pengembangan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki dengan menggunakan program atau kegiatan untuk melayani pasar.<sup>28</sup> Ada pula yang mengartikan pemasaran adalah suatu proses manajerial dalam rangka memperoleh tujuan yang ditetapkan melalui pertukaran secara imbal balik suatu produk dan nilai dengan orang lain.<sup>29</sup> Definisi lainnya, pemasaran merupakan suatu proses berkelanjutan yang dimulai dari perencanaan, menerapkan konsep, menentukan harga, membuat promosi, dan mendistribusikan sejumlah ide, barang, serta jasa untuk menciptakan

<sup>28</sup>Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi, 2012, h. 28.

<sup>29</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Principles of Marketing), Jilid 1, Jakarta: PT Prenhallindo, 1997, h. 6



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

pertukaran nilai yang mampu memenuhi target pencapaian tujuan dan sasaran yang diinginkan.<sup>30</sup>

Merujuk pada pendefinisian di atas, maka pemasaran hakikatnya mengandung ragam kegiatan mulai dari membuat konsep dan ide kemudian menuangkannya menjadi suatu produk atau jasa yang ditawarkan, menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut, melakukan penyebaran informasi terkait keunggulan produk atau jasa, hingga pendistribusian produk atau jasa sehingga tersedia bagi konsumen pada jumlah, mutu, dan waktu yang tepat.

#### a. Etika pemasaran perspektif Al-Qur'an bersikap lemah lembut

Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun. Pertama, promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Allah berfirman dalam Q.S. al-Nahl [16]: 125 yang berbunyi:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”<sup>31</sup>

Dalam kaitannya dengan persoalan bisnis, Nabi Muhammad SAW menegaskan bahwa Allah SAW

<sup>30</sup>Charles W. Lamb dkk, *Pemasaran (Marketing)*, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 6.

<sup>31</sup>Q.S. al-Nahl/16: 125

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

memberikan rahmat kepada seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis sebagaimana hadits riwayat Bukhari dan Tirmidzi.<sup>32</sup> Sikap ramah dan toleran dalam berbisnis, sebagaimana diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, memiliki kaitan langsung dengan pemasaran pendidikan. Dalam konteks pemasaran pendidikan, sikap ini mendorong hubungan yang baik dengan siswa, orang tua, dan mitra pendidikan. Pelayanan pelanggan yang ramah, toleransi terhadap beragam kebutuhan pendidikan, serta menjaga integritas dan reputasi institusi pendidikan adalah elemen-elemen penting dalam strategi pemasaran pendidikan yang berhasil. Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab, sebagaimana sabda beliau:

“Allah berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan atau ketika menuntut hak (menagih).”(HR. Bukhari).<sup>33</sup>

Seorang marketer yang baik harus memiliki kemampuan bertutur sapa dengan lemah lembut. Sebagaimana praktik yang dicontohkan Nabi Muhammad Saw dalam mendakwahkan ajaran Islam. Dalam rangka mengemban tugasnya, Nabi Muhammad Saw. Merupakan sosok yang penuh kasih sayang seperti yang dijelaskan dalam surat al-Taubah [9]: 128 sebagai berikut:

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ  
بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢٨﴾

<sup>32</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 190.

<sup>33</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),219.

“Sungguh telah datang kepadamu seorang rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, amat belas kasihan lagi penyayang terhadap orang-orang mukmin.”<sup>34</sup>

Berdasarkan ayat di atas, seorang *marketer* yang memiliki sikap ramah dan lemah lembut akan menimbulkan rasa simpati dan kepercayaan dari para konsumen. Selain itu, akan muncul kepuasan pada diri konsumen bukan hanya karena kualitas produk yang bagus tetapi juga disebabkan oleh kenyamanan mereka ketika bertransaksi dengan marketer. Kedua, pemasaran dilaksanakan secara sopan santun. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. AlQur’an memberikan batasan kepada umat Islam untuk berlaku sopan kehidupan sehari sekalipun kepada orang-orang yang kurang cerdas (*sufaha*).<sup>35</sup> Berdasarkan hal ini, seorang *marketer* harus berpegang pada sifat sopan santun.

#### **b. Profesional dalam promosi**

Pemasaran yang profesional dalam al-Qur’an harus memenuhi beberapa unsur di antaranya: Pertama, sikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur *gharar* atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan *kebathilan*, baik dalam menerangkan spesifikasi produk dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika

---

<sup>34</sup>Q.S al-Taubah/9: 128

<sup>35</sup>Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta:Pustaka al-Kautsar, 2001), 109-110.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran.<sup>36</sup> Rasulullah Saw memberikan pedoman bahwa pedagang yang jujur dan dapat dipercaya merupakan golongan yang masuk surga bersama Nabi, orang-orang yang membenarkan risalah Nabi (*shiddiqin*) dan para *syuhada'* (orang yang mati syahid). Al-Qur'an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, tulus, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya.

Prinsip kejujuran yang diajarkan oleh Rasulullah SAW sangat relevan dalam pemasaran pendidikan. Kejujuran dalam promosi program, pelayanan pelanggan, dan menjaga reputasi adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan integritas dalam industri pendidikan. Institusi pendidikan yang mengedepankan kejujuran cenderung lebih diminati oleh calon peserta didik dan orang tua serta mempertahankan hubungan yang kuat dengan masyarakat. Sebagaimana dalam surat Al-Isra' [17]: 35 Allah berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزَنُوتُمْ بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”<sup>37</sup>

Abu Ja'far al-Thabari menjelaskan ayat di atas bahwa Allah menetapkan agar apabila kalian menakar untuk manusia, maka sempurnakanlah hak mereka sebelum kalian, dan janganlah merugikan mereka. Wa zinu bi al-qistasi al-mustaqim maksudnya adalah Allah memerintahkan agar kalian menimbang dengan timbangan yang lurus, yaitu adil, tidak bengkok, tidak berat sebelah, dan tidak ada unsur

<sup>36</sup>Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing...*107-109.

<sup>37</sup>Q.S Al-Isra'/17:35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

penipuan.<sup>38</sup> Selanjutnya penyempurnaan takaran dan timbangan oleh ayat di atas dinyatakan baik dan lebih bagus akibatnya. Ini karena penyempurnaan takaran/timbangan, melahirkan rasa aman, ketentraman dan kesejahteraan hidup bermasyarakat. Kesemuanya dapat tercapai melalui keharmonisan hubungan antara anggota masyarakat, yang antara lain bila masing-masing memberi apa yang berlebih dari kebutuhannya dan menerima yang seimbang dengan haknya.<sup>39</sup> Ringkasnya adalah bahwa marketer harus berbuat adil dalam berpromosi sehingga dia tidak akan mengecewakan nasabah kelak di kemudian hari. Dalam berpromosi ia tidak hanya menawarkan produk yang bersifat transaksional semata tetapi hendaknya memberikan kepuasan kepada nasabah dengan kemurahan hati dan jauh dari transaksi yang merugikan.

Manusia dituntut untuk menegakkan keadilan walau terhadap keluarga, ibu bapak dan dirinya, bahkan terhadap musuh sekalipun. Keadilan yang pertama dituntut adalah dari diri dan terhadap diri sendiri dengan jalan meletakkan syahwat dan amarah sebagai tawanan yang harus mengikuti perintah akal dan agama, bukan menjadikannya tuan yang mengarahkan akal dan tuntunan agamanya. Karena jika demikian, ia tidak berlaku adil, yakni tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya yang wajar.<sup>40</sup>

### c. Transparan dalam pemasaran

Dalam teori pemasaran perspektif Al-Qur'an, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara bathil, realistis, dan bertanggungjawab. *Pertama*, suatu bisnis

<sup>38</sup>Abu Ja'far Muhammad bin Jarir ath-Thabari, *Tafsir Ath-Thabari*, Juz. 16, 672.

<sup>39</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah*, Juz.7. 470.

<sup>40</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah*, Juz.7. 327- 328.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dilarang oleh syariat Islam jika di dalamnya mengandung unsur tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. Ketidakadilan berakar pada semua tindakan dan perilaku bisnis yang tidak dikehendaki. Maka semua ajaran yang ada di dalam Al-Qur'an berupaya menjaga hak-hak individu dan menjaga solidaritas sosial, untuk mengenalkan nilai moralitas yang tinggi dalam dunia bisnis dan untuk menerapkan hukum Allah dalam dunia bisnis.<sup>41</sup> Islam juga melarang adanya praktik monopoli karena merupakan cara persaingan yang tidak fair. Sebagaimana hadits Rasulullah SAW riwayat Muslim dan Ibnu Hibban. Motif monopoli adalah untuk memperoleh penguasaan pasar dengan mencegah pelaku lain untuk menyainginya dengan berbagai cara, sering kali dengan cara-cara yang tidak terpuji. Tujuan monopoli adalah untuk menaikkan harga agar pengusaha tersebut mendapat keuntungan yang sangat besar.<sup>42</sup>

Pemasaran pendidikan yang berkualitas harus selalu memegang teguh prinsip-prinsip integritas, keadilan, dan etika, sebagaimana ditekankan dalam pandangan Islam. Integritas dalam pemasaran pendidikan berarti memberikan informasi yang akurat dan jujur kepada calon siswa dan orang tua, tanpa menggunakan cara-cara yang menyesatkan atau tidak etis. Keadilan juga menjadi landasan penting dalam bisnis pendidikan, dengan memastikan bahwa program-program pendidikan yang ditawarkan adalah halal dan tidak merampas hak atau kekayaan individu lain. Selain itu, pentingnya masyarakat dalam pandangan Islam menggarisbawahi perlunya institusi pendidikan

<sup>41</sup>Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam...*125- 126.

<sup>42</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah...*22-23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

memberdayakan masyarakat melalui program-program pendidikan yang relevan dan bermanfaat. Terakhir, pandangan Islam yang menentang monopoli mendorong penciptaan persaingan yang sehat di antara institusi pendidikan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas pendidikan yang ditawarkan kepada siswa. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, pemasaran pendidikan dapat menjadi instrumen yang kuat untuk meningkatkan pendidikan yang berkualitas dan menjaga integritas dalam dunia pendidikan. Larangan menggunakan cara-cara bathil disebutkan dalam Al-Qur'an:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>43</sup>

M. Quraish Shihab dalam tafsirnya menjelaskan bahwa melalui Allah mengingatkan kepada orang-orang yang beriman untuk tidak memakan atau memperoleh harta yang menjadi sarana kehidupan mereka dengan jalan yang batil atau tidak sesuai dengan tuntunan syariat. Tetapi hendaklah kamu peroleh harta itu dengan jalan perniagaan yang berdasarkan prinsip kerelaan di antara kamu, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama. Ayat di atas menekankan juga keharusan mengindahkan peraturan-peraturan yang ditetapkan atau persyaratan yang disepakati bersama selama

<sup>43</sup>Q.S An-Nisa/4:29

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

tidak menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal.<sup>44</sup>

*Kedua*, realistis merupakan salah satu unsur etika pemasaran yang terdapat dalam al-Qur'an. Prinsip pemasaran tidak bersifat eksklusif, fanatik, anti modernitas, dan kaku. Selain itu, pemasaran bersifat fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluesan hukum Islam. Seorang marketer adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan professional dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya. Seorang marketer diharapkan memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah SWT. dan dicontohkan oleh Nabi SAW. untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain. Dengan kata lain bahwa syariah marketing berusaha tegar, *istiqamah*, dan menjadi cahaya penerang di tengah-tengah kegelapan dunia bisnis sekarang ini, dengan tetap bergaul, *bersilaturahmi*, melakukan transaksi bisnis di tengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis.<sup>45</sup>

Dalam konteks pemasaran pendidikan, realisme menjadi kunci untuk mengembangkan strategi yang relevan dengan pasar yang heterogen dan beragam. Institusi pendidikan perlu memahami bahwa pendekatan yang fleksibel diperlukan untuk mencapai berbagai kelompok pelanggan. Selain itu, prinsip

<sup>44</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* Juz.2... 411- 413.

<sup>45</sup>Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing...*35-38.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

etika dalam pemasaran, yang mencakup penampilan yang bersih, kesalehan, nilai-nilai religius, dan moralitas, juga sangat penting dalam konteks pemasaran pendidikan. Institusi pendidikan harus mempromosikan pemasaran yang jujur dan moral, karena integritas adalah elemen utama dalam membangun kepercayaan dalam dunia pendidikan. Pentingnya bersikap bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudara dari umat lain juga memiliki kaitan dengan pemasaran pendidikan. Institusi pendidikan seringkali memiliki siswa dari berbagai latar belakang budaya dan agama, dan sikap yang inklusif dan menghormati perbedaan adalah penting dalam menjaga hubungan positif dengan seluruh komunitas pendidikan.

*Ketiga*, dalam berpromosi harus bertanggung jawab karena apapun yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban baik di dunia maupun nanti di akhirat. Di antara contoh promosi yang tidak bertanggung jawab adalah sebagai berikut: memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, *kedzaliman*, serta dapat menimbulkan permusuhan dan percekocokan. Dalam bisnis modern, paling tidak kita menyaksikan cara-cara tidak terpuji yang dilakukan sebagian pebisnis dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam. Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut: a. penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif. Bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawarkan banyak pembeli atau seorang artis yang memberikan testimony keunggulan suatu produk, padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya, b. iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Berbagai iklan yang muncul di media televisi atau



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

dipajang di media cetak, media indoor maupun outdoor, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu, eksploitasi wanita. Produk-produk seperti kosmetika, perawatan tubuh maupun produk lainnya sering kali melakukan eksploitasi tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik, atau dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga stand pameran produk dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka.<sup>46</sup>

Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip pemasaran dalam al-Qur'an karena pemasaran menurut al-Qur'an harus dilakukan secara bertanggung jawab sebagaimana penjelasan ayat berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَقِظُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ<sup>٤٦</sup> وَاتَّقُوا اللَّهَ  
إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>47</sup>

### 3. Fungsi Manajemen Pemasaran

Manajemen berkontribusi dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang kondusif, mengelola sumber daya dengan efisien, dan mencapai tujuan pendidikan yang ditetapkan. Dengan manajemen yang baik, lembaga pendidikan dapat memberikan pendidikan yang berkualitas dan mendukung perkembangan peserta didik secara optimal. Proses manajemen pemasaran meliputi kegiatan utama manajer

<sup>46</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*...25-26.

<sup>47</sup>Q.S Al-Hasyr/59:18

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

yaitu: (POAC) *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (pengawasan).<sup>48</sup>

#### a) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah sebuah proses utama ketika hendak melakukan pekerjaan baik dalam bentuk pemikiran maupun kerangka kerja sehingga tujuan yang ingin dicapai memberikan hasil yang optimal. Perencanaan merupakan salah satu fungsi awal dari aktivitas manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Anderson<sup>49</sup> mendefinisikan perencanaan adalah pandangan masa depan dan menciptakan kerangka kerja untuk mengarahkan tindakan seseorang di masa depan.

Menurut F. E. Kast dan Jim Rosenzweig,<sup>50</sup> perencanaan adalah kegiatan yang terintegrasi yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan usaha-usaha sebagai suatu sistem sesuai dengan tujuan organisasi. Fungsi perencanaan antara lain untuk menentukan arah dan strategi serta titik awal kegiatan agar dapat membimbing dan memperoleh ukuran yang dipergunakan dalam pengawasan guna menghindari pemborosan waktu dan faktor produksi lainnya.

Mengenai pentingnya suatu perencanaan, Al-Qur'an dan Hadits memuat beberapa konsep yang berkaitan dengan tugas perencanaan. Adapun ayat Al-Qur'an yang

<sup>48</sup>Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, 73.

<sup>49</sup>Syafarudin dan Irwan Nasution, *Manajemen Pembelajaran* (Jakarta: Quantum Teaching, 2005), 77, <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/2424>.

<sup>50</sup>Inu Kencana Syafii, *Sistem Pemerintah Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 36. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=663939>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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

berkaitan dengan tugas perencanaan antara lain: Surat Al Hasyr ayat 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ<sup>ط</sup> وَاتَّقُوا اللَّهَ<sup>ح</sup> إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al Hasyr ayat 18).<sup>51</sup>

Perencanaan yang baik akan dicapai dengan mempertimbangkan kondisi masa depan dimana rencana dan tindakan yang disepakati akan dilaksanakan, serta periode perencanaan saat ini. Perencanaan merupakan aspek penting dari manajemen. Kebutuhan akan perencanaan ini didasarkan pada kenyataan bahwa manusia dapat mengubah masa depan sesuai dengan kehendaknya. Manusia tidak boleh menyerah pada keadaan dan masa depan yang tidak pasti. Masa depan adalah hasil dari keadaan masa lampau, keadaan sekarang dan upaya-upaya yang dilakukan. Jadi dasar perencanaan adalah kemampuan manusia untuk secara sadar memilih alternatif masa depan yang diinginkan kemudian mengarahkan usahanya ke masa depan yang dipilihnya, dalam hal ini manajemen yang akan diterapkan seperti apa, sehingga dengan dasar itulah suatu rencana akan terwujud.<sup>52</sup>

<sup>51</sup>Q.S. Al Hasyr/ 59: 18

<sup>52</sup>Gofar, “Manajemen Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits).” 115-136.

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

## b) Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah proses mengatur, mengalokasikan dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya diantara anggota organisasi. Stoner<sup>53</sup> menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah proses mempekerjakan dua orang atau lebih yang bekerja sama secara terorganisir untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

Menurut Terry<sup>54</sup>, organisasi adalah kegiatan manajerial dasar yang dilakukan untuk mengelola semua sumber daya yang diperlukan, termasuk faktor manusia, agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses. Dalam sistem kerjasama sub-departemen atau kegiatan yang termasuk dalam lingkup kegiatan yang termasuk dalam lingkup kegiatan yang dilakukan. Sistem ini harus senantiasa memiliki karakteristik sebagai berikut: (a) Ada komunikasi antara orang-orang yang bekerja sama. (b) Individu dalam organisasi memiliki kemampuan untuk bekerja sama. (c) Kerjasama ditujukan untuk mencapai tujuan.<sup>55</sup>

Ajaran Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir, dengan rapi, proses pengorganisasian yang menekankan pentingnya menciptakan kesatuan dalam semua tindakan untuk mencapai tujuan, sebenarnya dicontohkan dalam Al-Quran. Firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 103 mengatakan:

---

<sup>53</sup>Komariah, "Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur." 14.

<sup>54</sup>Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, 67.

<sup>55</sup>Nanang fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2008), 36,  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=669948>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٠٣﴾

“Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk ” (Q.S. Ali Imran ayat 103).<sup>56</sup> Al-Qur’an juga memberikan petunjuk supaya dalam

suatu wadah, tempat, persaudaraan, ikatan, organisasi, kelompok, janganlah timbul pertentangan, perselisihan yang mengakibatkan hancurnya kesatuan, runtuhnya mekanisme kepemimpinan yang telah dibina. Firman Allah :

وَاطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ ۗ وَاصْبِرُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿٤٦﴾

“Dan taatilah Allah dan RasulNya, janganlah kamu berbantah-bantahan yang menyebabkan kamu menjadi gentar, hilang kekuatanmu, dan bersabarlah, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al Anfal: 46)<sup>57</sup>

Dalam sebuah organisasi tentu ada pemimpin dan bawahan. Sementara itu, pengorganisasian dalam kaitannya dengan pendidikan Islam, yaitu: Pengorganisasian dalam pendidikan Islam adalah proses

<sup>56</sup>Q.S. Ali Imran/ 3: 103

<sup>57</sup>Q.S. Al Anfal/ 8: 46

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

pendefinisian struktur, operasi, interaksi, koordinasi, desain struktural, otoritas dan amanat secara transparan dan jelas dengan lembaga pendidikan Islam yang bersifat individu, kelompok, maupun lembaga. Sebuah organisasi dalam manajemen pendidikan Islam dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuannya jika konsisten dengan prinsip-prinsip yang mendesain perjalanan organisasi yaitu kebebasan, keadilan, dan musyawarah. Jika semua prinsip ini diterapkan secara konsisten dalam proses pengelolaan lembaga pendidikan Islam hal tersebut akan sangat membantu bagi para manajer pendidikan Islam.<sup>58</sup>

### c) Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan adalah upaya untuk menciptakan suasana kerjasama di antara pegawai pelaksana program sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien.<sup>59</sup> Pelaksanaan terkait erat dengan fungsi manajemen lainnya. Fungsi pelaksanaan dalam istilah lainnya yaitu *motivating* (membangkitkan motivasi), *directing* (memberikan arahan), *influencing* (mempengaruhi) dan *commanding* (memberikan komando atau perintah).<sup>60</sup>

Pelaksanaan kerja tentunya merupakan hal yang paling penting dalam fungsi manajemen, karena merupakan pelaksanaan berbagai kegiatan agar seluruh anggota kelompok dari atas sampai bawah berusaha

<sup>58</sup>Abdillah Mundir, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah," *Malia Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 27–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.369>. 34.

<sup>59</sup>Ibnu Syamsi, *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen* (Jakarta: Bina Aksara, 1998), 96, <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=2722>.

<sup>60</sup>Siagan Sondang, *Fungsi-fungsi manajemen* (Jakarta: bumi aksara 2012), 36, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=569936>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mencapai tujuan organisasi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan semula dengan cara terbaik dan benar. Berkat realisasi kegiatan tersebut, maka proses ini juga memberikan motivating untuk memberikan penggerak dan kesadaran terhadap pekerjaan, yaitu menuju tujuan yang ingin dicapai, disertai memberikan motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga membangkitkan keinginan untuk bekerja dengan tekun dan baik.

Menurut Hadari Nawawi<sup>61</sup> bimbingan berarti memelihara, menjaga dan menunjukkan organisasi melalui setiap personal, baik secara struktural maupun fungsional, agar setiap kegiatan tidak terlepas dari usaha mencapai tujuan. Adapun kegiatan bimbingan dapat berbentuk sebagai berikut: a) Memberi dan menjelaskan perintah. b) Memberikan petunjuk untuk melaksanakan kegiatan. c) Memberikan kesempatan meningkatkan pengetahuan, keterampilan atau kecakapan dan keahlian agar lebih efektif dalam melaksanakan berbagai kegiatan organisasi. d) Memberikan kesempatan ikut serta memberikan tenaga dan ide untuk memajukan organisasi berdasarkan inisiatif dan kreativitas masing-masing. e). Memberikan koreksi agar setiap orang melakukan tugasnya secara efektif dan efisien.

#### **d) Pengawasan (*controlling*)**

Pengawasan adalah salah satu fungsi dalam manajemen untuk memastikan bahwa pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam rencana. Pengawasan atau pengendalian adalah

---

<sup>61</sup>Hadari nawawi, *Administrasi Pendidikan* (Jakarta : PT Gunung Agung. 1983), 36, <https://buku.yunandracenter.com/kategori/buku-digital>.

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

proses untuk memastikan bahwa aktivitas yang dilaksanakan sudah sesuai dengan yang direncanakan. Proses verifikasi dapat mencakup beberapa bagian, yaitu: 1) Menerapkan standar kinerja. 2) Mengukur kinerja. 3) Perbandingan kinerja dengan standar yang ditetapkan. 4) Mengambil tindakan korektif ketika ditemukan penyimpangan.<sup>62</sup>

Mengenai fungsi pengawasan, Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ اللَّهُ حَفِيظٌ عَلَيْهِمْ وَمَا أَنْتَ عَلَيْهِمْ  
بِوَكِيلٍ ﴿٦﴾

“Dan orang-orang yang mengambil pelindung-pelindung selain Allah, Allah mengawasi (perbuatan) mereka; dan kamu (ya Muhammad) bukanlah orang yang disertai mengawasi mereka.” (Q.S Asy Syura: 6).<sup>63</sup>

Contoh pengawasan dari fungsi manajemen dapat dijumpai dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari sebagai berikut: Al Bukhari Muslim meriwayatkan dari Ibnu Abbas, ia berkata: “Suatu malam aku menginap di rumah bibiku, Maimunah. Setelah beberapa saat malam lewat, Nabi bangun untuk menunaikan shalat. Beliau melakukan wudhu` ringan sekali (dengan air yang sedikit) dan kemudian shalat. Maka, aku bangun dan berwudhu seperti wudhu Beliau. Aku menghampiri Beliau dan berdiri di sebelah kirinya. Beliau memutarku ke arah sebelah

<sup>62</sup>Komariah, “Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur.” 96.

<sup>63</sup>Q.S. Asy Syura/ 42: 6



kanannya dan meneruskan sholatnya sesuai yang dikehendaki Allah...”<sup>64</sup>

Dari peristiwa di atas dapat ditemukan upaya pengawasan Nabi Muhammad Saw terhadap Ibnu Abbas yang melakukan kesalahan karena berdiri di sisi kiri Beliau saat menjadi makmum dalam shalat bersama Beliau. Karena seorang makmum harus berada di sebelah kanan imam, jika ia sendirian bersama imam. Beliau *Shallallahu 'alaihi wa sallam* tidak membiarkan kekeliruan Ibnu Abbas dengan dalih umurnya yang masih dini, namun beliau *Shallallahu 'alaihi wasallam* tetap mengoreksinya dengan mengalihkan posisinya ke kanan beliau *Shallallahu 'alaihi wa sallam*. Dalam melakukan pengawasan, beliau langsung memberi arahan dan bimbingan yang benar.

Fungsi manajemen terhadap pendidikan Islam sangat penting, sebagaimana fungsi manajemen pendidikan pada umumnya, fungsi manajemen pendidikan Islam menyoasar lembaga pendidikan Islam yang dikelola secara Islami untuk mencapai tujuan pendidikan Islam secara efektif dan efisien. Para pakar berbeda-beda dalam merumuskan proses manajemen, tetapi pada prinsipnya ada beberapa kesamaan yang meliputi empat fungsi manajemen yang harus diperhatikan, yaitu perencanaan pendidikan Islam, pengorganisasian pendidikan Islam, pelaksanaan pendidikan Islam, dan pengawasan pendidikan Islam. Dengan memperhatikan keempat fungsi manajemen

---

<sup>64</sup> Gofar, “Manajemen Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits).” 115-136.

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

pendidikan tersebut, diharapkan mampu meningkatkan mutu pendidikan Islam secara keseluruhan.<sup>65</sup>

#### 4. Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi dalam pemasaran didefinisikan sebagai alat fundamental yang ditujukan untuk mencapai tujuan bisnis dengan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui masuk pasar dan program pemasaran yang melayani target pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran dapat diartikan sebagai rencana yang disiapkan secara sistematis untuk kegiatan pemasaran yang bertindak sebagai panduan dalam implementasi variabel pemasaran seperti identifikasi pasar, segmentasi pasar, penentuan posisi pasar, dan elemen bauran pemasaran.<sup>66</sup>

Secara sederhana, strategi pemasaran dapat diartikan sebagai rancangan desain, pelaksanaan dan pengendalian yang ditujukan untuk mempengaruhi pertukaran untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam lembaga sekolah atau madrasah, pemasaran diartikan sebagai pengelolaan sistematis pertukaran nilai yang sengaja dilaksanakan untuk memajukan misi madrasah atau sekolah berdasarkan pemenuhan kebutuhan nyata masyarakat sosial.<sup>67</sup> Dari sini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan merupakan aktivitas sosial individu ataupun kelompok, dimana terjadi pertukaran yang saling menguntungkan dan

---

<sup>65</sup>Besse Ruhaya, "Fungsi Manajemen Terhadap Pendidikan Islam," *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 1 (2021): 125–32, <https://doi.org/10.31943/jurnal-risalah.v7i1.174>.

<sup>66</sup>Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Madaniyah* 7, no. 2 (2017): 261–83, <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>.

<sup>67</sup>Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/madrasah* (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2012), 98, [https://books.google.co.id/books/about/Manajemen\\_Pendidikan\\_Aplikasinya\\_dalam\\_P.html?id=X9YvDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pendidikan_Aplikasinya_dalam_P.html?id=X9YvDwAAQBAJ&redir_esc=y)

tercapainya tujuan bersama. Dalam pemasaran Islami, bisnis dilandasi keikhlasan hanya untuk mengejar *keridhaan* Allah SWT, bukan keuntungan. Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29 Allah berfirman:

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

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa'4: 29).<sup>68</sup>

Implementasi strategi pemasaran dimaksudkan sebagai proses pengembangan dan pemeliharaan kesesuaian strategis antara tujuan dan kemampuan lembaga, serta perubahan peluang pemasaran. Strategi pemasaran mencakup tindakan untuk mengembangkan misi yang jelas, mendukung tujuan lembaga, strategi yang logis, dan implementasi yang tepat.<sup>69</sup> Di balik keberhasilan proses pemasaran terdapat unsur-unsur yang mendukung keberhasilan proses pemasaran. Pemasaran mencakup tiga unsur utama, yaitu (1) segmentasi pasar, yaitu identifikasi dan pembentukan kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah, (2) *targeting*, yaitu pemilihan satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki (3) *Positioning*, yaitu menentukan posisi pasar dengan tujuan membangun keunggulan, bersaing produk di pasar agar dikenal dan diingat di benak konsumen.<sup>70</sup> Ketiga unsur utama tersebut merupakan

<sup>68</sup>QS. An-Nisa/ 4: 29

<sup>69</sup>Kuni Fathonah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen", Tesis (Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2016), 22.

<sup>70</sup>Kuni Fathonah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan," 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

prasyarat mutlak yang harus dipenuhi dalam setiap konsep pemasaran dalam dimensi apapun untuk memfokuskan *direct marketing* pada posisi yang strategis untuk keuntungan yang optimal dengan modal produktif yang minimal.

Willem Mantja<sup>71</sup> menjelaskan bahwa fungsi pemasaran pendidikan atau sekolah menyangkut suatu teknik atau strategi pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan teknik pemasaran yang tidak mencapai target jumlah peserta didik yang diinginkan. Daya saing atau kemampuan berkompetisi menentukan kelangsungan hidup suatu lembaga. Institusi pendidikan yang tidak kompetitif akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Daya saing ditentukan oleh pembelajaran yang berkualitas<sup>72</sup> Selain itu, tentunya perlu untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat luas. Kemampuan manajer dalam memahami pemasaran pendidikan merupakan prasyarat untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.<sup>73</sup>

Imam Faizin<sup>74</sup> menyatakan pemasaran pendidikan merupakan langkah reformasi lembaga pendidikan agar produk jasa pendidikan dapat dipasarkan kepada masyarakat dengan mengembangkan dan memberikan inovasi produk yang sesuai dengan harapan dan tuntutan pasar. Tujuan pemasaran pendidikan adalah (1)

---

<sup>71</sup>M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik," *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 17, <http://ejournalstaida-krempyang.ac.id/index.php/intizam/article/view/1/8>.

<sup>72</sup>Maskub Abrori, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda," *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)* 3, no. 2 (2015): 227–45, <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.

<sup>73</sup>Abrori. 43.

<sup>74</sup>Faizin, Strategi Pemasaran, 65.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menginformasikan kepada masyarakat tentang lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat masyarakat terhadap produk lembaga pendidikan, (3) membedakan produk pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya, (4) memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan (5) memantapkan keberadaan dan pentingnya lembaga pendidikan di masyarakat.

Memasarkan ke lembaga pendidikan (khususnya sekolah) adalah suatu keharusan diperlukan karena:

- 1) sebagai organisasi *non profit* yang bergerak di bidang jasa pendidikan harus meyakinkan masyarakat dan “pelanggan pendidikan” (siswa, orang tua dan pemangku kepentingan lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih eksis.
- 2) Mampu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa jasa pendidikan yang kita berikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 3) Perlu melakukan upaya pemasaran agar jenis jasa pendidikan yang diberikan dikenal dan dipahami oleh masyarakat khususnya “pelanggan”.
- 4) Agar keberadaan lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditolak oleh masyarakat luas dan calon “pelanggan”. Oleh karena itu kegiatan pemasaran bukan hanya kegiatan komersial untuk memastikan lembaga pendidikan yang dikelola menarik siswa, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab (*responsibility*) kepada masyarakat luas (*audience*) akan layanan jasa pendidikan yang telah, sedang dan akan kita lakukan.<sup>75</sup>

Tahapan strategis pemasaran pendidikan sebagai berikut:

<sup>75</sup>David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), 42.

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

## 1) Identifikasi Pasar

Tahapan pertama dalam pemasaran madrasah adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Langkah ini merupakan upaya yang dilakukan madrasah untuk memahami perilaku konsumen atau pelanggan. Karena madrasah adalah merupakan lembaga pendidikan, maka konsumen atau pelanggan dari madrasah adalah calon peserta didik, orang tua wali peserta didik, dan masyarakat lainnya yang membutuhkan jasa pendidikan yang disediakan oleh madrasah atau akan disediakan oleh madrasah yang berupa layanan jasa pendidikan.

## 2) *Segmenting* (Segmentasi Pasar)

*Segmenting* atau segmentasi pasar adalah pengelompokan target konsumen potensial. Segmentasi merupakan usaha pemisahan pasar potensial untuk kelompok-kelompok pembeli tertentu dan atau menurut jenis produk tertentu dan berkolaborasi dengan kombinasi bauran pemasaran yang cocok.<sup>76</sup> Pasar terdiri dari banyak pembeli dengan perbedaan pendapatan, sikap, keinginan, dan perilaku membelinya. Perbedaan-perbedaan ini disebabkan oleh adanya kebutuhan dan keinginan yang unik, sehingga setiap konsumen adalah pasar tersendiri.

Segmentasi pasar tumbuh dari pemahaman, secara umum, bahwa organisasi tidak dapat memproduksi semua barang bagi semua orang. Teknik yang berguna untuk menstrukturkan pasar adalah segmentasi pasar.<sup>77</sup> Segmen pasar merupakan pemecahan atau penyusunan calon pembeli ke sejumlah kelompok. Tiap kelompok ini

<sup>76</sup>Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Yogyakarta: CAPS, 2013), 18.

<sup>77</sup>Roger A. Kerin dan Robert A. Peterson, *Pemasaran Strategis, Kasus dan Komentar, Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Indeks, 2015), 67.

dikenal dengan istilah segmen pasar. Setiap segmen dianggap memiliki ciri dan karakteristik yang sejenis jika dikaitkan dengan perilaku pembelian, yang pada akhirnya tercermin ke tanggapannya atas program-program pemasaran. Intinya segmentasi pasar adalah salah satu strategi untuk dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan atau konsumen, baik segmentasi dari segi kelas sosial ekonomi pelanggan, jenis kelamin, usia, atau segmentasi dari segi kemanfaatan dan keuntungan bagi produk atau jasa yang dibuat yang akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Tugas pemasar dalam aktivitas pemasaran adalah mengidentifikasi segmen dan memutuskan segmen mana yang akan dibidik. Pemasar harus terlebih dahulu membuat pasar menjadi lebih homogen dalam kelompok tertentu yang lebih spesifik, menentukan berapa segmen pasarnya, berapa alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melayani segmen pasar yang diinginkan tersebut.

Setelah melakukan segmentasi pasar, maka sangatlah perlu untuk memilih pasar tertentu yang menjadi fokus upaya pemasaran. Pembidikan pasar (market targeting) adalah spesifikasi sejumlah segmen pasar yang diambil oleh organisasi. Langkah setelah ini adalah manajer menetapkan pembidikan pasar, dan memutuskan strategi mana yang akan digunakan.<sup>78</sup> Target yang tepat dan alokasi biaya yang cukup adalah hal yang penting untuk mencapai kesuksesan pemasaran. Proses

---

<sup>78</sup> Kerin dan Peterson, *Pemasaran Strategis*, 71.

- 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

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

penetapan target dan penggarapan harus formal dan sistematis, bukan hanya sekedar formalitas.<sup>79</sup>

### 3) Targeting

*Targeting* adalah kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Targeting ini bertujuan untuk mempermudah mencapai segmen yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen.<sup>80</sup> Ketika menghadapi beberapa konsumen atau kelompok segmen, baik yang lama maupun yang baru, perusahaan harus mempertimbangkan segmen mana yang dipilih, dikembangkan, dan segmen mana saja yang harus ditinggalkan. Penentuan target pasar ini digunakan sebagai dasar penentuan tujuan dan pengembangan strategi positioning.<sup>81</sup>

*Targeting* meliputi: konsumen, nilai, volume, saluran distribusi, dan target media komunikasi.<sup>82</sup> Konsumen adalah setiap orang yang memakai atau mengonsumsi produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan, baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun untuk diperdagangkan.<sup>83</sup> Targeting dalam hal ini disusun untuk menentukan siapa target konsumen yang akan menjadi sasaran, berapa nilai yang akan dicapai, berapa besar jumlah atau volume yang akan diraih perusahaan.

Dalam konteks lembaga pendidikan, langkah penentuan target konsumen atau calon siswa, terlebih

<sup>79</sup>Terence A. Shimp, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 164.

<sup>80</sup>FI. Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2014), 33.

<sup>81</sup>Ali Hasan, *Marketing dan*, 367.

<sup>82</sup>Wijayanti, *Marketing Plan*, 35

<sup>83</sup>John Afifi, *101 Problem Solving of Masalah Pemasaran Produk*, (Yogyakarta: Laksana, 2014), 38.



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

dahulu harus mengetahui dengan benar siapa konsumen sesungguhnya dan berapa besar konsumen atau calon siswa yang akan dimasuki, apa saja produk-produk pesaing yang sudah ada dan berapa besar produk pesaing telah dapat meraih pasar. Konsumen atau calon siswa dalam hal ini perlu dianalisis untuk mengetahui kemampuan lembaga agar bisa menjangkau pasar termasuk pengetahuan tentang letak demografis konsumen, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Upaya ini dimaksudkan agar lembaga lebih mudah dalam membuat produk layanan pendidikan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.

*Targeting* nilai dibuat dengan maksud agar lembaga mendapat sumber dana bagi pembiayaan pendidikan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Berdasarkan target calon siswa yang akan diraih, lembaga harus mampu menentukan target sumber dana dalam bentuk nominal yang diperlukan untuk menghitung investasi dan biaya-biaya pendidikan lainnya. Adapun target saluran distribusi bisa berbentuk apa saja yang dapat digunakan agar produk jasa pendidikan bisa sampai kepada masyarakat dan mencapai target pemasaran dengan baik.

Target media komunikasi merupakan salah satu cara lembaga untuk menyampaikan atau memberitahukan produk-produk lembaga kepada target-target sasaran baik target konsumen maupun target saluran distribusi. Penentuan target media komunikasi sangat diperlukan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi yang digunakan untuk mengukur berapa biaya yang diinvestasikan untuk dapat mencapai target calon siswa, target jumlah, dan target saluran distribusi.

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

Target media atau saluran komunikasi misalnya madrasah pada tahun memilih media cetak atau koran untuk dijadikan media promosi utama selain media-media yang lain, melakukan analisa dan kesimpulan tentang efektivitas dan efisiensi koran bagi promosi madrasah. Pada saat yang lain madrasah memilih media lain sehingga dapat dilakukan perbandingan tentang efektivitas media untuk kemudian dapat dipilih media mana yang paling mungkin menghasilkan input siswa yang lebih baik dalam arti jumlah maupun kualitas.

#### 4) *Positioning*

*Positioning* adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen, agar produk, merek, nama atau bisnis yang dibuat mengandung arti tertentu. *Positioning* merupakan salah satu strategi komunikasi yang bersifat dinamis dan berhubungan dengan event marketing dan atribut-atribut produk.<sup>84</sup> *Positioning* juga merupakan upaya untuk membentuk citra sebuah produk muncul dalam kaitannya dengan produk lain di pasar atau diposisikan terhadap merek bersaing dalam peta persepsi konsumen. *Positioning* adalah upaya mendesain penawaran dan citra perusahaan sehingga penawaran tersebut memiliki nilai dan mendapat tempat di benak konsumen bila dibandingkan dengan penawaran pesaing.<sup>85</sup> semakin tinggi penerapan kecerdasan emosional dan spiritual serta budaya kerja maka semakin tinggi pula penguatan karakter siswa.<sup>86</sup> Dalam istilah lain

<sup>84</sup>Wijayanti, *Marketing Plan*, 41.

<sup>85</sup>Kerin dan Peterson, *Pemasaran Strategis*, 147.

<sup>86</sup>Kemas Imron Rosadi, "The effect of emotional intelligence, spiritual intelligence, and school culture on strengthening senior high school student's character in Jambi Province", *Cogent Social Sciences*,(2023): 1-15, <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2194564>

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

positioning merupakan tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas dibandingkan dengan para pesaing di dalam benak pelanggan targetnya.<sup>87</sup> Positioning merupakan upaya menciptakan produk menjadi berbeda dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing atau kompetitor atau untuk lebih memperjelas keunggulan produk untuk menarik pembeli. Strategi *positioning* dilakukan untuk menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan target, sehingga terbentuk citra merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing. Oleh karena itu strategi positioning harus: 1) dapat menunjukkan bagaimana product mix (bauran produk) akan ditempatkan di dalam pasar target, 2) strategi positioning berisi kombinasi kegiatan marketing mix yang digunakan untuk mewujudkan konsep *positioning* di benak pembeli, yang komponennya terdiri atas strategi produk, strategi distribusi, harga, promosi, serta 3) pengembangan *positioning* harus sejalan dengan keputusan inti produk pemasaran yang menyangkut penetapan dan alokasi sumber daya pada aspek marketing mix, serta efektivitas penggunaan sumber daya pada masing-masing aspek.<sup>88</sup>

## 5. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Strategy*) mempunyai peran yang

<sup>87</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Jilid 1*, 375.

<sup>88</sup>Ali Hasan, *Marketing dan*, 400.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

sangat penting dalam memasarkan sebuah produk maupun jasa khususnya dalam lembaga pendidikan. Sedangkan menurut Agustina Shinta<sup>89</sup> *Marketing mix* maupun bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran praktis yang dapat dikendalikan dan yang dipadukan oleh tim akan menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu produk, harga, tempat maupun saluran distribusi, dan promosi, sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang, fasilitas fisik, dan proses, sehingga dikenal dengan istilah 7P.<sup>90</sup> Berikut ini bauran pemasaran yang efektif:

#### a) **Product (Produk)**

Menurut Agustina Shinta<sup>91</sup> Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata maupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. Maka produk bukan hanya sesuatu yang berbentuk barang saja, melainkan sesuatu yang tidak berbentuk seperti pelayanan jasa dan termasuk produk. Menurut Afidatun<sup>92</sup> Khasanah dalam konteks jasa pendidikan, produk merupakan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan merupakan yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu

---

<sup>89</sup>Agustina Shinta, *Manajemen pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 76.

<sup>90</sup>Kotler, P & Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 62.

<sup>91</sup>Agustina Shinta, *Manajemen pemasaran*, 76.

<sup>92</sup>Afidatun Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Batu raden, *Jurnal El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2, 2015. 166.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sedangkan kompetensi lulusan adalah yang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Dalam dunia pendidikan, produk merupakan hal mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi masyarakat. Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bermaksud untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas. Sebab, konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu, apalagi harganya mahal. Misal, disamping produk bidang akademik, produsen harus bisa membuat produk layanan pendidikan lebih bervariasi seperti kegiatan olahraga, kesenian, dan keagamaan, untuk menambah kualitas pendidikan. Suatu komoditi yang hendak diproduksi haruslah mempertimbangkan alasan sosial kemanusiaan, yakni selain dibutuhkan oleh masyarakat dan manfaat positifnya yang akan didapat produksinya suatu komoditas tersebut. Dalam lingkungan pendidikan, produk jasa yang dapat ditawarkan merupakan jasa layanan akademik seperti kurikulum maupun ekstra kurikulum. selain itu, penawaran melalui prestasi yang telah diraih juga merupakan faktor pendukung dalam meraih persaingan antar sekolah.<sup>93</sup>

#### **b) Price (Harga)**

Harga merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam marketing mix. Penentuan harga jual produk jasa yang ditawarkan merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah. Harga bisa dianalogikan

---

<sup>93</sup>Faizin, Strategi Pemasaran, 267.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah manfaat yang setimpal terhadap biaya yang dikeluarkan. Menurut Afidatun Khasanah<sup>94</sup>, Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga dalam konteks jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium, dan lain-lain.

Strategi harga yang terjangkau akan semua kalangan dapat berdampak 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 tidak murah. Namun, apabila sekolah berkualitas dengan harga relatif murah tentu akan menjadi pertimbangan dalam memilih lembaga pendidikan.

### c) *Place* (Tempat)

Menurut Lupiyoadi<sup>95</sup> lokasi mempunyai arti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas juga melakukan operasi maupun kegiatannya. Menurut Afidatun Khasanah<sup>96</sup>, lokasi dalam konteks jasa pendidikan merupakan lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon

<sup>94</sup>Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan, 166.

<sup>95</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 96.

<sup>96</sup>Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan, 166-167.

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

pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri. Lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum, cukup berperan sebagai pertimbangan bagi calon siswa. Demikian pula para siswa menyatakan bahwa lokasi turut menentukan pilihan mereka. Mereka menyenangi lokasi di kota dan yang mudah dicapai kendaraan umum, maupun ada fasilitas alat transportasi dari lembaga maupun bus umum yang disediakan oleh pemerintah daerah.

#### **d) *Promotion (Promosi)***

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan meyakinkan kepada calon konsumen tentang barang dan jasa.<sup>97</sup> Dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan pada umumnya ada empat kegiatan yang bisa dilakukan, yaitu:

##### 1) *Periklanan (Advertensi)*

Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan sejumlah biaya seperti iklan melalui media massa, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster dan sebagainya. Periklanan dilakukan untuk memasarkan produk baru, memasuki semua pasar yang baru maupun tidak dijangkau oleh salesman maupun personal selling. Periklanan sering dilakukan melalui surat kabar, majalah, TV, radio, pos langsung maupun bahkan melalui biro periklanan.

##### 2) *Personal Selling*

---

<sup>97</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 179.

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

Personal selling merupakan kegiatan promosi yang dilakukan antara individu yang sering bertemu muka dan ditunjukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai maupun mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

### 3) Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah contoh barang dan sebagainya.

### 4) Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media massa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Biasanya lembaga yang dipublisitaskan tidak mengeluarkan biaya sedikitpun tetapi bisa merugikan kalau lembaga yang dipublisitaskan diberitakan kejelekannya.<sup>98</sup>

Karena promosi merupakan sarana paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Maka promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Sebaik apapun suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin kalau produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka tidak akan pernah membeli. Menurut Afidatun Khasanah<sup>99</sup>, promosi dalam jasa pendidikan merupakan kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di pasaran yang berhubungan langsung dengan

<sup>98</sup>Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), 94-95.

<sup>99</sup>Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 167.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

masyarakat. Promosi bermaksud untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara advertising melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan juga investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat.

Adapun program yang sering diliput merupakan ketika even-even tertentu, seperti ketika mendapat prestasi maupun penghargaan dari pemerintah dan lain-lain. Demikian juga promosi bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni yang senantiasa ikut mempromosikan kepada masyarakat. Hal ini sangat memberikan dampak yang sangat signifikan karena masyarakat lebih percaya dengan kesaksian orang-orang yang pernah terlibat di dalamnya.

#### **e) *People* (Orang)**

Orang dalam konteks pendidikan merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa pendidikan seperti tata usaha, kepala sekolah, guru dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada siswa dalam lembaga sekolah. Untuk mewujudkan sumber daya manusia di lingkungan sekolah yang profesional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional. Disamping itu, perlu terus meningkatkan kompetensi guru dengan memberikan kesempatan juga beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikannya. Peningkatan melalui seminar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dan pelatihan juga terus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru. Hal lain yang dipertimbangkan, guru juga harus ramah.<sup>100</sup>

#### f) **Physical evidence (Bukti fisik)**

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Terdapat dua macam bukti fisik yakni, pertama merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain juga tata letak gedung seperti desain kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga, dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti rapor, catatan siswa, dan lain-lain.<sup>101</sup>

#### g) **Process (Proses)**

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

### 6. **Faktor Penghambat Pemasaran**

- a) Tidak memiliki tim khusus untuk promosi.
- b) Masalah penjualan, seperti kemampuan daya bersaing yang lemah, lokasi usaha yang kurang strategis dan lain-lain.

<sup>100</sup>Faizin, Strategi Pemasaran, 267.

<sup>101</sup>Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan, 167.

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

- c) Sekolah belum memiliki konsep yang sistematis dalam hal pemasaran jasa pendidikan.
- d) Tidak ada data evaluasi sebagai bahan perbaikan dalam menyusun strategi tahun berikutnya.
- e) Tidak mampu membaca pasar juga membuat tidak laku di pasaran karena tidak sesuai dengan selera konsumen, tidak menjangkau daya beli masyarakat, dan sebagainya.
- f) Strategi pemasaran jasa pendidikan seringkali dianggap tidak penting.<sup>102</sup>

## 7. Faktor Pendukung Pemasaran

Faktor pendukung pemasaran khususnya dalam produk jasa yaitu berupa jasa pendukung pada produk jasa ini meliputi pelayanan pelanggan atau customer service sebelum dan sesudah terjadinya jasa tersebut. Dalam era sekarang banyak perusahaan baik itu produk maupun jasa menggunakan jasa pendukung ini sebagai alat utama dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Jasa pendukung ini harus dikemas sedemikian rupa sehingga menyenangkan dan memuaskan pelanggan, namun tetap memperhatikan laba bagi perusahaan. Berikut beberapa faktor pendukung pemasaran menurut Kotler<sup>103</sup>:

### a) Kemajuan dalam teknologi

Semakin mudahnya perusahaan mengelola sistemnya dengan menggunakan peralatan yang berteknologi modern maka perusahaan lebih banyak mendapatkan keuntungan dalam kecepatan memproduksi, akurasi yang menunjang dari segi kualitas produk yang dihasilkan.

### b) Perubahan dalam kebutuhan konsumen

58. <sup>102</sup>Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 57-

<sup>103</sup>Kotler and Lane Keller, *Marketing Management*.434

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

Konsumen semakin dihadapkan dengan segala hal yang mudah dan instan, maka semakin dituntut pula sebuah perusahaan untuk segera menunjukkan segala macam strategi pada produk mereka agar mampu mengambil alih perhatian pasar.

c) Hidup produk yang sangat pendek

Dikarenakan kemajuan teknologi dan faktor permintaan konsumen yang semakin variatif jelas disini akan menyebabkan umur produk akan cepat bermetamorfosis. Jika tidak maka produk tersebut dengan sendirinya akan segera hilang dari pasaran yang tentunya akan berakibat buruk pada branding image perusahaan itu sendiri.

d) Meningkatnya persaingan pasar internasional.

Persaingan semakin banyak maka penjual akan semakin kesulitan untuk mendapatkan pelanggan. Prinsip itu tentunya telah berlaku jika telah menurunkan faktor-faktor tersebut diatas. Satu-satunya jalan adalah mereka harus segera menciptakan model atau trend pasar yang sangat berbeda dari yang sudah ada.

Berikut faktor pendukung pemasaran pendidikan menurut Eka Prihatin<sup>104</sup>

- a. Memiliki perhatian yang lebih besar terhadap pelanggan dan karyawan, pemilik lembaga pendidikan sebaiknya memiliki lebih banyak kontak langsung dengan pelanggan dan karyawan agar usahanya lebih dapat memberikan respon lebih cepat terhadap perubahan.
- b. Kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi, serta memiliki segmen yang jelas.

---

<sup>104</sup>Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, 57-58.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- c. Tersedianya dana ketika keuangan tersedia untuk memungkinkan bauran promosi, maka sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan mempunyai kesempatan untuk mencoba mengoptimalkan tingkat promosinya melalui berbagai iklan.
- d. Teknologi, dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan dapat membantu mempromosikan lembaga dengan lebih efektif dan efisien serta mampu menciptakan yang lebih modern dan berteknologi tinggi.

### 8. Peserta Didik

Pengertian siswa atau peserta didik menurut ketentuan umum undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional<sup>105</sup> adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu. Dengan demikian peserta didik adalah orang yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depan. Oemar Hamalik<sup>106</sup> mendefinisikan peserta didik sebagai suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan Nasional. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, bisa dikatakan bahwa peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik

---

<sup>105</sup>Republik Indonesia, Undang-undang Republik Indonesia No 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen & Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang sisdiknas (Bandung: Permana, 2006), 65.

<sup>106</sup>Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, Manajemen Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2009), 205.

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

serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya.

## B. Penelitian Studi Relevan

Untuk menunjang topik yang dibahas, peneliti mencoba menelusuri berbagai literatur dan penelitian terdahulu (*past research*) yang masih berkaitan atau relevan dengan permasalahan penelitian saat ini. Selain dalam penelitian ilmiah plagiarisme atau penyalinan lengkap hasil tulisan orang lain harus ditolak. Oleh karena itu, untuk mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian ilmiah, perlu membiasakan diri dengan studi primer yang relevan. Tujuannya adalah untuk mendefinisikan penelitian, posisi penelitian dan mengembangkan konsep pemikiran penelitian sebagai pendukung teori.

Berdasarkan hasil eksplorasi, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Meskipun ada beberapa kontroversi mengenai topik ini, penelitian ini masih sangat berbeda dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya tersebut antara lain:

1. Penelitian pada jurnal yang dilakukan oleh Irwan Fathurrochman<sup>107</sup> dan kawan-kawan berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Masirawas” Tahun 2021. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dilakukan di Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin. Penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi dan mengkonfirmasi informasi yang dikumpulkan dari pengamatan lingkaran dekat. Kemudian tahap wawancara dilakukan secara online karena adanya pandemi Covid-19 yang meresahkan banyak pihak maka dilakukan wawancara secara online untuk memutus mata

---

<sup>107</sup> Fathurrochman et al, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas.”

rantai penularan Covid-19. Hasil kajiannya menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah di lembaga pendidikan Islam saat ini menghadapi banyak tantangan. Pemasaran jasa pendidikan merupakan strategi untuk meningkatkan nilai jual madrasah yang merupakan bagian penting dari mutu dan kemajuan jenjang pendidikan lembaga pendidikan Islam. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi madrasah meningkatkan nilai jual madrasah dan bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan diterapkan untuk meningkatkan nilai jual madrasah Sholihin Aliyah Riyadu. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu, sama-sama membahas strategi pemasaran dalam pendidikan, namun terdapat perbedaan yaitu lokasi penelitian.

2. Aditia Fradito<sup>108</sup> dan kawan-kawannya melakukan penelitian pada tahun 2020 dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah” menyatakan bahwa layanan pendidikan di SD Islam Surya Buana mengutamakan upaya pemenuhan harapan dan kepuasan pelanggan. Pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra dilakukan oleh sekolah dengan berbagai strategi; Strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, strategi pembiayaan. Namun, strategi yang efektif di SD Islam Surya Buana adalah menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun profil yang memuaskan dari mulut ke mulut. Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap citra SDI Surya Buana adalah; a). Loyalitas yang tinggi kepada pelanggan yang menggunakan jasa pendidikan. b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat, c). Adanya dukungan masyarakat, d). Menjalin kerjasama yang efektif antara

---

<sup>108</sup>C

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

sekolah dan orang tua siswa. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan citra. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Terdapat kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas dan meneliti tentang pemasaran pendidikan, perbedaannya terletak pada tujuannya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Aditya Fradito dan kawan-kawan yaitu untuk meningkatkan citra SD Islam Surya Buana dan juga terfokus pada strategi pemasaran, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

3. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 ini dilakukan oleh Syahrial Labaso<sup>109</sup> pada jurnal yang berjudul penerapan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan, pada lembaga pendidikan Islam. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya upaya untuk menciptakan lembaga pendidikan Islam yang berkualitas, sehingga mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Pemasaran jasa pendidikan, dimaksudkan untuk menciptakan kondisi pemasaran yang kondusif dan stabil, sehingga memberikan dampak yang positif bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut, (baik pihak madrasah selaku produsen, maupun masyarakat sebagai konsumen). Berdasarkan hasil penelitian, yang dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Yogyakarta,

---

<sup>109</sup>Syahrial Labaso, "Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta," *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 289–311, <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.



terbukti bahwa lembaga pendidikan Islam dapat pula menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan. Strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta, dilaksanakan melalui penerapan teori Marketing Mix (produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses) dengan memanfaatkan kompetensi keunggulannya, sebagai lembaga pendidikan Islam yang cenderung moderat, sehingga dapat menjadikan komunitas muslim baik berlatar belakang tradisional maupun modern, sebagai segmentasi pemasaran jasa pendidikannya. Persamaan penelitian ini yaitu membahas pemasaran lembaga pendidikan, dan perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Syahrial Labaso ini berfokus pada penerapan atau implementasi strategi pemasaran yang dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Yogyakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis itu berfokus pada manajemen pemasaran yang digunakan kepala sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

4. Pada jurnal yang ditulis oleh Devi Mulyana<sup>110</sup> Sari dan teman-temannya yang berjudul “Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Masa Pandemic Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Smp Muhammadiyah Kota Bogor” pada tahun 2021, menyatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran pendidikan di masa pandemic covid-19 dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah Kota Bogor (1) untuk mengetahui peningkatan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah Kota Bogor

---

<sup>110</sup>Devi Mulyana Sari, “Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Masa Pandemic Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di SMP Muhammadiyah Kota Bogor”, *Cendikia Muda Islam Jurnal Ilmiah*, Vol 1, No2 (2021): 353-366, <http://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/cendikia/article/view/2196/964>

(2) untuk mengetahui faktor-faktor penghambat (3) untuk mengetahui solusi mengatasi faktor-faktor penghambat. Penelitian ini dilakukan di SMP Muhammadiyah Kota Bogor yang beralamat di Jalan Pahlawan Gang Raden Saleh No.55, Empang, Kec. Kota Bogor Selatan, Kota Bogor Prov. Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantaranya: (1) strategi manajemen pemasaran pendidikan di masa pandemic covid-19 dalam meningkatkan jumlah siswa, bahwa pihak sekolah menggunakan strategi pemasaran dengan melibatkan nama besar organisasi Muhammadiyah sebagai sebuah umpan dalam menarik minat masyarakat luas terhadap SMP Muhammadiyah Kota Bogor. (2) untuk mengetahui peningkatan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah Kota Bogor, pihak sekolah kesulitan dalam meningkatkan jumlah peserta didik karena sulitnya melakukan pemasaran di dalam keadaan pandemic saat ini. (3) faktor penghambat, yaitu pihak sekolah tidak dapat langsung menjangkau sekolah-sekolah yang masih dalam keadaan zona merah dikarenakan terhalang oleh adanya aturan PSBB. (4) solusinya yaitu, pihak sekolah akan melakukan perbaikan dari segi strategi pemasaran ataupun pelayanan serta lebih meningkatkan lagi kualitas pendidikan serta keunggulan yang dimiliki sekolah SMP Muhammadiyah Kota Bogor dan akan terus menggali potensi peserta didik dan guru memulai prestasi akademik maupun non akademik. Dapat disimpulkan strategi manajemen pemasaran pendidikan di masa pandemic covid-19 dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah Kota Bogor, sudah maksimal. Terdapat perbedaan penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu dimana penelitian ini dilakukan pada saat kondisi Covid 19, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis dilaksanakan pada saat kondisi sudah normal. Kemudian juga terdapat perbedaan pada tahun penelitian dan juga lokasi penelitian. Sedangkan kesamaan penelitian ini terletak pada manajemen pemasaran.

5. Tesis yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan (Studi Kasus MTs Negeri 2 Bandar Lampung)” penelitian ini dilakukan oleh G.A Famela<sup>111</sup> pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan karena MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki banyak siswa di tengah persaingan pendidikan. Analisis bauran pemasaran (marketing mix) dipilih karena unsur 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur program pemasaran yang harus diperhatikan agar target sasaran tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data berupa dokumen dan hasil wawancara. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan kepala sekolah, kepala program, dan perwakilan kurikulum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran di MTs Negeri 2 sangat baik. Yaitu: 1) Produsen, MTs Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan produk berupa kategori perangkat lunak yaitu: Kategori Reguler, Kategori Khusus dan Kategori Premium. 2) Harga, harga yang dikutip MTs Negeri 2 Bandar Lampung adalah Rp. 200,00 per bulan, Kelas Khusus

---

<sup>111</sup> G. A. Famela, “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan (Studi Kasus Di MTs Negeri 2 Bandar Lampung)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), <http://repository.radenintan.ac.id/7394/1/Tesis.pdf>.

Rp. 120.000 per bulan gratis untuk kelas reguler 3) Lokasi, MTs Negeri 2 Bandar Lampung Berada di tempat yang sangat strategis karena mudah dijangkau oleh masyarakat, serta memiliki akses yang mudah baik ke sekolah negeri maupun swasta. Keamanan lokasi sekolah dan lingkungannya sangat baik, aman dan nyaman.4) Promosi (Promosi), promosi yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung melalui brosur, surat kabar, *website*, *facebook* dan promosi secara tidak langsung oleh masyarakat. 5) Staf pengajar dan kualifikasi akademik staf pengajar: Dari 92 guru, 23 orang bergelar magister, 65 orang bergelar sarjana, 1 orang guru bergelar D3, dan 2 orang guru berijazah SMA. 6) Bukti fisik, sarana dan prasarana di MTs Negeri 2 Bandar Lampung sudah memadai dan mendukung proses belajar mengajar 7) Proses di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahap pertama adalah seleksi penerimaan siswa yaitu seleksi calon mahasiswa melalui seleksi rapor mahasiswa dan mata kuliah reguler, Ini adalah proses seleksi melalui ujian tertulis dan lisan. Proses belajar mengajar berjalan efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang tertata rapi, instruktur yang kompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketiga kepala sekolah, alumni, kepala sekolah, atau alumni sesuai harapan sekolah, adalah siswa yang berprestasi, mengembangkan bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai-nilai agama. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang pemasaran namun perbedaannya penelitian ini terletak pada lembaga pendidikan tingkatan Tsanawiyah sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dilakukan pada tingkat Aliyah.

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



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

6. Afnina<sup>112</sup> dalam tesisnya yang berjudul pengaruh “Strategi Bauran Promosi Terhadap Sikap Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Menjadi Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa” menyatakan bahwa salah satu kebijakan pokok pembangunan pendidikan nasional adalah dengan adanya pemerataan dan perluasan akses pendidikan. kebijakan tersebut adalah salah satu upaya agar setiap orang atau masyarakat memiliki kemampuan intelektual atau bahkan kondisi fisik dapat merasakan kesempatan yang sama dalam menempuh pendidikan. selain itu, kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing bangsa dengan memberikan kesempatan belajar bagi setiap orang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi bauran promosi, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian tesis objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa, sedangkan pada penelitian peneliti yang digunakan adalah siswa.
7. Tesis Al Barokah<sup>113</sup> ini berjudul “Strategi Marketing Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan” Studi Kasus di Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo, pada tahun 2022. Adapun hasil penelitian Al Barokah Menyatakan jumlah santri yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sementara fakta di lapangan ditemukan terjadi kesenjangan dari kualitas layanan pendidikan yang rendah dalam hal kualitas

---

<sup>112</sup>Afnina. “Strategi Bauran Promosi terhadap Sikap Konsumen dalam Mengambil Keputusan Menjadi Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa”, *Tesis* (Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2011).

<sup>113</sup>Al Barokah, “Strategi Marketing Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan” *Tesis* (Jambi: Sekolah Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022).

lingkungan fisik maka peneliti mengungkapkan bahwa: 1) strategi marketing yang digunakan di pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin yaitu *holistik marketing Kotler* dengan penerapan nilai pada keteladanan sifat Rasulullah *shallallahu alaihi wasallam*. 2) upaya pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam meningkatkan mutu pelayanan pendidikan yaitu a) memiliki grand design yang menjadi dasar dalam pengembangan arah pendidikannya. b) menggunakan pendekatan analisis SWOT sehingga terbentuk strategi proyeksi dan strategi proteksi. c) menyelenggarakan program-program unggulan yang saling bersinergi dengan unit lembaga pendidikan di bawahnya. 3) hasil strategi marketing pondok pesantren Raudhatul Mujawwidin dalam peningkatan mutu layanan pendidikan ditemukan fakta bahwa: a) mayoritas stakeholder merasa puas dengan hasil kualitas pendidikan yang ditawarkan, alumninya diterima di universitas, pondok pesantren dan aktif berkiprah di lingkungan masyarakat. b) terciptanya image yang baik, selain lewat media Raudhatul Mujawwidin dikenal juga dari mulut ke mulut, terlebih ada 48 lembaga binaan dan juga pengiriman santri ke daerah setiap tahun dalam program bakti sosial kemasyarakatan. Kesamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama penelitian kualitatif dan sama membahas tentang marketing, namun terdapat perbedaan marketing yang diteliti berfokus pada lembaga sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada manajemen pemasaran kepala sekolah, kemudian juga terdapat perbedaan lokasi dan waktu penelitian.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

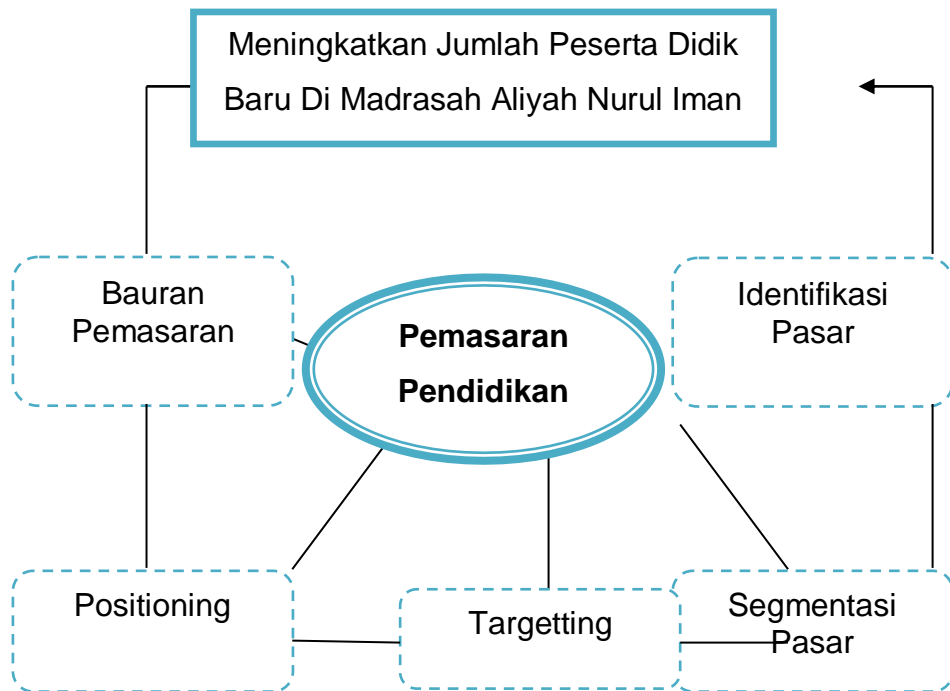
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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

diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>114</sup> Agar tidak terjadi kekeliruan dan salah pengertian, maka terlebih dahulu penulis menetapkan kerangka pikir. Adapun kerangka pemikiran untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dapat dilihat indikator dan gambar berikut:

**Gambar 2.1**

Kerangka Pemikiran Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut



<sup>114</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta cv, 2012), 363.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dimaksudkan mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, Sikap, keyakinan, persepsi, pemikiran individu atau kelompok.<sup>115</sup> Pendekatan tersebut menjadi dasar penelitian ini, yang melihat manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

Penelitian ini merupakan penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam lingkungan dan konteks natural. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang mencoba memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.<sup>116</sup> Tujuan utama dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami fenomena atau fenomena sosial dengan cara menjelaskannya dalam bentuk gambaran yang jelas tentang fenomena dan fenomena sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata, yang pada akhirnya mengarah pada sebuah teori.

#### B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian

##### 1. Situasi Sosial

Dalam penelitian kualitatif, istilah populasi dan sampel tidak digunakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi oleh *spradley* dinamakan “*Social Situation*” atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen: tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*), yang bertindak secara sinergis.<sup>117</sup> Peneliti akan menggambarkan data terkait situasi dan profil dari lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dan orang-orang yang terlibat di dalamnya. Untuk

<sup>115</sup>Masrukin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 1.

<sup>116</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 13.

<sup>117</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 209-210.



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

melengkapi gambaran situasi sosial dalam penelitian ini, akan digambarkan secara umum aktivitas dalam lembaga tersebut.

Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut merupakan sekolah yang bernafaskan Islam, lingkungan dan masyarakat sekitar memiliki kultur Islami yang baik hal ini dapat dilihat dari lingkungan di sekitar sekolah yang terdapat pondok pesantren, tempat mengaji sore dan malam, masjid yang mengumandangkan adzan lima kali dalam sehari. Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut masih terletak dalam satu area dengan Madrasah Tsanawiyah Mubtadi'ien Singkut dan bahkan memiliki satu yayasan yang sama. Peneliti menjadikan Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sebagai tempat penelitian yang beralamat di Rt.14 Dusun III Desa Siliwangi, Kec. Singkut, Kab. Sarolangun, sebagai objek kajian karena terdapat fenomena-fenomena yang sesuai dengan fokus penelitian.

## 2. Subjek Penelitian

Setelah diadakannya suatu pertimbangan maka peneliti memilih informan antara lain sebagai berikut: a) Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut selaku pimpinan tertinggi di lembaga tersebut. b) Guru. c) Wali murid. d) Siswa yang berada pada Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

Dalam pemilihan subjek dilandaskan pada teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni saat pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang akan diperlukan. Dalam pengertian lingkup kecil teknik ini dilakukan secara langsung dengan memperhatikan berbagai kualifikasi seperti sifat sampel tersebut, karakteristik, ciri, kriteria dan lain sebagainya.<sup>118</sup>

Subjek utama adalah Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Sebagai sumber informasi tentang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut .

<sup>118</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Rosda Karya, 2017), 5.

## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yaitu data verbal bukan numerik.<sup>119</sup> Data kualitatif penelitian ini, yaitu gambaran umum tentang subjek penelitian, meliputi: Sejarah singkat pendirian, letak geografis objek, visi dan misi, struktur organisasi, keadaan guru, keadaan siswa, kondisi sarana dan prasarana, serta pengelolaan manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

### 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian diperoleh. Sumber data penelitian ini disebut responden, artinya orang yang menjawab pertanyaan atau menjawab pertanyaan baik tertulis maupun lisan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan data sekunder. Menurut sumbernya, data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:<sup>120</sup>

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>121</sup> Perolehan data ini, bersifat langsung atau wawancara dengan kepala Madrasah, guru, wali murid dan peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Alasan peneliti memilih narasumber tersebut adalah karena menurut peneliti para narasumber tersebut mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang peneliti kaji nantinya.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti

<sup>119</sup>Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake sarasin, 1996), 2.

<sup>120</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 91.

<sup>121</sup>Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987), 93.

dari subjek penelitiannya. Data jenis ini biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia di tempat penelitian. Data ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer, biasanya berbentuk buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.<sup>122</sup>

Adapun sumber sekunder dalam penelitian ini adalah data-data tentang profil madrasah dan data yang berkaitan tentang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penelitian yang paling strategis karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan informasi. Dalam penelitian kualitatif, kedudukan peneliti merupakan unsur atau alat penelitian yang utama. Oleh karena itu, dalam teknik pengumpulan data penelitian, peneliti biasanya aktif mengunjungi subjek penelitian. Siapa yang akan menjadi subjek penelitian dan dalam kondisi apa pengumpulan data dilakukan juga harus menjadi pemikiran peneliti.<sup>123</sup> Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan tiga hal dalam pengumpulan data yaitu observasi, *Interview*, dan dokumentasi. Berikut ini adalah penjelasannya:

##### 1. Observasi

Observasi atau studi lapangan adalah pengamatan tentang orang di habitatnya. Oleh karena itu, peneliti harus cermat dan hati-hati dalam melakukan observasi agar tidak ada informasi yang hilang atau terlewatkan. Observasi atau pengamatan dapat bersifat partisipatif (*participatory observation*) atau non partisipatif (*non participatory observation*). Dalam observasi partisipatif, pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, sedangkan dalam observasi non-

<sup>122</sup>Abdul Manab, *Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Kali media, 2015), 202.

<sup>123</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 308.

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

partisipatif, pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan melainkan hanya bertindak sebagai pengamat kegiatan.

Objek penelitian dalam kualitatif yang di observasi menurut Spradley<sup>124</sup> dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen, yaitu: a) *Place*, atau tempat dimana interaksi dalam situasi sosial sedang berlangsung. b) *Actor*, pelaku atau orang-orang yang sedang memainkan peran tertentu. c) *Activity* atau kegiatan yang dilakukan oleh aktor dalam situasi sosial yang sedang berlangsung.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menggunakan metode observasi non partisipatif untuk mengetahui secara langsung manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

## 2. **Interview atau wawancara**

Metode *interview* adalah metode pengumpulan data dengan cara mengajukan tanya jawab dengan subjek penelitian tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian. Seperti yang diyakini Sutrisno Hadi<sup>125</sup>, kegiatan tanya jawab (wawancara) harus dikerjakan secara sistematis dan berorientasi pada tujuan penelitian. Berdasarkan ulasan tersebut, peneliti menggunakan metode *interview* terstruktur atau terpimpin, kegiatan *interview* dimana semua pertanyaan yang akan diajukan untuk narasumber sudah disiapkan.

*Interview* ini dilakukan untuk mendapatkan data langsung mengenai manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Informan kunci dalam wawancara ini adalah kepala madrasah yang memiliki kebijakan tertinggi di madrasah, wakil kepala kesiswaan yang memegang kendali terhadap pelaksanaan penerimaan peserta didik baru dan informan sampingan dalam wawancara ini terdiri dari siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

<sup>124</sup>Masrukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, 99.

<sup>125</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 316.



### 3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata *document* yang artinya benda-benda tertulis. Pada saat melakukan teknik dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, jurnal, dokumen, peraturan, risalah rapat, catatan harian, peraturan dan lain-lain.<sup>126</sup> Dalam metode dokumentasi ini, peneliti mengumpulkan data berupa dokumen resmi sekolah berupa rencana mata pelajaran. Hal ini sangat berguna untuk pendalaman data dari hasil observasi dan wawancara. Metode ini diterapkan untuk menemukan data terkait hal ini bertujuan untuk mempelajari berbagai teori pembelajaran dan implementasinya serta untuk menemukan data yang terkait dengan lokasi pembelajaran, seperti lokasi geografis, status guru, dan struktur organisasi madrasah, kegiatan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

#### E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap sebagai berikut:

1. Data *reduction* (reduksi data) berarti memilah dan memilih data yang didapatkan dari proses pengumpulan data dan hanya mengambil pokok-pokok data yang dibutuhkan, karena besar kemungkinan data yang terkumpul jumlahnya cukup banyak seiring dengan lamanya masa penelitian.
2. Data *display* (penyajian data) adalah penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif, *mendisplay* data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi. Pada tahap ini peneliti menjabarkan menjadi lebih rinci untuk mengetahui struktur internalnya.

<sup>126</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

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

3. *Conclusion Drawing / Verification* merupakan langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman<sup>127</sup> penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara.

Pada tahap ini, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi data yang diperoleh. Penarikan kesimpulan digunakan untuk menjawab rumusan masalah awal yang sebelumnya peneliti kemukakan, yaitu tentang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Dijelaskan bahwa ketiga jenis analisis dan pengumpulan data bersifat interaktif. Dimana peneliti bergerak diantara reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.

#### F. Uji Kepercayaan Data (*Trustworthiness*)

Untuk menetapkan keabsahan atau kepercayaan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan cara sebagai berikut:<sup>128</sup>

1. Perpanjangan Pengamatan diartikan bahwa peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan yang pernah ditemui maupun yang baru.
2. Meningkatkan Ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan.
3. Triangulasi ini menggunakan 3 langkah, meliputi: (a) Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh. (b) Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama. (c) Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data.

<sup>127</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 338.

<sup>128</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 368.

4. Menggunakan bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telat ditemukan oleh peneliti.

### **G. Rencana dan Jadwal Penelitian**

Penelitian ini berjudul “manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut”. penelitian ini dilakukan selama enam bulan. Penelitian dilakukan dengan membuat proposal tesis, kemudian dilanjutkan dengan perbaikan hasil seminar, pengesahan judul, izin riset, pengumpulan data, verifikasi dan analisis data dalam waktu yang beruntun. Hasilnya peneliti melakukan konsultasi dengan pembimbing sebelum diajukan kepada sidang tesis. Hasil sidang tesis dilanjutkan dengan perbaikan dan pengandaan laporan tesis. Adapun jadwal dapat dilihat pada lampiran.

### **H. Pengembangan Instrumen**

Instrumen adalah alat untuk pengumpulan data dengan” menggunakan berbagai cara diantaranya berupa wawancara, observasi dan dokumentasi yang disusun berdasarkan indikator dari setiap tema yang akan diteliti. Peneliti menggunakan beberapa alat atau instrumen yang disesuaikan dengan sifat data yang dikumpulkan, sehingga data yang diharapkan akan dapat diperoleh data dan pembahasan yang memiliki validitas yang akurat, juga akan menghasilkan suatu karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan keilmuannya. Untuk mendapatkan data yang relevan dengan masalah yang diteliti, maka peneliti menggunakan beberapa instrumen yang dianggap dapat digunakan pada saat penelitian yaitu, pedoman observasi, pedoman wawancara dan catatan lapangan. Adapun instrumen pengumpulan data tersebut pada penelitian ini dikembangkan pada bagian lampiran.

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 IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian (Situasi Sosial)

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, untuk mengetahui secara ringkas tentang situasi tersebut, pada bab ini akan disajikan data tentang deskripsi atau gambaran umum dari Madrasah tersebut, adapun gambaran umum situasi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ini akan disajikan sebagai berikut.

##### 1. Sejarah Singkat Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Madrasah Aliyah Nurul Iman merupakan madrasah yang terletak di Desa Siliwangi Kecamatan Singkut Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi. Melalui perjalanan yang sangat panjang Madrasah Aliyah Nurul Iman didirikan pada tahun 2008 yang dipimpin oleh Bapak Ambit Pohan. Melihat kondisi desa yang cukup tertinggal kala itu, tokoh masyarakat, tokoh agama dan tokoh adat bermusyawarah untuk mendirikan sekolah yang bernafaskan Islami, hal tersebut dikarenakan pada saat itu masih minim akan kepedulian terhadap pendidikan, taraf ekonomi yang masih rendah dan masih kerap terjadi pernikahan dibawah umur. Untuk mencegah dan meminimalisir hal tersebut maka tokoh agama, tokoh masyarakat dan tokoh adat bermufakat untuk membangun sekolah mulai dari tingkat dasar hingga menengah atas. Tahun 2002 didirikan Madrasah Ibtidaiyah, tahun 2006 didirikan Madrasah Tsanawiyah Hidayatul Mubtadi'ien pada tahun 2008 Madrasah Aliyah Nurul Iman didirikan dan disusul tahun 2015 TK Hidayatul Mubtadi'ien juga didirikan. Awalnya seluruh lembaga tersebut dinaungi oleh yayasan yang sama namun seiring waktu Madrasah Ibtidaiyah ditetapkan sebagai sekolah Negeri.

Berdirinya madrasah di Desa Siliwangi dari tingkat dasar hingga menengah atas bertujuan agar anak-anak dapat melanjutkan sekolah

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



ke jenjang yang lebih tinggi sehingga mampu merubah pola pikir dari masyarakat menjadi lebih baik dan menganggap bahwa peran pendidikan sangatlah penting. Berdirinya Madrasah Aliyah Nurul Iman ini sedikit banyak dapat meringankan dan membantu masyarakat untuk mengentaskan masalah pendidikan serta dapat mencegah pernikahan dibawah umur dan membantu masyarakat untuk meningkatkan taraf pendidikan dan taraf ekonomi.<sup>129</sup>

## 2. Visi, Misi dan Tujuan Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Untuk memberikan pelayan pendidikan terhadap putra-putri terbaik bangsa, maka dirumuskan visi, misi, dan tujuan penyelenggaraan pendidikan yang dikembangkan di Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut.<sup>130</sup>

### 1) Visi Madrasah Aliyah Nurul Iman

Mencari dan membina anak bangsa untuk mewujudkan insan yang berilmu, beramal dan *bertaqwa*.

### 2) Misi Madrasah Aliyah Nurul Iman

- a) Melaksanakan pendidikan mengacu pada 8 Standar Pendidikan Nasional.
- b) Melakukan pembinaan siswa mengikuti olimpiade sains.
- c) Melakukan kegiatan ekstrakurikuler yang dapat mengembangkan potensi siswa.
- d) Menciptakan lulusan yang memiliki kompetensi.
- e) Meningkatkan profesionalisme guru melalui pelatihan dan pembinaan yang berkesinambungan.
- f) Meningkatkan sarana dan prasarana sekolah sesuai dengan standar pelayanan minimal menuju standar nasional.
- g) Melakukan pengembangan diri sesuai potensi yang dimiliki siswa sehingga memiliki keterampilan kecakapan hidup.

<sup>129</sup>AP, Wawancara dengan peneliti, 27 Maret 2023

<sup>130</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen tentang Visi Misi dan Tujuan Madrasah, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 1**.

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

- h) Melaksanakan kegiatan keagamaan dan pembinaan keagamaan kepada siswa.
- i) Menjaga dan melaksanakan nilai-nilai budaya dan karakter bangsa.
- j) Melakukan kegiatan kebersihan dan pelestarian lingkungan secara baik secara spontan maupun terprogram di lingkungan sekolah.

### 3) Tujuan Madrasah Aliyah Nurul Iman

Tujuan pendidikan yang diselenggarakan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman berpedoman pada tujuan pendidikan Nasional dengan memperhatikan kondisi lingkungan setempat dan potensi anak didik. Setidaknya ada 5 (Lima) poin utama yang merupakan tujuan pendidikan yang harus dicapai oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman sebagai berikut:<sup>131</sup>

- a) Terlaksananya proses pembelajaran dengan 8 standar nasional.
- b) Terjadinya kenaikan KKM tiap tahun pelajaran sampai tercapai sesuai standar nasional.
- c) Mampu meraih prestasi baik dibidang akademik maupun non akademik.
- d) Menghasilkan lulusan yang memegang teguh nilai agama, budaya dan karakter bangsa.
- e) Terciptanya sekolah yang berwawasan lingkungan, bersih indah dan asri.

### 3. Identitas Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

- |                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1) Nama Madrasah            | : Madrasah Aliyah Nurul Iman |
| 2) Nomor Statistik Madrasah | : 131215030138               |
| 3) NPSN                     | : 10507962                   |
| 4) Status                   | : Terdaftar                  |
| 5) Tahun Berdiri            | : 2008                       |

---

<sup>131</sup>Dokumen 1

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

- |  |  |
|--|--|
| 6) Tipe Madrasah                               | : Reguler  |
| 7) Alamat Madrasah                             | : Rt.14 Dusun III Desa Siliwangi<br>Kec. Singkut, Kab. Sarolangun,<br>Provinsi Jambi |
| 8) Kepemilikan Tanah                           | : Yayasan  |
| Status Tanah                                   | : Waqaf dan Jual Beli  |
| Luas Tanah                                     | : Waqaf 2.500 M <sup>2</sup><br>Jual Beli 2.500 M <sup>2</sup>                       |
| Luas Tanah Terbangun                           | : 850 M <sup>2</sup>   |
| 9) Jarak sekolah ke Dinas Kabupaten/Kota       | : 25 Km  |
| 10) Transportasi siswa dan guru menuju sekolah | : Motor  |
| 11) Nama Kepala Madrasah                       | : Ambit Pohan  |
| 12) Nama Bendahara                             | : Abdul Basir  |
| 13) Bank/Nomor Rekening                        | : BSM Cabang Sarolangun<br>: 7087929005  |
| 14) Nama Pemilik Rekening                      | : MA Nurul Iman <sup>132</sup>   |

#### 4. Keadaan Peserta didik Madrasah Aliyah Nurul Iman

Setiap tahunnya jumlah peserta didik baru di Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut mengalami kenaikan dan penurunan, namun demikian terlihat dari data delapan tahun terakhir belum pernah mencapai target yang telah ditetapkan oleh pihak madrasah. Berikut merupakan tabel data keadaan peserta didik di Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut dalam rentang delapan tahun terakhir yang akan menjelaskan jumlah peserta didik, persentase perubahan, jumlah target dan persentase target yang masih belum tercapai di setiap tahunnya.

<sup>132</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen tentang Identitas Madrasah, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 2**.

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

**Tabel 4.1**  
**Keadaan Peserta Didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut<sup>133</sup>**

Tahun Ajaran	Peserta Didik	% Perubahan	Target	% Target
2015/2016	23	0.00%	25 Siswa	-8.00%
2016/2017	14	-39.13%	25 Siswa	-44.00%
2017/2018	14	0.00%	25 Siswa	-44.00%
2018/2019	13	-7.14%	25 Siswa	-48.00%
2019/2020	22	69.23%	25 Siswa	-12.00%
2020/2021	21	-4.55%	25 Siswa	-16.00%
2021/2022	17	-19.05%	25 Siswa	-32.00%
2022/2023	24	41.18%	25 Siswa	-4.00%
<b>Jumlah</b>		<b>Rata-Rata 5.07%</b>		<b>Rata-Rata -26.00%</b>

Berdasarkan tabel keadaan peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dapat diketahui bahwa pada tahun ajaran 2015/2016 terdapat 23 peserta didik dimana pada tahun ajaran tersebut belum mencapai target sehingga diketahui masih kurang delapan persen (-8.00%) dari jumlah peserta didik untuk bisa mencapai target yang ditetapkan. Pada tahun ajaran 2016/2017 hanya berjumlah 14 peserta didik, diketahui persentase perubahan jumlah peserta didik yaitu sebanyak -39.13% dari tahun ajaran sebelumnya dan persentase target yaitu masih kekurangan sebanyak -44.00%. Sedangkan pada tahun ajaran 2017/2018 jumlah peserta didik dan

<sup>133</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen Keadaan Peserta Didik , Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 3**.



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

persentase target masih sama dengan tahun sebelumnya sehingga perubahan jumlah peserta didik persentasenya 0,00%. Pada tahun ajaran 2018/2019 jumlah peserta didik kembali menurun menjadi 13 siswa, adapun persentase perubahan dari tahun sebelumnya yaitu - 7.14% dan persentase untuk mencapai target semakin besar dari tahun sebelumnya yaitu -48.00%. Tahun ajaran 2019/2020 terjadi kenaikan jumlah peserta didik sebanyak 9 siswa dari tahun sebelumnya sehingga jumlahnya menjadi 22 peserta didik dan persentase perubahan dari tahun sebelumnya meningkat menjadi 69.23%, persentase target menurun menjadi -12.00%. Pada tahun ajaran 2020/2021 jumlah peserta didik menurun menjadi 21 siswa, adapun persentase perubahan dari tahun sebelumnya yaitu -4.55% dan persentase untuk mencapai target semakin besar dari tahun sebelumnya yaitu -16.00%. Tahun ajaran 2021/2022 terjadi penurunan kembali jumlah peserta didik baru menjadi 17 siswa sehingga menjadikan persentase perubahan dari tahun sebelumnya yaitu - 19.05% dan persentase target -32.00%. kemudian pada tahun ajaran 2022/2023 jumlah peserta didik kembali meningkat menjadi 24 siswa, persentase perubahan dari tahun sebelumnya yaitu 41.18% dan persentase target menjadi -4.00%. Data dari tahun 2015 hingga 2023 rata-rata persentase perubahannya yaitu 5.07% dan rata-rata persentase untuk mencapai target mencapai -26.00%.

## 5. Keadaan Tenaga Pendidik

Pendidik merupakan bagian penting dalam proses pembelajaran, karena dianggap tenaga pelaksana dan kegiatan proses pembelajaran. Pendidik harus mampu menggunakan proses pembelajaran dengan terampil dalam mendidik anak, sehingga pendidikan akan menjadi lebih baik, demikian juga tenaga kependidikan sebagai pembantu dalam proses jalannya pendidikan menjadi lancar. Pendidik yang terdaftar sebagai pengajar di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sebanyak limabelas tenaga pendidik (15)

pendidik. Berikut adalah tabel yang memberikan informasi tentang struktur organisasi dan anggota staf yang terlibat dalam kepemimpinan dan pengajaran di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Dengan informasi ini, dapat dianalisis distribusi usia dan tingkat pendidikan dalam staf madrasah, serta komposisi gender dalam tim pengajar dan posisi manajerial.

**Tabel 4. 2**

**Data Tenaga Pendidik Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut<sup>134</sup>**

No	Jabatan	Nama	Jenis kelamin		Usia	Pendidikan Akhir
			L	P		
1	Kepala Madrasah	Ambit Pohan	√		56	SMA
2	Waka Madrasah	Leni Martinah.,S.Pd.I		√	40	S1
3	Bendahara dan Pengurus Yayasan	Abdul Basyir	√		50	SMA
4	Staf Tata Usaha	D.Hasibuan.,S.Pd.I	√		46	S1
5	Staf Tata Usaha dan Guru	Kiki Septyani.,S.Pd		√	25	S1
6	Wali Kelas X	Dwi Kunarti.,S.Pd.I		√	44	S1
7	Wali kelas XI	Santi Wijayanti.,S.Pd.I		√	29	S1
8	Wali Kelas XII	Fatmawati Barus.,S.Pd.I		√	42	S1
9	Guru	Ita Misnawati.,S.Pd		√	31	S1
10	Guru	Syamsul Huda.,S.Pd	√		50	S1

<sup>134</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen tentang Data Tenaga Pendidik, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 4**.

11	Guru	Tini Wiyani.,S.Pd		√	39	S1
12	Guru	Saryono.,S.Ag	√		50	S1
13	Guru	M Ramdani.,S.Pd.I	√		37	S1
14	Guru	Idha Nurhayati.,S.Pd.I		√	45	S1
15	Guru	Irawan Suryono.,SE	√		43	S1

Posisi Kepala Madrasah diisi oleh Bapak Ambit Pohan, seorang laki-laki berusia 56 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA. Pada dasarnya untuk mempertimbangkan apakah latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang dimiliki sesuai dengan tuntutan peran kepala madrasah. Sebagai seorang kepala madrasah, keberhasilan dalam memimpin sebuah madrasah melibatkan kemampuan manajerial yang kuat. Kepala madrasah harus mampu mengelola sumber daya manusia, anggaran sekolah, dan berbagai kegiatan administratif lainnya. Meskipun terdapat keterbatasan yang dimiliki oleh kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, tetap mungkin bagi Bapak Ambit Pohan untuk menjadi pemimpin yang efektif jika memiliki komitmen untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam bidang pendidikan dan manajemen. Pelatihan tambahan, pembelajaran mandiri, dan keterlibatan dalam jaringan kepala madrasah dapat membantu kepala madrasah mengembangkan kompetensi yang diperlukan untuk memimpin madrasah dengan baik.

Jabatan Wakil Kepala Madrasah diisi oleh Ibu Leni Martinah, seorang perempuan berusia 40 tahun dengan pendidikan S1. Selain itu, ada juga Bapak Dosen Hasibuan yang mengisi posisi Staf Tata Usaha, seorang laki-laki berusia 46 tahun dengan pendidikan S1.

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

Kedua posisi ini merupakan bagian penting dalam manajemen administrasi dan operasional sekolah.

Tabel tersebut juga mencantumkan beberapa guru dan wali kelas. Mereka memiliki latar belakang pendidikan S1 dalam berbagai bidang, seperti Syamsul Huda, Kiki Sepyani, Tini Wiyani, M. Ramdani, dan Idha Nurhayati. Hal ini menunjukkan adanya keberagaman dalam komposisi pendidikan dan pengajaran di madrasah tersebut. Terdapat variasi usia di antara anggota staf madrasah, dengan rentang usia dari 25 hingga 56 tahun. Keterampilan dan pengalaman kerja yang dimiliki oleh individu dalam berbagai posisi dapat memberikan kontribusi yang berbeda dalam pengelolaan sekolah.

Hasil observasi di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, peneliti telah memperhatikan bahwa para guru di sana telah mengikuti berbagai macam pelatihan dan diklat. Adapun bukti dokumentasi dapat dilihat pada halaman lampiran. Hal ini menunjukkan komitmen mereka untuk meningkatkan kemampuan dan kualitas pengajaran. Peneliti melihat bahwa guru telah menghadiri pelatihan pengelolaan dan pemanfaatan TIK dalam pembelajaran, pelatihan penataan, perencanaan dan pelaporan sekolah yang diikuti oleh Ibu Dwi Kunarti.,S.Pd.i. Selain itu, beberapa guru juga mengikuti pelatihan guru Madrasah Aliyah bidang studi Bahasa Indonesia yang diikuti oleh Ibu Dwi Kunarti.,S.Pd.i, bidang studi Ekonomi diikuti oleh Bapak Irawan Suryono.,SE, bidang studi Bahasa Inggris diikuti oleh Santi Wijayanti.,S.Pd.I, dan bidang studi Matematika diikuti oleh Ibu Kiki Sepyani.,S.Pd, Mereka juga terlihat berpartisipasi dalam program pengembangan profesional yang berfokus pada pembaruan kurikulum dan strategi pembelajaran terbaru. Keterlibatan guru-guru dalam berbagai pelatihan dan diklat ini menunjukkan dedikasi mereka dalam meningkatkan keterampilan mengajar dan memberikan pengalaman belajar yang berkualitas kepada siswa.

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Pengikutsertaan guru-guru dalam berbagai macam pelatihan dan diklat di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dapat menjadi keunggulan yang penting. Dalam upaya mempromosikan sekolah kepada calon siswa dan orang tua, informasi tentang keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oleh guru-guru tersebut dapat menjadi daya tarik yang kuat. Dengan menyoroti fakta bahwa guru-guru telah mengikuti berbagai macam pelatihan, sekolah dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap peningkatan kualitas pendidikan.

Melalui pemasaran yang tepat, sekolah dapat menyoroti keunggulan ini melalui berbagai saluran. Misalnya, dalam brosur dan materi promosi, informasi tentang pelatihan dan diklat yang diikuti oleh guru-guru dapat ditampilkan dengan jelas. Dalam presentasi sekolah, manfaat dari kehadiran guru-guru berpengalaman dan terlatih juga dapat disampaikan kepada para calon siswa dan orang tua. Selain itu, pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial dan situs web sekolah. Posting tentang pelatihan dan diklat yang diikuti oleh guru-guru dapat di unggah dengan penekanan pada bagaimana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan tersebut akan memberikan pengalaman belajar yang lebih baik bagi siswa-siswa. Testimoni dari peserta didik yang telah merasakan manfaat langsung dari guru-guru yang berpartisipasi dalam pelatihan juga dapat meningkatkan citra sekolah.

Dengan menonjolkan komitmen guru-guru terhadap pengembangan profesional dan peningkatan kualitas pendidikan, strategi pemasaran ini dapat membantu Madrasah Aliyah menarik minat calon siswa dan orang tua. Mereka akan melihat sekolah ini sebagai tempat yang memberikan pengalaman pendidikan yang komprehensif dan relevan dengan tuntutan masa depan.

## 6. Struktur Organisasi

Lembaga pendidikan pastinya memiliki struktur organisasi. Tujuan dibentuknya organisasi juga untuk memperlancar mekanisme serta

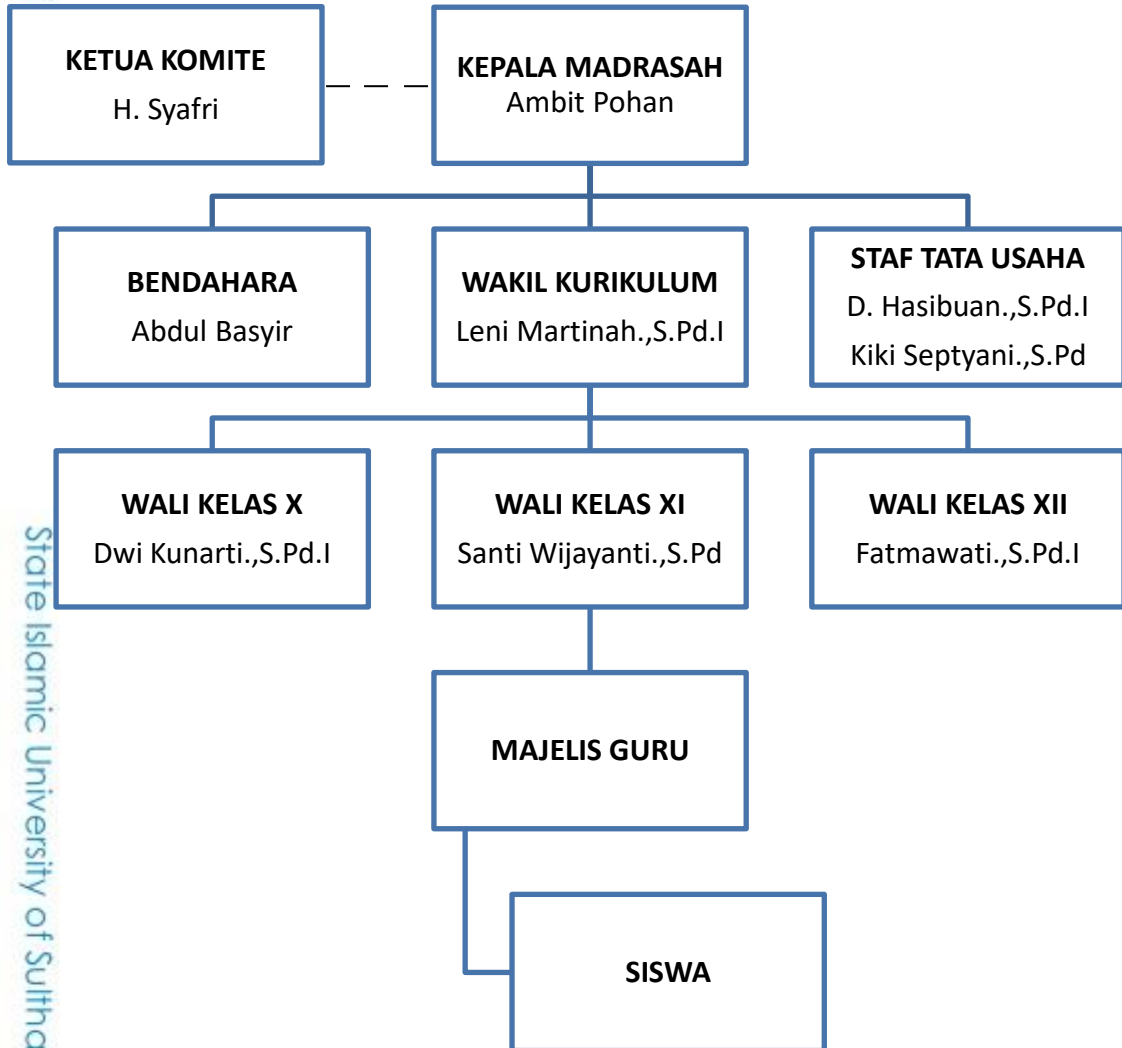
dalam rangka mempercepat tercapainya tujuan madrasah, kerja suatu lembaga, termasuk di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sebagai suatu lembaga pendidikan, sangat dibutuhkan adanya kejelasan struktur kewenangan dalam organisasinya, kerjasama antar pengurus sangatlah penting agar solidaritas suatu lembaga dapat terjalin dengan baik. Dalam penyusunan struktur organisasi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut diadakan pembagian tugas yang sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota sehingga dalam pelaksanaan tugas yang dibebankan masing-masing anggota sehingga dalam pelaksanaan tugas yang dibebankan masing-masing personil dapat terlaksana dengan baik, lancar dan benar. Dibawah ini adalah gambaran Struktur Organisasi sebagaimana peneliti observasi dan dokumentasi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sekarang 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 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 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

**Gambar 4.1**  
**STRUKTUR ORGANISASI**  
**MADRASAH ALIYAH NURUL IMAN<sup>135</sup>**



<sup>135</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen Struktur Organisasi, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 5**.

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

Melihat struktur organisasi diatas didapati antara satu dengan yang lain saling berhubungan bahwa antara Kepala Madrasah, wakil kepala kurikulum, guru, dan siswa akan terjalin komunikasi dan interaksi yang baik jika semuanya dapat memenuhi tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai profesinya, diharapkan terjalin komunikasi dan interaksi yang baik sehingga di dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut akan tercipta kondisi yang positif dan kondusif.

## 7. Keadaan sarana dan prasarana

Salah satu hal yang mendasar bagi kelangsungan pendidikan adalah ketersediaan sarana dan prasarana. Sarana dan prasarana dalam suatu lembaga pendidikan merupakan faktor yang penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan pendidikan. Suatu kegiatan pembelajaran tidak akan dapat berjalan efektif tanpa adanya sarana dan prasarana yang memadai. Sarana yaitu wadah yang terpenting bagi peserta didik sebagai alat untuk membantu jalan kegiatan belajar mengajar di madrasah dan prasarana merupakan faktor terpenting dalam menunjang berhasilnya dalam pendidikan madrasah dalam proses pembelajaran peserta didik di madrasah dengan adanya sarana dan prasarana memadai dapat menunjang proses belajar mengajar dengan baik dalam kenyamanan belajar mengajar peserta didik serta dapat terwujudnya apa yang diinginkan.

Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut mempunyai sarana dan prasarana yang kurang memadai, hal tersebut dapat dilihat dari kondisi di lapangan. Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut memiliki tiga ruang kelas belajar dengan kondisi yang masih kekurangan, dengan luas kelas belum sesuai dengan standar kemendikbud, ruang kelas berukuran <math>64 M^2</math>. Sama halnya dengan meja dan kursi yang tersedia masih banyak dalam kondisi rusak ringan dan rusak berat.

Berikut merupakan ruangan dengan kondisi baik dan berfungsi dengan baik yaitu ruang kepala sekolah, ruang wakil kepala sekolah,



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

ruang BK, ruang guru dan TU, ruang perpustakaan. Sedangkan kondisi ruang OSIS dan ruang PMR/Pramuka dalam kondisi baik namun kurang terawat dan kurang berfungsi secara maksimal. Sedangkan kondisi WC guru/Siswa rusak ringan dan kantin rusak sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Berikut sarana dan prasarana yang ada di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Sarana dan Prasarana Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut<sup>136</sup>**

No	Sarana & Prasarana	Jumlah Ruang	Ukuran	Keterangan
<b>Ruang Belajar</b>				
1	Ruang Kelas/ Lokal	3	<64 m <sup>2</sup>	2 Baik 1 Rusak Ringan
<b>Ruang kantor</b>				
2	Kepala Sekolah	1	2x3 m	Baik
3	Wakil Kepala Sekolah	1	2x3 m	Baik
4	Guru + Tata Usaha	1	3x4 m	Baik
5	Ruang BK	1	2x3 m	Baik
6	Perpustakaan	1	3x4 m	Baik
<b>Ruang Penunjang</b>				
7	Ruang OSIS	1	3x4 m	Baik
8	Ruang PMR/Pramuka	1	3x4 m	Baik

<sup>136</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumen tentang Sarana dan Prasarana Madrasah, Diakses pada 27 Maret 2023.Selanjutnya disebut **Dokumen 6**.

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

9	WC Guru/Siswa	1	4x6 m	Rusak Ringan
10	Kantin	1	4x4 m	Rusak Sedang
<b>Furniture Ruang Belajar</b>				
11	Meja Siswa	30	-	20 Baik 5 Rusak Ringan 5 Rusak Berat
12	Kursi Siswa	65	-	50 Baik 10 Rusak Ringan 5 Rusak Berat
13	Lemari + Rak Buku/Alat	2	-	2 Rusak Ringan
14	Papan Tulis	3		2 Baik 1 Rusak Ringan
<b>Furniture Ruang Kantor</b>				
15	Meja Guru	15	-	12 Baik 3 Rusak Ringan
16	Kursi Guru	19	-	15 Baik 3 Rusak Ringan 1 Rusak Berat
17	Lemari + Rak Buku/Alat	3	-	2 Baik 1 Rusak Ringan
<b>Furniture Ruang Pendukung</b>				
18	Meja	6	-	2 Baik 4 Rusak ringan
19	Kursi	12	-	7 Baik 5 Rusak Ringan
20	Lemari + Rak Buku/Alat	-	-	-
<b>Peralatan Lainnya</b>				
21	Laptop	1	-	Baik
22	Jam Dinding	2	-	Baik

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa terdapat 3 ruang kelas/lokal dengan ukuran kurang dari 64 m<sup>2</sup>. Dalam kondisi 1 ruang rusak ringan dan 2 dalam kondisi baik. Sejumlah meja dan kursi siswa dengan kondisi yang beragam, termasuk rusak ringan dan rusak berat. 2 lemari dan rak buku/alat dengan kondisi rusak ringan. Kemudian para ruang kantor terdapat beberapa ruangan seperti ruang kepala sekolah, ruang wakil kepala sekolah, guru dan tata usaha, ruang BK, dan perpustakaan. Semua ruangan kantor dalam kondisi baik. Meja guru dan kursi guru dengan beberapa di antaranya dalam kondisi rusak ringan dan rusak berat. Terdapat 3 lemari dan rak buku atau alat dengan kondisi baik dan rusak ringan di dalamnya. Adapun ruang penunjang terdapat ruang OSIS dan ruang PMR dan Pramuka dalam kondisi baik. Terdapat WC Guru/Siswa yang dalam kondisi rusak ringan. Terdapat Kantin yang dalam kondisi rusak sedang.

Kemudian furniture ruang belajar seperti meja siswa dengan sebagian besar dalam kondisi baik, namun ada beberapa yang rusak ringan dan rusak berat. Kursi siswa dengan kondisi yang bervariasi, dimana sebagian besar dalam kondisi baik, tetapi ada yang rusak ringan dan rusak berat, juga terdapat 2 lemari dan rak buku/alat dengan kondisi rusak ringan. Keadaan furniture kantor seperti meja guru dengan sebagian besar dalam kondisi baik, tetapi ada yang rusak ringan. Kursi guru dengan kondisi yang bervariasi, dimana sebagian besar dalam kondisi baik, namun ada yang rusak ringan dan rusak berat, terdapat 3 lemari dan rak buku atau alat dengan kondisi baik atau rusak ringan. Sedangkan *furniture* ruang pendukung terdapat meja dengan kondisi baik dan beberapa dalam kondisi rusak ringan, kursi dengan kondisi baik dan beberapa dalam kondisi rusak ringan, tidak ada informasi tentang lemari dan rak buku/alat. Peralatan lainnya 1 laptop dalam kondisi baik. 2 jam dinding dalam kondisi baik.

Berdasarkan hasil observasi terhadap sarana dan prasarana di Madrasah Aliyah, saya menemukan beberapa area di mana kondisi

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

tersebut terlihat kurang memadai. Ruang kelas terlihat sempit dan kurang nyaman. Beberapa kelas terlihat penuh sesak dengan meja dan kursi yang kondisinya sudah tidak baik lagi, atap ruang kantor yang sudah mulai rusak, ruang OSIS tidak dimanfaatkan dengan maksimal. Kondisi ini dapat mempengaruhi kenyamanan peserta didik dan membatasi interaksi dan kolaborasi antar peserta didik serta guru. Selain itu, kurangnya fasilitas audio visual, seperti proyektor atau layar interaktif, juga dapat mempengaruhi penggunaan metode pembelajaran yang inovatif dan memadai. Kemudian, perpustakaan juga perlu diperhatikan. Dalam observasi saya, perpustakaan terlihat kurang terorganisir dan koleksi buku yang tersedia terbatas. Kondisi ini dapat membatasi akses peserta didik terhadap bahan bacaan yang relevan dan beragam untuk mendukung pembelajaran dan penelitian.

Ketika sarana dan prasarana yang ada kurang memadai, hal ini dapat mempengaruhi kualitas pendidikan yang dapat diberikan oleh Madrasah Aliyah. Penting bagi pihak sekolah untuk mengidentifikasi kebutuhan yang mendesak dalam hal fasilitas dan perbaikan yang diperlukan. Upaya dapat dilakukan untuk mengumpulkan dana atau mencari bantuan dari pemerintah, yayasan, atau lembaga lainnya untuk memperbaiki dan meningkatkan sarana dan prasarana tersebut. Dengan adanya fasilitas yang memadai, peserta didik akan dapat mengakses pengalaman pembelajaran yang lebih baik dan lebih mendukung perkembangan mereka.

Langkah strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik, penting untuk mengatasi masalah sarana dan prasarana yang kurang memadai di Madrasah Aliyah. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan menyoroti langkah-langkah perbaikan yang telah dilakukan atau direncanakan untuk meningkatkan fasilitas sekolah. Dalam materi promosi dan brosur, informasi tentang rencana renovasi atau peningkatan sarana dan prasarana dapat disertakan dengan jelas. Menyoroti perbaikan yang telah dilakukan, pengadaan

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 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

peralatan baru, atau peningkatan kualitas ruang kelas, akan membantu menciptakan kesan bahwa Madrasah Aliyah berkomitmen untuk menyediakan fasilitas yang memadai bagi peserta didik. Selain itu, pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial dan situs web sekolah. Posting tentang peningkatan sarana dan prasarana, termasuk foto-foto sebelum dan sesudah perbaikan, dapat membangkitkan minat calon siswa dan orang tua. Menyoroti kemajuan dalam meningkatkan kualitas dan kenyamanan lingkungan belajar akan memberikan kesan positif tentang Madrasah Aliyah sebagai tempat pendidikan yang berkualitas.

Selanjutnya, sekolah juga dapat melibatkan orang tua dan peserta didik dalam proses perbaikan sarana dan prasarana. Misalnya, melalui kampanye penggalangan dana atau kerja sukarela, orang tua dan peserta didik dapat merasa terlibat langsung dalam memperbaiki kondisi sekolah. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan fasilitas, tetapi juga menciptakan ikatan komunitas yang kuat antara sekolah, peserta didik, dan orang tua. Dengan mengatasi masalah sarana dan prasarana yang kurang memadai dan mengkomunikasikan langkah-langkah perbaikan yang telah diambil, Madrasah Aliyah Nurul Iman dapat memperkuat citra sekolah yang komitmen terhadap kualitas pendidikan. Strategi pemasaran ini dapat menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua yang mencari lingkungan belajar yang baik dan fasilitas yang memadai untuk mendukung pengalaman pendidikan mereka.

## B. Temuan Penelitian dan Pembahasan

### 1. Manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliah Nurul Iman Singkut

Untuk meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, kepala madrasah berupaya menerapkan manajemen pemasaran yang dianggap efektif. Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam upaya

meningkatkan jumlah peserta didik akan disajikan dengan memperhatikan teori menurut George R. Terry<sup>137</sup> yaitu untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan tidak terlepas dari empat poin penting dalam pengembangan pendidikan seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*), kemudian teori tersebut akan di sesuaikan dengan keadaan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Berikut adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut berdasarkan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi:

#### a. Perencanaan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dapat diperoleh data tentang perencanaan sebagai berikut:

##### 1) Analisis pasar

Kegiatan analisis pasar yang dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan melihat peluang yang ada di sekitar, hal ini sesuai dengan pernyataan AP sebagai kepala madrasah yaitu:

“Kita mencoba melihat peluang, itu bisa kita lihat dari evaluasi pemasaran tahun lalu, berapa siswa yang masuk dan melihat daerah pemasarannya, kemudian kita melihat asal sekolah mana saja yang masuk dan menjadi peserta didik di sekolah kita ini, data yang ada tersebut dapat kita jadikan acuan untuk menyusun strategi pemasaran.”<sup>138</sup>

Analisis pasar ini merupakan kegiatan yang sangat penting dalam sebuah lembaga karena untuk mengetahui dan memenuhi yang dibutuhkan oleh lembaga dalam pendidikan. Hal tersebut diperjelas oleh AB selaku pengurus yayasan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, bahwa:

<sup>137</sup>George R Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, terj. J. Smith D.F.M (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 73.

<sup>138</sup>AP, Wawancara dengan peneliti, 27 Maret 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

“sebenarnya analisis pasar ini sangat diperlukan, dengan ini kita bisa mengetahui keinginan pasar, selain itu juga kita dituntut memenuhi keinginan pasar tersebut. Setau saya kecamatan Singkut ini merupakan kecamatan yang paling banyak pondok pesantrennya di wilayah kabupaten Sarolangun, dari sini kita tahu bahwa banyak masyarakat yang berminat menyekolahkan anaknya pada sekolah yang berorientasi pada kelslaman. Upaya untuk memenuhi kebutuhan pasar sudah dilakukan namun memang harus diakui masih banyak yang harus diperbaiki.”<sup>139</sup>

Selain melihat peluang dan melihat kebutuhan pasar, perlu juga memahami tentang persaingan dengan lembaga pendidikan lain. Sebagaimana yang paparkan oleh AP selaku Kepala Madrasah:

“persaingan lembaga pendidikan di Kecamatan Singkut ini cukup ketat, apalagi pendidikan yang bernafaskan Islam. Jadi, perlu bagi kita memahami apakah ada sekolah lain di wilayah yang sama? Kemudian bagaimana profil dan reputasinya? Mengetahui siapa saja pesaing potensial dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang akan digunakan. kalo soal budget itu biasanya 1-2 juta buk soalnya juga dana kita terbatas”<sup>140</sup>

Berikut merupakan pernyataan dari IM selaku guru, ia mengatakan:

“Kalo perencanaan seperti yang ibuk bilang bahwa kepala sekolah melakukan analisis pasar itu kita sebagai guru tidak dilibatkan, namun hasil analisisnya disampaikan pada saat rapat nanti, kita bisa memberikan ide dan saran pada saat itu.”<sup>141</sup>

Berikut wawancara peneliti dengan DH selaku kepala staf tata usaha :

“untuk data siswa yang saya rekap itu no induk, nama lengkap, jenis kelamin, tempat tanggal lahir dan nama orang tua.. untuk alamat dan lulusan mananya gak ada rekapan datanya, namun mungkin analisis pasar yang dilakukan kepala sekolah itu untuk datanya didapat dari interaksi langsung dengan peserta didik.. mungkin kan ditanya satu satu.. asal sekolahnya dari mana, lulusan mana, alamatnya dimana sehingga bapak kepala sekolah

<sup>139</sup>AB, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei 2023

<sup>140</sup>AP, Wawancara.

<sup>141</sup>IM, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei 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

bisa menyimpulkan dan menganalisis pasar.. atau dari data pendaftaran itu kan ada melampirkan ijazah.”<sup>142</sup>

Sejalan dengan pendapat tersebut, MS selaku peserta didik mengatakan:

“ya buk, saya rasa pernah kok ditanya gitu.. tapi dulu waktu awal-awal masuk sekolah, nanyain alamat, trus asal sekolah.. pernah keknya buk.. soalnya saya nih agak lupa-lupa ingat gitu.”<sup>143</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tentang kegiatan analisis pasar merupakan kegiatan yang sangat mendasar dan penting dilakukan untuk mengetahui kebutuhan, peluang dan persaingan pada lembaga pendidikan. Pada tahap ini Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut melakukan evaluasi pemasaran tahun sebelumnya, meliputi berapa jumlah peserta didik yang masuk dari daerah mana saja. Hasil evaluasi tersebut dijadikan bahan acuan untuk menentukan strategi pemasaran yang digunakan. kepala sekolah melakukan analisis pasar dengan melakukan interaksi langsung dengan peserta didik, menanyakan asal sekolah, lulusan, alamat, dan data lainnya. Guru-guru tidak terlibat dalam proses analisis, tetapi mereka dapat memberikan ide dan saran pada saat rapat. Dari wawancara dengan peserta didik, terdapat indikasi bahwa pertanyaan mengenai asal sekolah dan alamat pernah diajukan pada saat awal masuk sekolah, meskipun sebagian peserta didik mungkin tidak mengingatnya dengan pasti. Analisis pasar ini membantu lembaga dalam memahami kebutuhan dan keinginan pasar, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta berkompetisi dengan lembaga pendidikan lain di wilayah yang sama. Pengurus Madrasah sudah berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar yaitu sekolah yang berbasis agama namun juga disadari Madrasah Aliyah Nurul Iman masih banyak kekurangan dan perlu perbaikan.

<sup>142</sup>DH, Wawancara dengan peneliti, 27 Maret 2023

<sup>143</sup>MS, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei April 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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan tahap kedua yang di jalani di Madrasah Aliyah Nurul Iman seperti halnya yang disampaikan oleh AP selaku Kepala Madrasah:

“Setelah adanya perencanaan dalam rapat biasanya kita langsung membentuk kepanitiaan atau tim yang bertugas untuk melaksanakan dan mengeksekusi perencanaan tersebut, dengan terbentuknya kepanitiaan ini maka peran dan tanggung jawab mengenai pemasaran madrasah, teknis penerimaan calon peserta didik diserahkan kepada. Untuk struktur panitia sendiri itu yang terlibat di dalamnya ya guru-guru dan staf yang ada buk”<sup>144</sup>

Dalam manajemen Kepala Madrasah menetapkan tugas dan wewenang dari setiap jabatan dalam kepanitiaan atau tim yang telah dibentuk. Adapun tugas dan wewenang dari setiap jabatan di kepanitiaan adalah sebagai berikut<sup>145</sup>:

### 1. ketua panitia

ketua panitia memiliki wenang dan tugas mengkoordinasikan seluruh kegiatan, memimpin rapat dan memberi arahan kepada seluruh anggota dan bertanggung jawab atas kelancaran dan keberhasilan kampanye pemasaran dan proses penerimaan peserta didik baru di Madrasah Aliyah Nurul Iman.

### 2. Sekretaris

Sekretaris bertanggung jawab mengenai seluruh urusan kesekretariatan, membuat undangan, membuat informasi penerimaan peserta didik baru (pengumuman), membuat LPJ dan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan administrasi.

### 3. Bendahara

Bendahara bertanggung jawab atas merencanakan anggaran dan mengatur keuangan, baik uang masuk atau keluar serta membuat laporan keuangan.

---

<sup>144</sup>AP, Wawancara.

<sup>145</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman, Dokumen tentang Tugas dan Wewenang Kepanitiaan, 8 Mei 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 7**.

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

#### 4. Koordinator promosi dan acara

Koordinator promosi dan acara bertugas merencanakan dan melaksanakan kegiatan promosi atau pemasaran, mengkoordinasi dengan pihak eksternal untuk kerjasama promosi, membuat materi promosi seperti brosur, spanduk dan pengecekan penyebaran brosur dan berupaya meningkatkan animo masyarakat terhadap Madrasah Aliyah Nurul Iman.

#### 5. Koordinator pendaftaran

Koordinator pendaftaran bertanggung jawab menyiapkan formulir pendaftaran dan segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan teknis pendaftaran calon peserta didik baru, mengkomunikasikan kepada calon peserta didik baru atau wali yang berkaitan dengan pelaksanaan tes dan daftar ulang.

#### 6. Koordinator tester dan dokumentasi

Koordinator tester bertugas menyiapkan keperluan test seperti naskah test, menunjuk tester serta sekaligus mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan.

#### 7. Koordinator perlengkapan dan konsumsi

Koordinator perlengkapan dan konsumsi bertugas merencanakan, mengadakan mengemas perlengkapan yang diperlukan, serta mempersiapkan konsumsi bagi panitia.

Pengorganisasian di Madrasah Aliyah Nurul Iman berjalan dengan sistem kultural sebagaimana pada umumnya di lingkungan madrasah. Kepala madrasah menjadi penanggung jawab dan ketua tim atau panitia sebagai pusat dari struktur organisasi. Setelah Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman memberikan penugasan kepada ketua panitia bersama dengan anggota, panitia untuk membuat konsep teknis pelaksanaan pengorganisasian kegiatan, AP selaku kepala Madrasah mengatakan:

“Seperti pada saat kegiatan penerimaan peserta didik berlangsung di saat itu juga kita melakukan berbagai promosi untuk menarik minat warga, untuk memberi informasi agar orang tua

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

menyekolahkan anaknya di tempat kita, biasanya kegiatan tersebut diawali dengan sosialisasi dengan anak SMP Atau MTs yang dalam hal tersebut juga dibantu oleh OSIS, dari OSIS biasanya yang ditunjuk ikut sosialisasi kalau gak ketua ya sekretaris, tergantung dengan keadaan, namun disini kondisinya OSIS masih mengikuti kami, belum bisa kalo disuruh berjalan sendiri.”<sup>146</sup>

Keterangan tersebut diperkuat oleh ketua OSIS yang berinisial MS, ia mengatakan:

“ iya buk.. kita kalo sosialisasi diajak sama bapak ibu guru ke MTs, biasanya kalo sudah tahun ajaran baru kami semua disuruh ngaiakin temen-temen yang di Mts atau SMP untuk sekolah disini”<sup>147</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, dan dokumentasi penelitian tentang pengorganisasian bahwa pada tahap ini kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut berupaya untuk membentuk tim atau kepanitiaan kemudian menetapkan tugas dan wewenang kepada panitia untuk melaksanakan strategi pemasaran. Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman memberikan penugasan kepada ketua panitia dan anggota panitia. Selanjutnya, panitia merencanakan secara teknis pelaksanaan kegiatan tersebut. Sosialisasi dan promosi dilakukan untuk menarik minat warga dan memberikan informasi kepada orang tua agar mereka memilih Madrasah Aliyah Nurul Iman sebagai tempat sekolah anak-anak mereka. Dalam hal ini, sosialisasi dilakukan dengan mengunjungi SMP atau MTs terdekat dan dibantu oleh OSIS. OSIS membantu dalam sosialisasi dengan mengajak teman-teman mereka untuk memilih sekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman. Pengorganisasian di Madrasah Aliyah Nurul Iman mengikuti sistem kultural yang umumnya diterapkan di lingkungan madrasah, di mana Kepala Madrasah bertindak sebagai penanggung jawab dan ketua tim atau panitia sebagai pusat struktur organisasi.

---

<sup>146</sup>AP, Wawancara.

<sup>147</sup>MS, Wawancara.

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

### c. Pelaksanaan

Pelaksanaan atau *actuating* merupakan suatu upaya untuk menggerakkan tim sehingga mereka mau berusaha untuk mencapai target sasaran organisasi. Untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan kegiatan pemasaran, peneliti mewawancarai AP selaku kepala madrasah dan penanggung jawab, MR sebagai ketua tim atau panitia, dan KS selaku guru dan staf tata usaha. Sebagaimana yang disampaikan oleh MR ialah:

“Mempromosikan madrasah itu merupakan kegiatan rutin yang dilakukan setiap tahunnya buk, biasanya kegiatan ini dilakukan beriringan dengan kegiatan penerimaan peserta didik, jadi semuanya sekali jalan saja.”<sup>148</sup>

Pendapat tersebut diperkuat dengan pendapat KS ia mengatakan:

“Sama seperti sekolah-sekolah lainnya MA Nurul Iman melaksanakan kegiatan pemasaran, promosi madrasah dan penerimaan peserta didik tiap tahun buk”<sup>149</sup>

#### 1. Pelaksanaan Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam memasarkan jasa pendidikan yaitu dengan melakukan berbagai macam kegiatan yaitu:

##### a) Menggunakan periklanan media cetak

Madrasah Aliyah Nurul Iman juga membuat dan membagikan brosur dan pemasangan spanduk di jalan ketika akan dibuka pendaftaran calon peserta didik. Hal ini sesuai dengan pernyataan AP selaku Kepala Madrasah, beliau mengatakan:

“Sebelum diadakan kegiatan penerimaan peserta didik biasanya saya bersama dengan panitia menyebarkan brosur dan memasang spanduk di berbagai titik buk, Ini tujuannya biar masyarakat sekitar tau kalo Madrasah kita ini sudah membuka pendaftaran”<sup>150</sup>

<sup>148</sup>MR, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei 2023.

<sup>149</sup>KS, Wawancara dengan peneliti, 21 April 2023.

<sup>150</sup>AP, Wawancara.



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

Hal senada juga disampaikan oleh MR, beliau mengatakan:

“Kita memasang spanduk di beberapa titik yang kita anggap strategis lokasinya dengan begitu masyarakat nantinya lebih mengenali Madrasah kita buk, kalo tahun lalu kita memasang spanduk di tiga titik yaitu di Simpang Siliwangi pasar dekat rumah ibuk, di Simpang Sungai Gedang karena dari daerah sana juga ada lumayan siswa yang bersekolah disini kemudian di dalam sana Simpang Patok 30”<sup>151</sup>

Berikut merupakan bukti pemasaran yang dilakukan melalui media cetak yaitu brosur dan spanduk.

Gambar 4.2

Brosur dan Spanduk<sup>152</sup>

**YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM  
HIDAYATUL MUBTADI' IEN (YPI – HM)**  
BH No: AHU 0000992.AH.01.TH.2017

Menerima Pendaftaran Siswa/i Baru Tahun Pelajaran 2019/2020

Program Pendidikan Formal

1. Taman Kanak-kanak (TK) Hidayatul Muftadi'ien Terakreditasi "B"
2. MTs Hidayatul Muftadiin Terakreditasi "C"
3. MAS Nurul Iman Terakreditasi "C"

Gedung TK

Gedung MTs

Gedung MA

Alamat: Jl. Siliwangi KM1 Lr. Khasanah Desa Siliwangi Kec. Singkut Kab. Sarolangun Prov. Jambi - 37482

**1959**  
Melahirkan generasi cerdas, berlandaskan Iman dan Taqwa, berahlaqul karimah, sertakreatif dan inofatif

**1959**  
Menanamkan dasar pengetahuan dan pengalaman Ilmu Pengetahuan yang seimbang antara Ilmu Umum dan Ilmu Agama, berahlaqul karimah, berjiwa sosial, taat Allah dan Rasul-Nya serta mewujudkan sekolah yang handal, bermutu dan berkualitas.

**TUJUA**  
Yayasan Hidayatul Muftadi'ien adalah suatu lembaga yang sudah berbadan hukum yang didalamnya terdapat program pendidikan mulai dari tingkat TK, MTs, dan MA dalam naungan Kementerian Agama dan Diknas yang bertanggung jawab dalam melahirkan generasi berprestasi, iman dan taqwa kepada Allah SWT.

**TENAGA PENDIDIK**  
Para Tenaga Pendidik sebagai pegajar berlatar belakang Sarjana Srata 1 (S.1), sertadi dukung lulusan Pondok-pesantren.

MariSekolah di Yayasan HM Siliwangi

Info lebih lengkap hub.☎ Kontak Person dibawah ini:  
0853 8059 1318 (Panitia PSB) 0823 0718 7627 (Panitia PSB)  
0823 5323 6736 (Panitia PSB) 0822 8271 2397 (Panitia PSB)

<sup>151</sup>MR, Wawancara.

<sup>152</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumentasi Brosur dan Spanduk, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 8**.

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

### Syarat - syarat Pendaftaran

**Tingkat TK**

1. Foto copy akte kelahiran dan KK 2 Lembar
2. Foto copy KMS
3. Past photo warna Ukuran 2x3 = 2 lembar 3x4 = 2 Lembar
4. Mengisi formulir pendaftaran
5. BiayapendaftaranRp. 35. 000
6. Persyaratan dimasukkan kedalam map tulang transparan
7. Bagi Yang sudah daftar berhak langsung mengambil seragam sekolah

**Tingkat MTs**

1. Foto copy akte kelahiran, KK KTP Orang Tua 2 Lembar & KIP (Bagi yang punya)
2. Foto copy Ijasah/SKHU 2 rangkap
3. Past photo warnaUkuran 2x3 = 2 lembar 3x4 = 2 Lembar
4. Mengisi formulir pendaftaran
5. Biaya pendaftaran Rp. 25. 000
6. Persyaratan dimasukkan kedalam map tulang transparan

**Tingkat MA**

1. Foto copy akte kelahiran, KK KTP Orang Tua 2 Lembar & KIP (Bagi yang punya)
2. Foto copy Ijasah/SKHU 2 rangkap
3. Past photo warnaUkuran 2x3 = 2 lembar 3x4 = 2 Lembar
4. Mengisi formulir pendaftaran
5. Biaya pendaftaran Rp. 25. 000
6. Persyaratan dimasukkan kedalam map tulang transparan

Bagi yang berdomisilijauh, disediakan pemondokan

1. Miftahul Jannah ( Bpk. Ust. Ahmad Sholihin )
2. Nurul Falah ( Bpk. Ust Noor Habib Sholeh )

**Pendaftaran dimulai Tanggal 27 Mei 2019**



**MADRASAH ALIYAH NURUL IMAN**

**PENERIMAAN SISWA/SISWI**  
Tahun Ajaran Baru 2022-2023

**MADRASAH ALIYAH NURUL IMAN**

**Syarat - syarat pendaftaran :**

- Ijazah Legalisir = 4 Lembar
- Photo Copy KTP Orang Tua = 2 Lembar
- Photo Copy KK = 2 Lembar
- Pas Photo 2x3 = 4 Lbr, 3x4 = 4 Lbr

**BUKA PENDAFTARAN**  
01 Mei - Juli Akhir 2022

**Hubungi :**

- Aisyah, S.TP (0852 8068 9661)
- Dini Awaliyah, S.Pd (0852 8320 8117)
- Kantor MA Nurul Iman (0853 8410 8177)

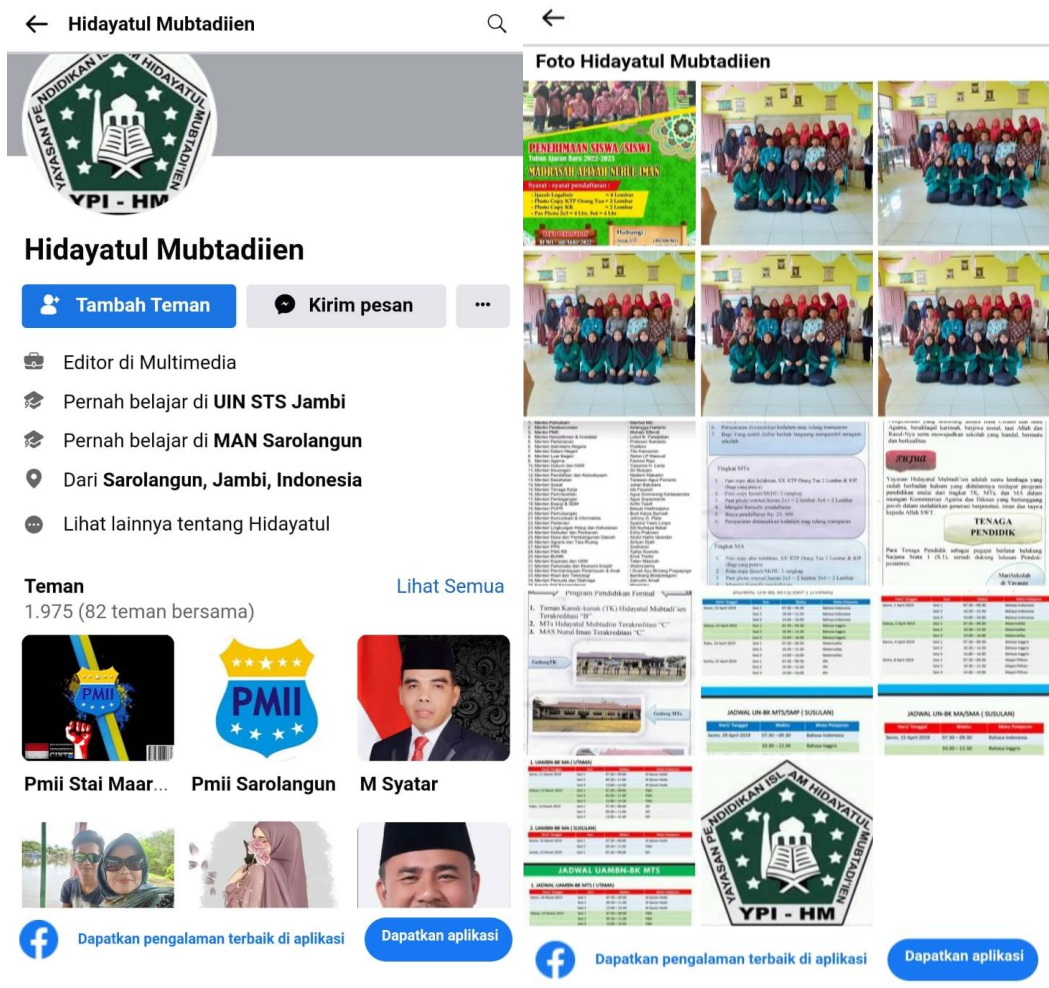
Hal yang senada juga disampaikan oleh KS, mengatakan:

“Kalo memperkenalkan Madrasah biasanya kita melalui media cetak seperti spanduk dan brosur buk, kalo dari media sosial itu akunnya yang ada masih punya yayasan, bukan atas nama sekolah Madrasah Aliyah Nurul Iman, cek aja di *Facebook* namanya Hidayatul Muhtadi'ien, itu pun belum terkelola dengan maksimal.”<sup>153</sup>

<sup>153</sup>KS, Wawancara.



Gambar 4.3 Akun Media Sosial<sup>154</sup>



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

Diatas ini merupakan dokumentasi media sosial yang dimiliki oleh yayasan Muhtadi'ien. Menurut hasil observasi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut hanya mengandalkan media sosial yayasan. Adapun kondisi dari media sosial yayasan juga belum terkelola dengan baik, masih sangat sedikit memberikan informasi tentang lembaga pendidikan. Berikut pendapat dari EW selaku wali murid tentang pemasaran di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, ia mengatakan:

“Iya tau kok mbak, sepanduknya ada di Siliwangi dalam sana, tapi kalo brosur saya gak pernah tau mbak bentuknya seperti apa..

<sup>154</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumentasi Akun Media Sosial, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 9**.

kemarin daftar anak saya cuma dikasih formulir pendaftaran saja”<sup>155</sup>

Madrasah Aliyah Nurul Iman menggunakan strategi pemasaran yang melibatkan media cetak, seperti brosur dan spanduk. Sebelum kegiatan penerimaan peserta didik dimulai, kepala madrasah beserta panitia menyebarkan brosur dan memasang spanduk di berbagai titik strategis. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat sekitar bahwa Madrasah Aliyah Nurul Iman sedang membuka pendaftaran. Dalam hal pemasangan spanduk, titik yang dipilih dianggap strategis, seperti Simpang Siliwangi, Simpang Sungai Gedang, dan Simpang Patok 30. Pemilihan lokasi ini bertujuan agar masyarakat lebih mengenal Madrasah Aliyah Nurul Iman dan mengetahui adanya penerimaan peserta didik.

Selain media cetak, Madrasah Aliyah Nurul Iman juga menggunakan media sosial untuk memperkenalkan diri. Namun, akun media sosial yang ada saat ini masih merupakan akun yayasan, bukan akun atas nama Madrasah Aliyah Nurul Iman. Terdapat akun Facebook dengan nama "Hidayatul Mubtadi'ien," namun belum dikelola dengan baik. Dengan menggunakan brosur, spanduk, dan media sosial, Madrasah Aliyah Nurul Iman berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai penerimaan peserta didik.

Menurut hasil observasi dan dokumentasi, peneliti melihat masih banyak yang perlu diperbaiki dari pemasaran media cetak seperti perlu melakukan pembaruan brosur dan spanduk dengan memperhatikan desain yang menarik, dengan kombinasi warna yang sesuai dan font yang mudah dibaca. Perlu memperhatikan tata letak yang teratur dan penempatan elemen yang baik untuk memudahkan pembaca dalam membaca informasi, gunakan gambar atau ilustrasi yang relevan dengan tema pendidikan atau lembaga. memastikan gambar yang dipilih berkualitas tinggi dan memberikan gambaran

---

<sup>155</sup>EW, Wawancara dengan peneliti, 5 Juni 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

yang jelas tentang lingkungan dan suasana lembaga pendidikan, gunakan kata-kata yang menarik dan persuasif untuk menjelaskan keunggulan dan nilai unik dari lembaga pendidikan. Hindari penggunaan kalimat yang terlalu panjang atau rumit, tetapi tetap jelas dan padat. Sertakan poin-poin utama tentang program pendidikan, visi misi, fasilitas, dan kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan oleh lembaga. Gunakan penekanan visual seperti bullet points atau kotak-kotak untuk membuatnya lebih menonjol. Lebih baik jika menambahkan testimonial atau ulasan dari siswa atau orang tua yang telah memiliki pengalaman positif dengan lembaga. Ini dapat membantu membangun kepercayaan dan meyakinkan calon peserta didik dan orang tua tentang kualitas pendidikan yang ditawarkan. memastikan untuk mencantumkan informasi kontak yang jelas, termasuk nomor telepon, alamat email, dan alamat fisik lembaga. Ini memudahkan calon siswa dan orang tua dalam menghubungi pihak sekolah untuk pertanyaan atau pendaftaran.

Perlu dilakukan perbaikan dan pembaharuan pada brosur dan spanduk Madrasah Aliyah Nurul Iman. Desain yang menarik, tata letak yang teratur, dan penggunaan gambar yang relevan akan dapat menarik perhatian pembaca. Penggunaan kata-kata persuasif, penekanan visual, serta testimonial dari peserta didik atau orang tua akan membangun kepercayaan dan memotivasi calon peserta didik. Informasi kontak yang jelas juga penting untuk memudahkan komunikasi. Dengan perbaikan ini, brosur dan spanduk akan menjadi alat pemasaran yang efektif dalam menarik minat dan membangun citra positif tentang Madrasah Aliyah Nurul Iman.

b) Mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak

Jalin kemitraan dengan pihak terkait seperti sekolah atau institusi lain, organisasi masyarakat, untuk memperluas jaringan dan mencapai lebih banyak calon peserta didik juga dilakukan di Madrasah Aliyah

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

Nurul Iman. Sebagaimana disampaikan oleh AP selaku Kepala Madrasah, ia mengatakan bahwa:

“Kita juga melakukan berbagai macam kegiatan kerjasama dengan sekolah-sekolah, instansi dan masyarakat. Manfaatkan jejaring ini untuk mengadakan acara promosi bersama atau program-program yang saling menguntungkan. Seperti mengikuti berbagai macam perlombaan, mengadakan bakti sosial di mesjid hal tersebut sekaligus mempromosikan madrasah kita ini ke tengah masyarakat.”<sup>156</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak MR selaku guru, ia mengatakan:

“Tahun lalu kita bakti sosial di mesjid depan sini buk bersama dengan masyarakat dan pemerintah desa, kita juga komunikasi sama pihak pemerintah desa untuk dapat mensosialisasikan madrasah kita ini ke tengah masyarakat, harapannya yah jumlah peserta didik kita bisa meningkat dengan adanya keterlibatan pihak lain.”<sup>157</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh AB Selaku pengurus yayasan, ia mengatakan:

“Benar adanya untuk kegiatan bakti sosial membersihkan mesjid, selain itu kita juga menunjukkan bahwa kita juga hadir di tengah masyarakat dan sekaligus memperkenalkan sekolah kita.”

Hal senada juga disampaikan oleh MS selaku ketua OSIS, ia mengatakan:

“Pernah kok buk, ikut lomba pencak silat, kan disini ekskul yang aktif sekarang cuma pencak silat sama OSIS, kalo dulu juga pernah pramuka gitu tapi sekarang udah off gak tau kenapa, iya pernah ikut bersih-bersih mesjid depan sana buk.”

---

<sup>156</sup>AP, Wawancara.

<sup>157</sup>MR, Wawancara.

## Gambar 4.4

### Bakti Sosial<sup>158</sup>



Berikut merupakan dokumentasi bakti sosial dan kerjasama dengan MTs Muftadi'ien dan STAI Ma'arif Sarolangun dalam kegiatan perpisahan mahasiswa yang melakukan PKL di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Namun sayangnya tidak ditemukan bukti dokumentasi perihal berpartisipasi dalam perlombaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti melihat bahwa Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut telah melibatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah, pusat kegiatan, dan masyarakat sebagai bagian dari upaya pemasaran. Melalui kerja sama tersebut, mereka mengadakan berbagai acara promosi bersama, perlombaan, dan kegiatan bakti sosial, seperti membersihkan masjid di dekat madrasah. Tujuan dari kerjasama ini

<sup>158</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumentasi Bakti Sosial, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 10**.

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

adalah untuk memperkenalkan madrasah kepada masyarakat dan meningkatkan jumlah peserta didik melalui keterlibatan pihak lain.

Partisipasi dalam acara promosi bersama dan kegiatan bakti sosial menunjukkan komitmen Madrasah Aliyah Nurul Iman untuk hadir di tengah masyarakat dan memperkenalkan lembaga mereka. Ini dapat memberikan kesempatan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat setempat, serta meningkatkan kesadaran tentang madrasah dan program pendidikan yang ditawarkan. Selain itu, melibatkan peserta didik dalam kegiatan seperti lomba pencak silat juga dapat menjadi sarana promosi yang efektif. Melalui partisipasi dalam lomba dan kegiatan ekstrakurikuler, madrasah dapat menarik minat calon peserta didik dan menunjukkan bahwa mereka memiliki program yang beragam dan menarik.

c) Promosi dari mulut ke mulut

Tidak dapat dipungkiri, walaupun sering diabaikan bahwa promosi dari mulut ke mulut ini cukup membantu. Dalam promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ada beberapa cara yaitu dengan sosialisasi ke sekolah, sosialisasi kepada murid dan wali murid. Hal ini sesuai dengan pernyataan AP selaku kepala Madrasah yang mengatakan:

“Untuk promosi biasanya kita sosialisasi ke sekolah-sekolah yang kita anggap strategis, SMP Gunung Jati, dan sekolah-sekolah sekitar, tapi yang paling kita targetkan itu di MTs Hidayatul Mubtadi’in bu, karena MTs ini masih dalam ruang lingkup satu yayasan dan satu lokasi dengan MA kita. Nah kalo yang lainnya itu biasanya kita juga mengadakan kegiatan perpisahan kelas XII MA Nurul Iman itu barengan dengan perpisahan kelas IX MTs Hidayatul Mubtadi’in, di situlah sekaligus mempromosikan sekolah MA kita ke murid dan wali murid di MTs Hidayatul Mubtadi’ien tersebut. Sebelum liburan juga biasanya kita menyempatkan untuk makan bareng antara guru dan murid bahwa anak murid atau peserta didik diarahkan mengajak teman-temannya untuk bersekolah di MA Nurul Iman dan bagi siapa saja keluarga besar MA Nurul Iman yang berhasil mengajak calon peserta didik baru mendaftar disini akan diberi reward dari madrasah. Kemudian juga kita arahkan guru-guru dan peserta didik untuk menyampaikan

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

informasi tentang sekolah ini secara mandiri maksudnya penyebaran informasi melalui mulut ke mulut gitu”<sup>159</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh KS selaku guru mengatakan:

“Iya saya juga ikut mensosialisasikan meskipun hanya dari dari mulut ke mulut kemudian dari sosial media pribadi buk, biasanya sosialisasi kepala sekolah menyampaikan program yang ada di MA kita ini tapi kalo untuk yang perpisahan itu tahun kemarin kita gak ada perpisahan buk, mungkin yang dimaksud bapak kepala sekolah itu perpisahan beberapa tahun yang lalu, terus juga kalo misal berhasil mengajak calon peserta didik untuk daftar disini nanti bakalan di kasih uang bensin gitu.. kalo berhasil mengajak siswa dari MTs Hidayatul Mubtadi'in biasanya Rp.50.000 karena masih dalam ruang lingkup kita tapi kalo untuk yang bisa mengajak calon peserta didik daftar dari sekolah luar itu dapat insentif Rp.100.000.”<sup>160</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan MS selaku ketua OSIS, ia mengatakan:

“Sosialisasi yang saya tau itu di MTs sini buk terus juga di SMP Gunung Jati, itu saya diajak buk tapi kalo sekolah yang lain saya kurang tau.. terus untuk kegiatan yang makan-makan dan dapet uang kalo berhasil ngajak teman sekolah disini itu juga ada kok buk.”

**Gambar 4.5**  
Makan Bersama<sup>161</sup>



<sup>159</sup>AP, Wawancara.

<sup>160</sup>KS, Wawancara.

<sup>161</sup>Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, Dokumentasi Makan Bersama, Diakses pada 27 Maret 2023. Selanjutnya disebut **Dokumen 11**.

Dari hasil wawancara didapati bahwa Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut mengakui pentingnya promosi melalui mulut ke mulut sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. AP, selaku Kepala Madrasah, menyebut beberapa cara yang mereka lakukan, seperti sosialisasi ke sekolah-sekolah strategis dan melaksanakan kegiatan perpindahan kelas XII Madrasah Aliyah Nurul Iman yang bersamaan dengan perpindahan kelas IX MTs Hidayatul Mubtadi'in. Melalui kegiatan ini, mereka dapat memperkenalkan Madrasah Aliyah Nurul Iman kepada murid dan orang tua di MTs Hidayatul Mubtadi'in. Selain itu, terdapat insentif bagi peserta didik, guru dan seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman yang berhasil mengajak calon peserta didik untuk mendaftar di Madrasah Aliyah Nurul Iman. Semua ini menunjukkan bahwa promosi melalui mulut ke mulut merupakan bagian penting dalam upaya Madrasah Aliyah Nurul Iman untuk meningkatkan minat dan kesadaran calon peserta didik dan orang tua terhadap lembaga mereka.

## 2. Pelaksanaan penerimaan peserta didik

Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut pada saat pendaftaran peserta didik menyediakan loket pelayan dan formulir pendaftaran

### a. Loket pelayanan

Loket pelayanan merupakan loket yang sengaja dipersiapkan untuk melayani penerimaan peserta didik dimulai dari tempat pendaftaran, tempat pemberi informasi mengenai hal yang belum jelas dalam pengumuman, loket ini juga memberikan pelayanan kepada calon peserta didik yang mengalami kesulitan dalam pendaftaran, pengisian formulir maupun kesulitan teknis lainnya. Sebagaimana yang dijelaskan MR selaku penanggung jawab pelaksanaan penerimaan peserta didik.

“Untuk kegiatan pendaftaran penerimaan peserta didik ini ada petugasnya, yang mana petugasnya ini sudah ditentukan orangnya, biasanya buka setiap hari. Loket pelayanan ini juga gak cuma untuk daftar aja buk, biasanya digunakan untuk melayani

### 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 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

memberikan informasi apabila ada yang masih kurang jelas atau kurang paham, juga bisa membantu teknis pendaftaran seperti jika ada yang kesulitan mengisi formulir dan sebagainya di loket ini kita bisa bantu.”<sup>162</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah, ia mengatakan:

“Loket pelayanan disediakan jika memang ada yang datang ke sekolah kita buk, tapi jika memang ada menghubungi saya itu kita coba jemput bola, saya biasanya langsung datang ke rumah untuk menanyakan apa yang bisa dibantu untuk keperluan mendaftar di Madrasah kita.”<sup>163</sup>

Berikut merupakan tanggapan dari EW selaku wali murid tentang loket pelayanan, ia mengatakan :

“Saya kurang tau mbak perihal loket pelayanan, saya mendaftarkan anak saya langsung diantar formulirnya ke rumah sama pak AP, setelah itu berkasnya langsung diserahkan ke pak AP juga.”

#### b. Formulir pendaftaran

Formulir pendaftaran dimaksud untuk mengetahui identitas calon peserta didik dan untuk kepentingan pengisian buku induk madrasah. Bersumber pada hasil wawancara dengan MR beliau mengatakan bahwa formulir pendaftaran di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut diberikan kepada calon peserta didik. Kemudian pengisian formulir bisa di rumah maupun di tempat yang sudah disediakan.

Hal tersebut juga dijelaskan oleh AP selaku kepala madrasah :

“adapun strategi yang digunakan untuk masa-masa pendaftaran yaitu dimana calon peserta didik baru bisa mendaftarkan diri tidak hanya di loket pelayanan tapi bisa mendaftar dari rumah juga, bisa mendaftar tanpa harus melalui panitia tetapi juga bisa melalui siapa saja termasuk warga Madrasah Aliyah Nurul Iman, disini kita mengutamakan kemudahan bagi calon peserta didik baru.”<sup>164</sup>

---

<sup>162</sup>MR, Wawancara.

<sup>163</sup>AP, Wawancara.

<sup>164</sup>AP, Wawancara.

Formulir pendaftaran ada beberapa poin yang perlu diisi antara lain data orang tua atau wali murid, data calon peserta didik, baik dari nama lengkap, tempat tanggal lahir, agama, jenis kelamin dan sebagainya yang dianggap penting, kemudian terdapat juga data prestasi akademik dan non akademik. Selain mengisi formulir terdapat syarat lainnya yang harus dilengkapi seperti: 1. Foto copy ijazah 3 lembar, 2. Foto copy SKHUN 3 lembar, 3. Pas foto 3x4 3 lembar, 4. Uang pendaftaran Rp.0-.

Madrasah Aliyah Nurul Iman juga tidak menarik uang pendaftaran kepada calon peserta didik, hal tersebut juga dianggap sebagai strategi pemasaran. Sebagaimana hal tersebut disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah:

“untuk uang pendaftaran sendiri kita gratiskan buk, tidak ada dari pihak kita minta uang pendaftaran kepada calon peserta didik, bahkan tidak ada uang SPP disini, kebutuhan uang hanya untuk seragam dan ujian buk, untuk yang lainnya kita mengandalkan dana BOS saja. Itu sih juga termasuk dari strategi yang kita gunakan untuk menarik minat calon peserta didik yang kurang mampu, karena di wilayah kita ini juga masih ada orang-orang yang ekonominya rendah”

Hal senada disampaikan oleh Bapak MR yaitu:

“Kita gak memungut uang pendaftaran buk, palingan kalo sudah diterima nanti ada uang baju seragam, untuk SPP juga di gratisin, pernah kita coba untuk ngadain uang SPP di sini tapi malah gak berjalan maksimal, soalnya kita juga gak bisa maksa, yang sekolah disini juga banyak yang ekonominya rendah.”<sup>165</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh EW selaku wali murid, ia mengatakan:

“Gak ada bayar spp mbak, uang juga gak di mintak kok uang pendaftaran, yang adanya uang seragam mbak, itu wajarlah ya. Kan pakaian untuk anak kita sendiri juga”<sup>166</sup>

Dari hasil wawancara mengenai pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

---

<sup>165</sup>MR, Wawancara.

<sup>166</sup>EW, Wawancara.



ada dua yaitu: *pertama* pelaksanaan pemasaran, adapun yang dilaksanakan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut adalah promosi melalui media cetak yakni melalui penyebaran brosur dan pemasangan banner atau spanduk di pinggir jalan, di lokasi yang dianggap strategis, yang kedua yaitu mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak terkait seperti melakukan kerjasama dengan pemerintah desa, bekerja sama dengan sekolah-sekolah lain, melakukan kegiatan bakti sosial di masjid, ikut serta dalam ajang perlombaan, kemudian ketiga yaitu melakukan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah terdekat dan sekolah yang dianggap strategis kemudian mengadakan perpisahan serentak dengan pihak MTs Hidayatul Mubtadi'ien dengan tujuan sekaligus mengenalkan Madrasah Aliyah Nurul Iman kepada wali murid, makan bersama antara guru dan peserta didik dimana dalam kegiatan tersebut guru dan peserta didik diinstruksikan untuk mengajak teman, kerabat bersekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dan mendapatkan reward apabila berhasil mengajak untuk mendaftar.

*Kedua* yaitu pelaksanaan penerimaan peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, adapun yang disediakan oleh Madrasah Aliyah Nurul iman Singkut ialah loket pelayanan, loket pelayanan ini berfungsi untuk tempat mendaftar, memberikan informasi dan melayani teknis pendaftaran jika terdapat kesulitan atau kendala pada saat proses pengisian formulir dan sebagainya, namun walaupun terdapat loket pelayanan yang disediakan calon peserta didik dapat mendaftar dimana saja tidak harus dengan panitia melainkan bisa mendaftar dengan siapa saja warga Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Kemudian strategi dalam meminimalisir pembiayaan juga dilakukan yaitu dengan tidak adanya penarikan uang pendaftaran dan

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

uang SPP bagi yang bersekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

#### d. Pengawasan

Pengawasan merupakan fungsi terakhir dalam manajemen. Pengawasan (*controlling*) merupakan keseluruhan upaya pelaksanaan pengamatan pelaksanaan kegiatan operasional untuk menjamin bahwa semua kegiatan tersebut sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan. Pengawasan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik dilakukan dengan rapat evaluasi. Dalam rapat tersebut kepala madrasah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran dan penerimaan peserta didik dari laporan dan keterangan dari masing-masing anggota panitia. Adapun strategi yang digunakan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam tahap pengawasan yaitu melakukan rapat evaluasi untuk mengontrol seluruhnya.

Hal tersebut disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah, ia mengatakan:

“Yang saya praktekan selama ini ya saya mengawasi panitia dengan mengkoordinir ketua tim atau ketua panitia. Biasanya yang saya kontrol itu sampai sejauh mana pelaksanaan kegiatan pemasaran dan penerimaan calon peserta didik, apakah sudah sesuai atau belum dengan rencana di awal.. apakah ada kendala, jika ada kita coba cari solusinya.. hal itu kita lakukan pada saat rapat evaluasi.”<sup>167</sup>

Selain itu kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut juga memberikan Instruksi kepala ketua tim atau ketua panitia untuk ikut serta melakukan pengawasan terhadap seluruh anggota kepanitiaan. Pengawasan yang dilakukan oleh ketua panitia sebagaimana yang disebut bahwa salah satu tugas dari ketua panitia adalah mengadakan *briefing* antar panitia. Selain itu juga ketua panitia bertugas mengawasi, memantau tugas kerja anggotanya. Dalam hal kegiatan

---

<sup>167</sup>AP, Wawancara.

pemasaran madrasah dan penerimaan calon peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ketua panitia bertanggung jawab atas jalannya pelaksanaan kegiatan tersebut. Hal tersebut disampaikan oleh MR selaku ketua panitia:

“Pada kegiatan pemasaran dan penerimaan calon peserta didik perlu melakukan *briefing*, dikarenakan saya bisa mengontrol dan mengawasi seluruh pekerjaan anggota kepanitiaan, mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh anggota... karena saling berkoordinasi antara anggota dan panitia itu sangat diperlukan untuk kelancaran jalannya sebuah kegiatan.”<sup>168</sup>

Kepala Madrasah Nurul Iman Singkut juga memberikan arahan terhadap guru dan staf untuk ikut mengawasi dan memberikan arahan kepada calon peserta didik untuk ikut serta dalam mempromosikan madrasah. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu IM:

“Iya buk, kita guru biasanya tetap memberikan arahan kepada anak-anak untuk tetap ikut serta dalam kegiatan mempromosikan madrasah kita ini... kita awasi dan kita tanyakan bagaimana perkembangannya apakah ada teman-temannya yang mau mendaftar di madrasah kita, kalo misalnya ada itu harus cepat-cepat kita respon dan ambil tindakan.”<sup>169</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, adapun pengawasan yang dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut adalah dengan melaksanakan rapat evaluasi dan koordinasi dengan semua bagian, rapat tersebut dilakukan satu minggu sekali, tindakan pengawasan tidak hanya dilakukan oleh kepala madrasah kepada panitia saja melainkan juga ketua panitia dituntut untuk mampu mengawasi anggota serta guru mengawasi perkembangan promosi yang dilakukan oleh peserta didik di lapangan.

## **2. Faktor penghambat dan pendukung kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut**

---

<sup>168</sup>MR, Wawancara.

<sup>169</sup>IM, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei 2023.

Dalam melaksanakan sebuah kegiatan tentunya terdapat berbagai faktor penghambat yang ditemui. Adapun faktor penghambat dan pendukung yang ditemui di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik adalah sebagai berikut:

a. Faktor penghambat

1) Persaingan dari sekolah lain

Menjamurnya lembaga pendidikan mengakibatkan daya saing yang cukup tinggi dan tidak terelakkan lagi. Sebagaimana teori pemasaran pendidikan yang di kembangkan oleh Maskub Abrori,<sup>170</sup> daya saing atau kemampuan berkompetisi menentukan kelangsungan hidup suatu lembaga, Institusi pendidikan yang tidak kompetitif akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Hal tersebut juga dapat dirasakan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, banyaknya persaingan antara lembaga pendidikan yang ada di Singkut juga menjadi hambatan tersendiri bagi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, sesuai dengan yang diungkapkan oleh AP selaku kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman:

“Madrasah Aliyah Nurul Iman cukup kesulitan untuk mencari siswa yang mau belajar disini, hal tersebut tidak terlepas dari persaingan antar sekolah. Jumlah sekolah di kecamatan Singkut ini menurut saya sudah terlalu banyak, di Desa Siliwangi saja ada 2 sekolah yang setara dengan MA Nurul Iman, belum lagi sekolah terdekat lainnya seperti SMAN 2 Sarolangun salah satu sekolah favorit, MAS Wali Songo, SMA Muhammadiyah, SMK Muhammadiyah, dan masih banyak lagi.”<sup>171</sup>

Sejalan dengan pendapat tersebut LM selaku wakil kurikulum menambahkan bahwa tak sedikit sekolah yang kekurangan peserta didik berakhir dengan menutup lembaganya. LM mengatakan:

---

<sup>170</sup>Abrori, “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda.”

<sup>171</sup>AP, Wawancara.



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

“Kita ambil contoh dari sekolah yang terdekat saja, yang masih berada di kawasan Desa Siliwangi, masih dalam radius 1 Km yaitu MA Sunan Kalijaga yang sempat menutup sekolahnya karena kekurangan peserta didik walaupun kini sudah beroperasi kembali, kemudian SMK Gunung Jati yang baru dibuka tahun ini tapi sayangnya gagal beroperasi dikarenakan tidak mendapatkan peserta didik. Hal tersebut menandakan persaingan di dunia pendidikan pada saat ini cukup ketat”<sup>172</sup>

Adapun solusi yang mampu diberikan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan berusaha memperbaiki kekurangan yang ada di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, sebagaimana yang disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah:

“Dengan adanya persaingan yang sangat ketat antar lembaga pendidikan kita juga berupaya untuk tetap memberikan warna tersendiri terhadap MA kita buk.. contohnya kita berupaya untuk menonjolkan program yang kita miliki seperti sholat *dhuha*, khatam al-Qur’an sebulan sekali, yasinan mingguan.. karena ciri khas kita yaitu sekolah yang bernafaskan Islami.”<sup>173</sup>

## 2) Terbatasnya Anggaran

Anggaran yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif. Upaya pemasaran yang membutuhkan investasi seperti iklan, promosi dan sebagainya dapat terhambat jika anggaran terbatas. Solusi yang dilakukan yaitu mencari cara kreatif untuk mengoptimalkan anggaran yang ada dan memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan kemampuan finansial Madrasah Nurul Iman Singkut. sebagaimana yang disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah:

“Terbatasnya perihal anggaran menjadi tantangan tersendiri bagi kita, sedangkan dana yang kita kelola murni semuanya dari dana Bos. Pada hakikatnya harapan-harapan dan rencana yang kita miliki itu cukup besar tapi terkendala dengan biaya. Lantas bukan berarti kita juga hanya berdiam diri, biasanya strategi pemasaran yang kita gunakan harus

<sup>172</sup>LM, Wawancara.

<sup>173</sup>AP, Wawancara.

disesuaikan semuanya dengan anggaran yang serba terbatas juga, disini saya, panitia, guru-guru keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman dituntut untuk mampu memiliki kreativitas dalam mempromosikan memasarkan madrasah agar apa yang diharapkan sedikit demi sedikit tercapai”<sup>174</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh IM selaku guru, mengatakan:

“Harapan kita besar buk, perihal pemasaran perihal sarana dan prasarana, perihal pembelajaran, lagi-lagi semua terkendala karena biaya.”<sup>175</sup>

MR juga mengatakan hal senada”

“Untuk pemasaran sendiri, dimulai dari buat spanduk, brosur, konsumsi dan sebagainya itu biasanya budget sangat terbatas buk, palingan sekitar 1 sampai 2 juta aja.”<sup>176</sup>

### 3) Keterbatasan sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kelancaran atau kemudahan dalam proses pembelajaran. Sarana dan prasarana pendidikan yaitu segala perlengkapan atau fasilitas yang digunakan dalam proses pembelajaran baik yang bergerak maupun tidak bergerak seperti kursi, meja, ruang kelas dan lain-lain dalam rangka pencapaian tujuan pendidikan. Salah satu penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam pemasaran yaitu karena adanya keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki. Sebagaimana hal tersebut disampaikan oleh IM selaku guru, ia mengatakan :

“Sarana dan prasarana itu merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang proses pembelajaran buk, jadi kalo sarana dan prasarana yang kita miliki belum maksimal tentulah sedikit banyak pasti akan berdampak kepada jumlah peserta didik yang akan bersekolah disini.”

---

<sup>174</sup>AP, Wawancara.

<sup>175</sup>IM, Wawancara.

<sup>176</sup>AP, Wawancara.

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

Hal senada juga disampaikan oleh LM selaku wakil kurikulum, ia mengatakan:

“ruang kelas itu hal yang sangat penting bagi lembaga pendidikan buk, kita punya tiga ruang kelas namun sayangnya belum memenuhi standar. Jika memang kepala sekolah memiliki target peserta didik berjumlah 25 sampai 30 orang itu bisa saja sih buk, tapi mungkin cenderung terlalu dipaksakan, takutnya malah proses pembelajaran yang ada tidak efektif lagi.”<sup>177</sup>

#### 4) Keterbatasan sumber daya manusia

Di Madrasah Aliyah Nurul Iman masih adanya keterbatasan sumber daya manusia, belum ada tenaga khusus untuk memasarkan jasa pendidikan. Sebagaimana yang disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah:

“Salah satu kendala yang dirasakan yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang mumpuni dibidang marketing atau pemasaran jasa pendidikan, disini itu kebanyakan gurunya tidak hanya mengajar di MA kita aja buk, tapi juga mengajar di tempat lain, jadi memang susah untuk fokus dan perihal digitalisasi itu sangat kurang.”<sup>178</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh LM selaku Wakil Kepala Madrasah :

“Iya buk, jadi disini tu kendalanya di SDM yang masih kurang, sehingga kita belum bisa bergerak lebih jauh, sepertinya memang perlu dobrakan baru, gerakan baru agar madrasah kita ini bisa semakin baik ke depannya, bisa mengikuti perkembangan zaman.”<sup>179</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh KS, selaku staf tata usaha dan guru, ia mengatakan:

“Bukan cuma SDM sih buk.. kendalanya juga dari tenaga pendidik yang ada di MA kita ini gak ada yang benar-benar fokus ngurus MA kita.. karena memang keadaan, honor nya kecil jadi rata-rata juga tenaga pendidik disini juga bekerja di instansi lain hal tersebut saya rasa juga sangat berpengaruh

---

<sup>177</sup>LM, Wawancara.

<sup>178</sup>AP, Wawancara.

<sup>179</sup>LM, Wawancara.

terhadap perkembangan dan kemajuan dari madrasah kita ini buk.”

b. Faktor pendukung

1) Kerjasama yang baik

Adanya kerjasama yang baik antara penanggung jawab kepala madrasah, panitia, guru dan seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut memberikan pengaruh yang positif. Kerjasama yang baik menjadikan hal tersebut dapat membantu proses manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. hal ini disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah, beliau mengatakan:

“Dari sekian banyak kekurangan yang ada di Madrasah kita ini buk, saya juga bersyukur bahwa masih ada kerjasama, dan komunikasi yang baik antara saya dengan guru, dengan panitia, dengan seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman ini, sehingga proses yang kita lalui tetap berjalan, tanpa adanya hal tersebut mungkin kita gak akan bisa berjalan sebagaimana mestinya.”<sup>180</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh KS beliau mengatakan:

“Iya betul sekali buk, *Alhamdulillahnya*, meskipun kondisi kita seperti ini, tapi masih saling support masih saling mendukung, saling berkoordinasi berkat kerja sama yang baik kita jadi saling bisa memahami satu sama lain.”<sup>181</sup>

2) Kemitraan

Membangun kemitraan yang erat dengan MTs, SMP, ormas dan pemerintah terkait di wilayah sekitar dapat membantu Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam memperoleh referensi dan rekomendasi calon peserta didik, kerjasama yang baik akan membantu dalam menyediakan program transisi yang mulus bagi calon peserta didik yang ingin melanjutkan pendidikan di

---

<sup>180</sup>AP, Wawancara.

<sup>181</sup>KS, Wawancara.



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

Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Hal tersebut disampaikan oleh AP selaku kepala madrasah, ia mengatakan:

“Berkat adanya hubungan kemitraan yang dijaga dengan baik seperti dengan MTs Hidayatul Muftadi’in dan sekolah-sekolah terdekat lainnya kemudian kemitraan dengan ormas dengan pemerintah juga memberikan efek yang baik untuk madrasah, seperti halnya kita bisa mendapat referensi dan rekomendasi calon peserta didik.”<sup>182</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh MR mengatakan:

“Dengan adanya kerjasama antar lembaga yang baik juga akan membantu proses pemasaran bagi madrasah kita jadi hal tersebut perlu dijaga dengan baik.”<sup>183</sup>

Dari hasil wawancara mengenai faktor penghambat dan faktor pendukung dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut melalui manajemen pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Faktor penghambat:

*Pertama*, Banyaknya pesaing di lembaga pendidikan yang ada juga menjadi hambatan tersendiri bagi Madrasah Aliyah Nurul iman Singkut. Jumlah sekolahan di kecamatan Singkut sudah terlalu banyak, di Desa Siliwangi terdapat 2 sekolah yang setara dengan MA Nurul Iman, belum lagi sekolah terdekat lainnya seperti SMAN 2 Sarolangun salah satu sekolah favorit, MAS Wali Songo, SMA Muhammadiyah, SMK Muhammadiyah, dan sekolah lainnya. Adapun solusi yang mampu diberikan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan berusaha memperbaiki kekurangan yang ada di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu berupaya untuk menonjolkan program yang kita miliki seperti sholat dhuha, khatam al-Qur’an sebulan sekali, yasinan mingguan karena ciri khas Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut itu bernafaskan agama. *Kedua*, anggaran yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan

<sup>182</sup>AP, Wawancara.

<sup>183</sup>MR, Wawancara.

strategi pemasaran. Upaya pelaksanaan pemasaran membutuhkan investasi seperti iklan, promosi dan sebagainya dapat terhambat jika anggaran terbatas. Solusi yang dilakukan yaitu mencari cara kreatif untuk mengoptimalkan anggaran yang ada dan memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan kemampuan finansial Madrasah Nurul Iman singkat. *Ketiga*, Sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kelancaran atau kemudahan dalam proses pembelajaran. Salah satu penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam manajemen pemasaran yaitu karena adanya keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki. *Keempat*, kendala yang dirasakan yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang mumpuni di bidang marketing atau pemasaran jasa pendidikan, sehingga belum bisa bergerak dan berkembang lebih jauh.

b. Faktor pendukung

*Pertama*, Adanya kerjasama yang baik antara penanggung jawab kepala madrasah, panitia, guru dan seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut memberikan pengaruh yang positif. Kerjasama yang baik menjadikan hal tersebut dapat membantu proses manajemen pemasaran. *Kedua*, Membangun kemitraan yang erat dengan MTs, SMP, ormas dan pemerintah terkait di wilayah sekitar dapat membantu Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam memperoleh referensi dan rekomendasi calon peserta didik, kerjasama yang baik akan membantu dalam menyediakan program transisi yang mulus bagi siswa yang ingin melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

**3. Dampak manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut**

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak AP selaku kepala madrasah yang juga mengetahui proses perkembangan Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dari awal berdiri hingga saat ini, ia mengatakan:

“Semenjak berdirinya MA kita, MTs Mubtadi’ien kemudian ada juga MIN Singkut semuanya kan berawal dari satu rumpun yayasan yang sama, yaitu yayasan Mubtadi’ien, Alhamdulillah permasalahan pernikahan dini, anak-anak yang putus sekolah di daerah ini jumlahnya sudah sangat kecil, anak-anak sudah banyak yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Sedangkan kalo dilihat dari sektor ekonomi sudah sangat jelas bahwa dengan hadirnya lembaga pendidikan di daerah ini jalan poros depan ini sudah hidup, banyak warga yang membuka usaha sehingga usahanya pun berkembang pesat.”<sup>184</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak DH selaku Staf Tata Usaha (TU), beliau mengatakan:

“Dengan adanya program bakti sosial yang bertujuan untuk membantu masyarakat dan sekaligus memperkenalkan sekolah hal tersebut mampu memberikan efek positif, harapannya sih program ini tetap berlanjut seperti membersihkan masjid, gotong royong di lingkungan sekitar karena masyarakat ikut merasakan efek baiknya.

Ditinjau dari hasil wawancara diatas bahwa masyarakat sekitar secara umum merasakan kehadiran Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut karena telah memberikan kontribusi atau manfaat yang baik di lingkungan sekitar. Selanjutnya hasil observasi peneliti ditemukan bahwa upaya-upaya yang dilakukan kepala madrasah melalui kegiatan pemasaran memberikan hasil yang baik terhadap peningkatan hubungan dengan stakeholders. Melalui kegiatan pemasaran, lembaga pendidikan dapat memperkuat hubungan dengan berbagai pihak yang terlibat, seperti orang tua siswa, alumni, masyarakat sekitar dan lembaga pendidikan lainnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh LM , selaku wakil kurikulum, ia mengatakan:

---

<sup>184</sup>AP, Wawancara.

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

“Biasanya kan ada yang namanya pertemuan orang tua, nah hal tersebut *Alhamdulillah* komunikasinya kami jaga dengan baik, harapannya melalui langkah-langkah ini masyarakat akan mendukung keberhasilan lembaga pendidikan ini dalam jangka panjang, kemudian juga ada kegiatan yang sifatnya berkolaborasi dengan lembaga pendidikan lain seperti mengikuti perlombaan yang diadakan di perguruan tinggi.. komunikasi dengan perguruan tinggi yang ada di kabupaten Sarolangun juga terjaga dengan baik tujuannya sih agar mempermudah apabila ada siswa kita yang hendak melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.”<sup>185</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh KS selaku Staf Tata Usaha (TU), beliau mengatakan:

“Iya buk.. bukan cuma dengan perguruan tinggi tapi juga dengan lembaga pendidikan lainnya seperti MTs, SMP, dengan adanya kegiatan pemasaran hubungannya semakin erat dikarenakan komunikasi kita jadi aktif gitu...”<sup>186</sup>

Selain itu dalam proses observasi peneliti, berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik namun belum berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dikarenakan faktor-faktor tertentu. Berikut pendapat AP selaku kepala madrasah, ia mengatakan:

“Kalo kita liat efek manajemen pemasaran yang sudah kita lakukan terhadap jumlah siswa itu belum terlihat secara signifikan, namun dengan adanya upaya-upaya yang kita lakukan itu sudah membuktikan kalo kita juga tidak berdiam diri, kemudian karena memang masyarakat kebanyakan lebih memilih melanjutkan pendidikan di sekolah negeri, sekolah swasta dijadikan sebagai pilihan kedua. Walaupun demikian kita juga bersyukur setiap tahunnya kita tetap melakukan proses pemasaran, promosi dan proses menerima peserta didik baru meskipun jumlahnya belum mencapai target yang telah ditentukan.”<sup>187</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh DH selaku Staf Tata Usaha (TU), beliau mengatakan:

<sup>185</sup>LM, Wawancara dengan peneliti, 8 Mei 2023.

<sup>186</sup>KS, Wawancara.

<sup>187</sup>AP, Wawancara.



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

“Sekarang itu sudah zamannya digital, apa-apa yang kita cari sudah ada di Hp semua.. ya saya pikir kalo kita mau maju ya kita juga harus mengikuti perkembangan zaman, kalo tidak mengimbangi ya kita bakal tertinggal. Ada baiknya manajemen pemasaran itu juga sejalan dengan perkembangan zaman biar hasilnya pun maksimal sesuai dengan apa yang kita harapkan, kalo untuk kondisi sekarang, menurut saya manajemen pemasaran yang sudah dilakukan belum begitu memuaskan, karena cara yang digunakan masih terkesan cara lama, kita sosial media gak ada, web gak punya, kalo orang lain mau mencari informasi kita pasti kesulitan.. sedangkan tujuan dari pemasaran sendiri yaitu memperkenalkan madrasah kita ke tengah masyarakat.”<sup>188</sup>

Berbeda halnya yang disampaikan oleh LM selaku wakil kepala madrasah, ia mengatakan:

“Menurut saya berhasil atau tidaknya manajemen pemasaran itu indikatornya ada dua yang tampak jelas yang pertama yaitu jumlah peserta didik baru yang mendaftar, kemudian yang kedua itu tingkat retensi siswa. Jika kita lihat dari jumlah peserta didik yang daftar tiap tahunnya itu naik turun, masih dibawah angka 25. Tapi menurut saya hal tersebut juga sejalan dengan kondisi sarana prasarana yang kita miliki saat ini, jadi.. itu merupakan hal yang wajar. Kemudian yang kedua itu bisa kita lihat dari tingkat retensi peserta didik, sejauh ini kita mampu mempertahankan peserta didik yang sudah terdaftar. Jadi tingkat retensi siswa di Madrasah Aliyah Nurul iman cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa siswa dan orang tua merasa puas pada lembaga pendidikan kita buk, namun memang masih banyak perbaikan yang harus kita lakukan terutama dari segi sarana dan prasarana”

Berikut pendapat IM selaku salah satu guru di Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut, ia mengatakan:

“Kita punya ruang belajar ada tiga buk, tapi sayangnya kondisi ruang belajar kita belum sesuai standar, banyak meja dan kursi yang tidak layak pakai.. kemudian ada juga ruangan kelas XI itu bocor buk.. pencahayaannya menurut saya juga kurang. Kalo dilihat dari ukuran luasnya itu masih dibawah standar buk.. kita bisa bandingin aja sih ruang belajar yang dimiliki MTs yang ada di sampingnya itu dengan ruang belajar yang MA miliki tentu terlihat jelas bedanya buk, walaupun kita mencapai target jumlah siswa hingga 30 orang tentu proses belajar mengajarnya belum tentu

<sup>188</sup>DH, Wawancara dengan peneliti, 27 Maret 2023.

efektif. jadi kalo jumlah peserta didik barunya masih dibawah 25 itu wajar aja sih buk.<sup>189</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa hasil dari manajemen pemasaran yang dilakukan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut belum mencapai hasil yang signifikan dalam peningkatan jumlah peserta didik. Meskipun telah dilakukan upaya-upaya dalam promosi, seperti sosialisasi ke sekolah-sekolah, kegiatan perpisahan, sosialisasi kepada murid dan wali murid, serta insentif bagi mereka yang berhasil mengajak peserta didik baru, jumlah siswa baru yang mendaftar masih cenderung naik turun dan belum mencapai target yang ditentukan.

Kepala sekolah mengakui bahwa dampak manajemen pemasaran tersebut belum memuaskan, terutama karena cara yang digunakan masih terkesan sebagai cara lama, kurangnya kehadiran media sosial dan website, serta kondisi sarana dan prasarana yang belum memenuhi standar. Keterbatasan-keterbatasan ini kemungkinan menjadi faktor yang mempengaruhi hasil dari manajemen pemasaran dalam peningkatan jumlah peserta didik.

Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa dampak dari manajemen pemasaran tersebut belum optimal, tetapi masih ada potensi untuk perbaikan. Penting untuk terus melakukan evaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran dengan memperhatikan perkembangan zaman, meningkatkan kehadiran digital, memperbarui materi promosi, dan memperbaiki fasilitas fisik. Dengan langkah-langkah perbaikan yang tepat, diharapkan manajemen pemasaran dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan mencapai target yang diinginkan.

### C. Pembahasan

Berikut merupakan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut tentang "Manajemen pemasaran

---

<sup>189</sup>IM, Wawancara.

kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut", Manajemen Pemasaran yang dilakukan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut telah menjalankan empat fungsi manajemen yang diaplikasikan pada manajemen pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori Terry<sup>190</sup> yang menyatakan proses manajemen itu meliputi kegiatan utama manajer yaitu: (POAC) *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (pengawasan).

Adapun upaya Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam manajemen pemasaran yaitu:

- (a) Perencanaan, Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut melakukan evaluasi pemasaran tahun sebelumnya, meliputi berapa jumlah peserta didik yang masuk dari daerah mana saja. Analisis pasar ini membantu lembaga dalam memahami kebutuhan dan keinginan pasar, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta berkompetisi dengan lembaga pendidikan lain di wilayah yang sama. Perencanaan yang dilakukan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut tersebut telah sesuai dengan teori Syafarudin<sup>191</sup> yang mendefinisikan perencanaan adalah pandangan masa depan dan menciptakan kerangka kerja untuk mengarahkan tindakan seseorang di masa depan. Langkah awal kepala madrasah sudah relevan dengan tiga unsur utama pemasaran, yaitu (1) segmentasi pasar, yaitu identifikasi dan pembentukan kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah, (2) *targeting*, yaitu pemilihan satu atau

<sup>190</sup>Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, 73.

<sup>191</sup>Syafarudin dan Irwan Nasution, *Manajemen Pembelajaran* (Jakarta: Quantum Teaching, 2005), 77, <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/2424>.

lebih segmen pasar yang akan dimasuki (3) *Positioning*, yaitu menentukan posisi pasar dengan tujuan membangun keunggulan, bersaing produk di pasar agar dikenal dan diingat di benak konsumen.<sup>192</sup> Tiga unsur utama tersebut merupakan prasyarat mutlak yang harus dipenuhi dalam setiap konsep pemasaran. Namun kepala madrasah pada tahap perencanaan ini masih belum melibatkan pihak lain seperti pengurus yayasan atau guru sehingga memang hasil dari proses perencanaan yang dilakukan masih kurang optimal.

- (b) Pengorganisasian yang dilakukan yaitu pembentukan tim atau panitia yang akan bertugas dalam menjalankan strategi pemasaran sekaligus persiapan penerimaan peserta didik. Adapun panitia tidak berjalan sendirian dalam melaksanakan strategi pemasaran melainkan juga melibatkan OSIS dan seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Tahap pengorganisasian yang dilakukan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ini telah sesuai dengan teori Stoner<sup>193</sup> yang menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah proses mempekerjakan dua orang atau lebih yang bekerjasama secara terorganisir untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu. Adapun karakteristik dari pengorganisasian adalah: (1) Ada komunikasi antara orang-orang yang bekerja sama. (2) Individu dalam organisasi memiliki kemampuan untuk bekerjasama. (3) Kerjasama ditujukan untuk mencapai tujuan.<sup>194</sup>
- (c) Upaya yang dilakukan dalam tahap pelaksanaan yaitu dengan cara melakukan berbagai macam strategi pemasaran bersamaan dengan kegiatan penerimaan peserta didik. Adapun strategi

<sup>192</sup>Kuni Fathonah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan," 17.

<sup>193</sup>Komariah, "Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur." 14.

<sup>194</sup>Nanang fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2008), 36, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=669948>



pemasaran yang digunakan yaitu: 1) melakukan promosi menggunakan periklanan media cetak, seperti pemasangan spanduk, pembagian brosur. 2) Mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak seperti lembaga pendidikan maupun institusi lainnya. 3) Promosi dari mulut ke mulut, seperti melaksanakan kegiatan sosialisasi. 4) Memberikan Insentif atau reward kepada guru atau peserta didik yang berhasil mengajak calon peserta didik untuk mendaftar di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Sedangkan pada kegiatan penerimaan peserta didik baru panitia berupaya menyediakan loket pelayanan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang hendak mendaftar dan mencari informasi, yang kedua memberikan formulir pendaftaran. Adapun strategi yang digunakan yaitu memberikan informasi kepada masyarakat bahwa tidak adanya penarikan uang pendaftaran dan uang SPP bagi yang bersekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Dalam strategi pemasaran terdapat istilah yang dinamakan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix Strategy*). Menurut Agustina Shinta<sup>195</sup> *Marketing mix* maupun bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran praktis yang dapat dikendalikan dan yang dipadukan oleh tim akan menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Berikut adalah strategi bauran pemasaran yang efektif yang dikenal dengan 7P yaitu: 1) Produk, pada lembaga pendidikan produk merupakan jasa yang ditawarkan pada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Dalam lingkungan pendidikan, produk jasa yang dapat ditawarkan merupakan jasa layanan akademik seperti kurikulum maupun ekstra kurikulum. Selain itu, penawaran melalui prestasi yang telah diraih juga merupakan faktor pendukung dalam meraih persaingan antar sekolah. Misal, disamping produk bidang

<sup>195</sup>Agustina Shinta, *Manajemen pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 76.

akademik, produsen harus bisa membuat produk layanan pendidikan lebih bervariasi seperti kegiatan olahraga, kesenian, dan keagamaan, untuk menambah kualitas pendidikan. Pada poin ini Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut sudah memiliki produk namun memang tidak mempunyai banyak variasi seperti hanya memiliki satu jurusan, ekstrakurikuler yang masih sedikit. 2) *Price* atau harga, Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium, dan lain-lain. Strategi harga yang terjangkau akan semua kalangan dapat berdampak 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 tidak murah. Namun, apabila sekolah berkualitas dengan harga relatif murah tentu akan menjadi pertimbangan dalam memilih lembaga pendidikan. Untuk harga atau biaya yang ditawarkan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sudah tidak diragukan lagi, dalam kata lain bersekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut itu gratis tanpa ada uang SPP. Adapun penggunaan uang hanya digunakan untuk keperluan seragam sekolah saja. 3) *Place*, lokasi atau tempat sekolah sedikit banyak menjadi referensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri. Posisi Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ini sudah cukup strategis. Lokasinya tidak terlalu dekat dengan jalan raya sehingga proses belajar minim dari gangguan suara bising, kemudian lokasi sekolah juga tidak terlalu jauh dari jalan raya sehingga sekolah mudah diakses. 4) Promosi, dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan pada umumnya ada empat kegiatan yang bisa dilakukan, yaitu : periklanan, *personal selling*, promosi

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

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

penjualan, publisitas. Menurut Afidatun Khasanah<sup>196</sup>, promosi dalam jasa pendidikan merupakan kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di pasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bermaksud untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara advertising melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan juga investasi, melakukan kontak langsung dengan peserta didik dan juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat. 5) People atau orang dalam konteks pendidikan merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses penyemaian jasa pendidikan seperti tata usaha, kepala sekolah, guru dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada peserta didik dalam lembaga sekolah. Untuk mewujudkan sumber daya manusia di lingkungan sekolah yang profesional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional. Disamping itu, perlu terus meningkatkan kompetensi guru dengan memberikan kesempatan juga beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikannya. Peningkatan melalui seminar dan pelatihan juga terus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru. Hal lain yang dipertimbangkan, guru juga harus ramah.<sup>197</sup> 6) *Physical evidence* atau bukti fisik, terdapat dua macam bukti fisik yakni, pertama merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain juga tata letak gedung seperti desain kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga, dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri

<sup>196</sup>Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan, 167.

<sup>197</sup>Faizin, Strategi Pemasaran, 267.

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

sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti rapor, catatan siswa, dan lain-lain.<sup>198</sup> 7) Proses tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada peserta didik. Apakah kualitas jasa maupun pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, maupun bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran. Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut telah melakukan strategi pemasaran sesuai dan sejalan dengan teori strategi bauran pemasaran 7P, namun memang masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan kembali seperti pada poin produk, yang mana Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut perlu meningkatkan kualitas dan mutu pendidikannya melalui pelayanan yang maksimal, menciptakan kegiatan yang lebih bervariasi, memberikan layanan jasa akademik seperti kurikulum dan ekstra kurikulum yang lebih menarik sehingga mampu menarik minat calon peserta didik. kemudian pada poin promosi, Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut juga melakukan periklanan melalui media cetak seperti brosur, dan spanduk namun memang hal tersebut belum dilakukan dengan maksimal karena desain yang digunakan masih belum menarik, tidak menggunakan bahasa pemasaran, belum menunjukkan keunggulan produk, desain yang digunakan masih sangat sederhana. Kemudian yang terakhir yaitu bukti fisik seperti kondisi sarana dan prasarana yang dimiliki masih belum optimal.

- (d) Upaya pengawasan manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik yaitu Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut melakukan pengamatan terhadap pelaksanaan kegiatan untuk menjamin bahwa semua kegiatan tersebut sesuai dengan

<sup>198</sup>Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan, 167.



rencana yang telah dirumuskan. Strategi yang digunakan kepala madrasah pada tahap ini yaitu melakukan rapat evaluasi dengan seluruh tim atau kepanitiaan dengan tujuan agar seluruhnya terkoordinir dengan baik. Selain itu kepala madrasah juga memberikan arahan kepada ketua panitia untuk tetap melaksanakan pengawasan terhadap anggota, dan kepada guru memberikan arahan dan pengawasan terhadap siswa yang membantu dalam proses pemasaran. Pengawasan yang dilakukan oleh Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sudah sejalan dengan teori Komariah<sup>199</sup> yang menyatakan bahwa pengawasan atau pengendalian adalah proses untuk memastikan bahwa aktivitas yang dilaksanakan sudah sesuai dengan yang direncanakan. Proses verifikasi dapat mencakup beberapa bagian, yaitu: 1) Menerapkan standar kinerja. 2) Mengukur kinerja. 3) Perbandingan kinerja dengan standar yang ditetapkan. 4) Mengambil tindakan korektif ketika ditemukan penyimpangan.

Adapun faktor penghambat dan pendukung manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut ialah:

- (a) Berikut merupakan faktor penghambat manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah:
- 1). Banyaknya pesaing di lembaga pendidikan.
  - 2). Anggaran yang terbatas.
  - 3). Keterbatasan sarana dan prasarana.
  - 4). Keterbatasan sumber daya manusia.
- Berikut ini adalah penghambat pemasaran pendidikan menurut Eka<sup>200</sup> adalah: 1) Tidak memiliki tim khusus untuk promosi. 2) Masalah penjualan, seperti kemampuan daya bersaing yang lemah, lokasi usaha yang kurang strategis dan lain-lain. 3) Sekolah belum memiliki konsep yang sistematis dalam hal pemasaran jasa pendidikan. 4) Tidak ada data evaluasi sebagai

<sup>199</sup>Komariah, "Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur." 96.

<sup>200</sup>Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 57-58.

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

bahan perbaikan dalam menyusun strategi tahun berikutnya. 5) Tidak mampu membaca pasar juga membuat tidak laku di pasaran karena tidak sesuai dengan selera konsumen, tidak menjangkau daya beli masyarakat, dan sebagainya. 6) Strategi pemasaran jasa pendidikan seringkali dianggap tidak penting.

- (b) Sedangkan faktor pendukung manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru adalah: 1). Adanya kerjasama yang baik antar sesama keluarga besar Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut. 2). Hubungan kemitraan dengan lembaga lain yang dijaga dengan baik. Adapun Faktor pendukung pemasaran pendidikan menurut Eka<sup>201</sup> adalah :
- 1) Memiliki perhatian yang lebih besar terhadap pelanggan dan karyawan, pemilik lembaga pendidikan sebaiknya memiliki lebih banyak kontak langsung dengan pelanggan dan karyawan agar usahanya lebih dapat memberikan respon lebih cepat terhadap perubahan.
  - 2) Kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi, serta memiliki segmen yang jelas.
  - 3) Tersedianya dana ketika keuangan tersedia untuk memungkinkan bauran promosi, maka sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan mempunyai kesempatan untuk mencoba mengoptimalkan tingkat promosinya melalui berbagai iklan.
  - 4) Teknologi, dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan dapat membantu mempromosikan lembaga dengan lebih efektif dan efisien serta mampu menciptakan yang lebih modern dan berteknologi tinggi.

Dampak manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam meningkatkan jumlah peserta didik berdasarkan observasi peneliti di lapangan ditemukan fakta bahwa:

---

<sup>201</sup>Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, 57-58.

- (a) Masyarakat secara umum merasakan kehadiran Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut karena telah memberikan kontribusi atau manfaat yang baik di lingkungan sekitar.
- (b) Upaya yang dilakukan kepala madrasah melalui kegiatan pemasaran belum mencapai hasil yang signifikan dalam peningkatan jumlah peserta didik. Meskipun telah melakukan upaya promosi, seperti sosialisasi, kegiatan perpindahan, sosialisasi kepada murid dan wali murid, serta memberikan insentif bagi mereka yang berhasil mengajak peserta didik, jumlah peserta didik yang mendaftar masih cenderung naik turun dan belum mencapai target yang diharapkan.
- (c) Bahwa hasil dari manajemen pemasaran tersebut belum optimal, tetapi masih ada potensi untuk perbaikan. Penting untuk terus melakukan evaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran dengan memperhatikan perkembangan zaman, meningkatkan kehadiran digital, memperbarui materi promosi, dan memperbaiki fasilitas fisik. Dengan langkah-langkah perbaikan yang tepat, diharapkan hasil dari manajemen pemasaran dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan mencapai target yang diinginkan.

Penelitian ini berimplikasi pada keharusan kepala sekolah mengembangkan terobosan baru dalam strategi pemasaran. seperti: Pemasaran digital dan konten online. Pemasaran melalui media digital telah menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran pendidikan. Madrasah Aliyah Nurul Iman dapat memanfaatkan platform media sosial, situs web, dan mesin pencari untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens potensial. Konten online yang informatif dan relevan, seperti blog, video, dan panduan pendidikan, dapat digunakan untuk menarik dan mempertahankan minat calon siswa.

Perlu adanya pembaruan brosur dan spanduk dengan memperhatikan desain yang menarik, dengan kombinasi warna yang sesuai dan font yang mudah dibaca. Perhatikan tata letak yang teratur dan penempatan elemen

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

yang baik untuk memudahkan pembaca dalam membaca informasi, gunakan gambar atau ilustrasi yang relevan dengan tema pendidikan atau lembaga. Pastikan gambar yang dipilih berkualitas tinggi dan memberikan gambaran yang jelas tentang lingkungan dan suasana lembaga pendidikan, gunakan kata-kata yang menarik dan persuasif untuk menjelaskan keunggulan dan nilai unik dari lembaga pendidikan. Hindari penggunaan kalimat yang terlalu panjang atau rumit, tetapi tetap jelas dan padat. Sertakan poin-poin utama tentang program pendidikan, visi misi, fasilitas, dan kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan oleh lembaga. Gunakan penekanan visual seperti bullet points atau kotak-kotak untuk membuatnya lebih menonjol. Tambahkan testimonial atau ulasan dari siswa atau orang tua yang telah memiliki pengalaman positif dengan lembaga. Ini dapat membantu membangun kepercayaan dan meyakinkan calon siswa dan orang tua tentang kualitas pendidikan yang ditawarkan. Pastikan untuk mencantumkan informasi kontak yang jelas, termasuk nomor telepon, alamat email, dan alamat fisik lembaga. Ini memudahkan calon peserta didik dan orang tua dalam menghubungi pihak sekolah untuk pertanyaan atau pendaftaran. Kerjasama dengan influencer atau tokoh berpengaruh di bidang pendidikan atau industri terkait dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif. Influencer dapat membantu memperluas jangkauan lembaga pendidikan dan memperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas melalui rekomendasi dan promosi. Menciptakan pengalaman berkesan dan unik bagi calon peserta didik melalui kegiatan atau acara pemasaran kreatif. Misalnya, lembaga dapat mengadakan workshop, seminar, atau kegiatan sosial yang relevan dengan bidang pendidikan yang mereka tawarkan. Hal ini dapat membantu calon peserta didik merasakan nilai tambah dan kepribadian lembaga pendidikan secara langsung. Menggunakan cerita atau narasi yang kuat untuk mengkomunikasikan nilai-nilai, keberhasilan alumni, dan pengalaman peserta didik dapat membuat lembaga pendidikan lebih menarik. Cerita yang menginspirasi dan relevan dapat membangun

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



hubungan emosional dengan calon peserta didik dan orang tua, meningkatkan kepercayaan, dan membedakan lembaga dari pesaing. Terobosan-terobosan ini memberikan peluang baru dalam pemasaran pendidikan, membangun hubungan yang lebih dekat dengan calon peserta didik, dapat meningkatkan keberhasilan pendaftaran peserta didik. Penting untuk terus mengikuti tren dan mengadaptasi strategi pemasaran dengan cepat untuk tetap relevan dalam lingkungan pendidikan yang berubah.

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B 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 merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## BAB V

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut tentang “Manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah aliyah Nurul Iman Singkut”. maka peneliti menarik kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang peneliti tentukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manajemen pemasaran kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dengan melakukan berbagai macam upaya yaitu :
  - a. Analisis pasar.
  - b. Pembentukan tim atau panitia.
  - c. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu: 1). Melakukan promosi menggunakan periklanan media cetak, seperti pemasangan *banner* atau spanduk, pembagian brosur. 2). Mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak seperti lembaga pendidikan maupun institusi lainnya. 3). Promosi dari mulut ke mulut, seperti melaksanakan kegiatan sosialisasi. 4). Memberikan Insentif atau reward kepada guru atau peserta didik yang berhasil mengajak calon peserta didik untuk mendaftar di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
  - d. Memberikan pelayanan dengan cara menyediakan loket pelayanan
  - e. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan untuk menjamin bahwa semua kegiatan sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan.
2. Adapun faktor penghambat dan pendukung manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut adalah:
  - a. Faktor penghambat manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah: 1).

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

Banyaknya pesaing di lembaga pendidikan. 2). Anggaran yang terbatas. 3). Keterbatasan sarana dan prasarana. 4). Keterbatasan sumber daya manusia.

b. Faktor pendukung manajemen pemasaran kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah: 1). Adanya kerjasama yang baik antar sesama keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. 2). Hubungan kemitraan dengan lembaga lain yang dijaga dengan baik.

3. Dampak manajemen pemasaran kepala madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam meningkatkan jumlah peserta didik berdasarkan observasi peneliti di lapangan ditemukan fakta bahwa:

a. Masyarakat secara umum merasakan kehadiran Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut karena telah memberikan kontribusi atau manfaat yang baik di lingkungan sekitar.

b. Upaya yang dilakukan kepala madrasah melalui kegiatan pemasaran memberikan hasil yang baik terhadap peningkatan hubungan dengan stakeholders.

c. Manajemen pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik namun belum berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dikarenakan faktor-faktor tertentu.

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat implikasi dari karya tulis sebagai berikut:

1. Perencanaan: Kepala madrasah melakukan analisis pasar, memahami persaingan, dan menganalisis aspek keuangan sebagai bagian dari perencanaan manajemen pemasaran. Implikasinya adalah pentingnya pemahaman mendalam tentang pasar dan persaingan serta pengelolaan keuangan yang baik untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif.



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

Pengorganisasian: Kepala madrasah membentuk tim atau panitia yang terlibat dalam strategi pemasaran dan penerimaan peserta didik baru. Melibatkan OSIS dan keluarga besar madrasah menunjukkan pentingnya kerjasama dalam menjalankan strategi pemasaran. Implikasinya adalah adanya kolaborasi dan keterlibatan berbagai pihak untuk mencapai tujuan peningkatan jumlah peserta didik baru. Pelaksanaan: Kepala madrasah melakukan berbagai strategi pemasaran seperti promosi melalui media cetak, optimalisasi hubungan dengan lembaga dan institusi lain, serta promosi dari mulut ke mulut. Kegiatan penerimaan peserta didik baru juga dilakukan dengan memberikan pelayanan dan informasi kepada masyarakat. Implikasinya adalah pentingnya diversifikasi strategi pemasaran dan memberikan informasi yang jelas kepada calon peserta didik dan masyarakat. Pengawasan: Kepala madrasah melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran dan melakukan evaluasi mingguan dengan tim atau panitia. Pengawasan juga dilakukan terhadap anggota tim, siswa, dan guru yang terlibat dalam proses pemasaran. Implikasinya adalah perlunya monitoring dan evaluasi secara teratur untuk memastikan implementasi strategi pemasaran berjalan sesuai rencana dan memberikan arahan yang tepat kepada semua pihak terlibat.

2. Berdasarkan observasi peneliti di lapangan hasil manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu Masyarakat merasakan kehadiran Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut: *Pertama*, Fakta bahwa masyarakat secara umum merasakan kehadiran dan kontribusi yang baik dari Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut menunjukkan bahwa upaya manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah telah memberikan dampak positif. Implikasi ini menunjukkan bahwa kepala madrasah telah berhasil membangun citra positif



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



dan hubungan yang baik dengan masyarakat di sekitarnya. *Kedua*, Peningkatan hubungan dengan stakeholders: Temuan bahwa upaya pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah memberikan hasil yang baik dalam meningkatkan hubungan dengan stakeholders menunjukkan bahwa kepala madrasah telah berhasil menjalin kemitraan yang kuat dengan orang tua siswa, alumni, mitra industri, dan masyarakat sekitar. Implikasi ini menunjukkan pentingnya upaya pemasaran dalam memperkuat hubungan dengan stakeholders, yang pada gilirannya dapat mendukung keberhasilan madrasah dalam jangka panjang. *Ketiga*, Manajemen pemasaran yang cukup baik namun belum berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru: Temuan bahwa manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah sudah cukup baik namun belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang menjadi hambatan. Implikasi ini menunjukkan bahwa kepala madrasah perlu menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut agar dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru.

3. *Pertama*, Faktor penghambat manajemen pemasaran kepala sekolah: a). Banyaknya pesaing di lembaga pendidikan: Kepala sekolah perlu menghadapi persaingan yang ketat dengan lembaga pendidikan lain di daerah tersebut. Hal ini menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif untuk membedakan Madrasah Aliyah Nurul Iman dari pesaing. b). Anggaran yang terbatas: Keterbatasan anggaran dapat menjadi kendala dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif. Kepala sekolah perlu mencari solusi kreatif untuk mengoptimalkan anggaran yang tersedia dan memilih strategi pemasaran yang memberikan hasil terbaik dengan sumber daya



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

yang terbatas. c). Keterbatasan sarana dan prasarana: Jika Madrasah Aliyah Nurul Iman memiliki keterbatasan sarana dan prasarana, hal ini dapat mempengaruhi daya tarik sekolah bagi calon peserta didik. Kepala sekolah perlu mencari cara untuk memperbaiki dan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada, serta memastikan bahwa kekurangan ini tidak menjadi penghalang dalam menjalankan strategi pemasaran. d). Keterbatasan sumber daya manusia: Jika lembaga memiliki keterbatasan sumber daya manusia, kepala sekolah perlu memastikan bahwa staf yang ada memiliki kompetensi yang memadai dalam bidang pemasaran. Pelatihan dan pengembangan karyawan dapat menjadi langkah penting untuk memastikan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif. *Kedua*, Faktor pendukung manajemen pemasaran kepala sekolah: a). Adanya kerjasama yang baik antar sesama keluarga besar Madrasah Aliyah Nurul Iman: Keberadaan kerjasama yang baik antara semua pihak terkait di Madrasah Aliyah Nurul Iman dapat menjadi kekuatan dalam upaya pemasaran. Kepala sekolah perlu mempertahankan dan memperkuat kerjasama ini, sehingga semua anggota keluarga besar sekolah dapat berperan aktif dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik. b). Hubungan kemitraan dengan lembaga lain yang dijaga dengan baik: Jika Madrasah Aliyah Nurul Iman memiliki hubungan kemitraan yang baik dengan lembaga lain, hal ini dapat menjadi faktor pendukung dalam strategi pemasaran. Kepala sekolah perlu menjaga hubungan ini dan memanfaatkannya sebagai saluran untuk memperluas jangkauan pemasaran sekolah.

### C. Rekomendasi

Berikut ini adalah rekomendasi penelitian tentang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru:



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

1. Mengembangkan rencana pemasaran yang komprehensif: Kepala sekolah perlu mengembangkan rencana pemasaran yang komprehensif untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Rekomendasi ini mencakup identifikasi target pasar dan segmen yang potensial, pemilihan saluran pemasaran yang efektif, penggunaan pesan yang menarik, serta pengembangan kegiatan promosi yang tepat. Dalam bab ini, dapat dijelaskan langkah-langkah yang diambil oleh kepala sekolah dalam merencanakan dan mengimplementasikan rencana pemasaran yang komprehensif.
2. Memperkuat branding sekolah: Kepala sekolah perlu fokus pada memperkuat branding sekolah. Rekomendasi ini mencakup pengembangan identitas sekolah yang kuat, mencerminkan nilai-nilai, keunggulan, dan keunikan sekolah. Kepala sekolah juga perlu memastikan bahwa citra sekolah tercermin secara konsisten dalam semua komunikasi dan aktivitas sekolah. Dalam bab ini, dapat dijelaskan strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam memperkuat branding sekolah dan mengkomunikasikannya kepada calon peserta didik.
3. Meningkatkan keterlibatan orang tua: Kepala sekolah perlu aktif dalam meningkatkan keterlibatan orang tua dalam kehidupan sekolah. Rekomendasi ini mencakup komunikasi yang terbuka dan teratur dengan orang tua, melibatkan mereka dalam pengambilan keputusan penting, dan menyediakan kesempatan bagi mereka untuk berkontribusi dalam kegiatan sekolah. Kepala sekolah juga dapat mengadakan sesi orientasi, pertemuan rutin, atau kegiatan kolaboratif antara orang tua, siswa, dan staf sekolah. Dalam bab ini, dapat dijelaskan langkah-langkah yang diambil oleh kepala sekolah dalam meningkatkan keterlibatan orang tua.
4. Memanfaatkan teknologi dan media sosial: Kepala sekolah perlu menggunakan teknologi dan media sosial secara efektif untuk

#### 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

memperluas jangkauan pemasaran sekolah. Rekomendasi ini mencakup penggunaan situs web sekolah yang informatif dan menarik, akun media sosial aktif, dan pemanfaatan platform online untuk mengkomunikasikan program dan prestasi sekolah kepada calon peserta didik dan orang tua. Dalam bab ini, dapat dijelaskan bagaimana kepala sekolah memanfaatkan teknologi dan media sosial dalam upaya pemasaran sekolah.

5. Membangun kemitraan dengan komunitas lokal: Kepala sekolah perlu menjalin kemitraan dengan komunitas lokal untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Rekomendasi ini mencakup kerjasama dengan lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, atau perusahaan di sekitar sekolah. Kepala sekolah dapat mengadakan acara bersama, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, atau menyelenggarakan program yang bermanfaat bagi komunitas. Dalam bab ini, dapat dijelaskan langkah-langkah yang diambil oleh kepala sekolah dalam membangun kemitraan dengan komunitas lokal.

Seluruh rekomendasi tersebut di atas dapat memberikan landasan yang kuat untuk penelitian lanjutan tentang manajemen pemasaran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik.

#### **D. Saran**

Dalam penelitian ini peneliti hanya bisa memberikan saran-saran yang mungkin bisa berguna bagi pihak Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut khususnya dalam manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru.

1. Kepada Kepala KEMENAG Kabupaten Sarolangun, supaya memberikan perhatian kepada lembaga pendidikan yang ada di Kabupaten Sarolangun terkhusus kepada lembaga pendidikan Madrasah Aliyah dalam hal pembiayaan atau anggaran, penghargaan yang berkaitan dengan peningkatan mutu layanan pendidikan.
2. Kepala Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut



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



- a. Agar pihak madrasah tidak henti-hentinya meningkatkan kualitas madrasah agar masyarakat semakin percaya kepada Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk bersekolah di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.
  - b. Kepala Madrasah, Guru, Komite dan pengurus Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut saling bekerja sama untuk mengembangkan madrasah yang lebih baik lagi agar bisa menarik calon peserta didik lebih banyak lagi.
  - c. Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut lebih baik berupaya untuk meningkatkan kemampuan guru dan staf yang ada dengan cara mengikuti berbagai macam pelatihan, seminar dan sebagainya yang mampu menunjang keahlian, sehingga mampu memanfaatkan secara maksimal serta meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki.
3. Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru
    - a. Di era globalisasi seperti ini pihak panitia lebih aktif promosi lewat media internet seperti *website*, *Facebook*, dan lain sebagainya.
    - b. Supaya mengadakan pembuatan film sebagai media promosi.
    - c. Mengadakan lomba atau *event* baik olahraga maupun keterampilan lain sebagainya yang diselenggarakan di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut, hal ini bertujuan untuk menjaring calon peserta didik.
  4. Guru di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut
    - a. Supaya kreatif dalam pembelajaran, sehingga pembelajaran tidak monoton dan cenderung membosankan.
  5. Kepada calon peserta didik
    - a. Dengan adanya lembaga pendidikan yang bercirikan Islam diharapkan bisa mendaftar di madrasah tersebut untuk mempelajari Islam.

#### 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

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim, Departemen Agama Republik Indonesia, 2019.

### Buku

Afif, John. *101 Problem Solving of Masalah Pemasaran Produk*. Yogyakarta: Laksana, 2014. Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Angelica, Diana dan Cahyani, Ria. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Joseph P. Canon at.al (terj)*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Anwar, Idochi. *Administrasi Pendidikan dan Manajemen Biaya Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Azwar, Saifuddin *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.

Bukhari, Shahih. *Kitab Adzan, Bab Wudhu*. hadits 859.

Boyd, Walker dan Larreche. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga 2000.

Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.

Depdiknas. *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah, Buku, Konsep dan Pelaksanaan*. Jakarta: Balitbang Depdiknas 2001.

Engkoswara. Komariah, Aan. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: ALFABETA, 2012.

Fattah, Nanang. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

Hidayat, Ara. Machali, Imam. *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Kaukaba, 2012.

Husaini Usman. *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Irwan, Zain, Hasse. *Agama, Pendidikan Islam Dan Tanggung Jawab Sosial Pesantren*. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana UGM, 2008.

Kerin, Roger A. dan Peterson, A.Robert. *Pemasaran Strategis, Kasus dan Komentari, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks, 2015.

Kompri. *Manajemen Dan Kepemimpinan Pondok Pesantren*. Jakarta: Kencana, 2018.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Manab, Abdul. *Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Kalimedia, 2015.

Masrukin. *Metode Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press, 2015.

Masyud, Sulthon. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Dipa Pustaka, 2005.

Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2011.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2017.

Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin, 1996.

Muhaimin. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Mujamil, Qomar. *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*. Jakarta: Erlangga, 2002.

Mulyasa, E. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Nawawi, Hadari *Administrasi Pendidikan*. Jakarta : PT Gunung Agung, 1983.

Purwanto, M. Ngalm. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.

Shinta, Agustina. *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.

Shimp, A.Terence. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

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.

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

- Sondang, Siagian. *Fungsi-fungsi manajemen*. Jakarta: bumi aksara, 2012.
- Suharsimi. Arikunto. Lia Yuliana. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali, 1987.
- Syah, Muhibbin. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005.
- Syamsi,Ibnu. *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara, 1998.
- Syamsudduha. *Manajemen Pesantren*. Yogyakarta: Grha Guru, 2004.
- Terry, R George. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia, 2005.
- Wijayanti, Titik. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2014.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

### Tesis

- Afnina. “Strategi Bauran Promosi terhadap Sikap Konsumen dalam Mengambil Keputusan Menjadi Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa”, *Tesis*, Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2011.
- Al Barokah, “Strategi Marketing Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan” *Tesis*, Jambi: Sekolah Pascasarjana UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022.
- Fathonah, Kuni. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen”, *Tesis*. Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2016.
- Famela, G. A. “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan ( Studi Kasus Di MTs Negeri 2 Bandar Lampung).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Wardaningsih, Nur Widiyanti. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMPN 1 Sawoo." *ELECTRONIC THESES Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.

### Jurnal

Abrori, Maskub. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda." *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)* 3, no. 2 (2015): 227–45. <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.

Andika, Gusdi. Raditya. and Sinduwiatmo, Kukuh. "Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan siswa dalam pemilihan smk sepuluh nopember sidoarjo." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1. no. 1 (2012): 27-38. <https://doi.org/10.21070/kanal.v1i1.326>.

Angraeni, Novita Dwi, Yoto Yoto, and Basuki Basuki. "Studi Tentang Peran Serta Orang Tua Dan Dunia Usaha/Industri Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Smk Negeri 1 Singosari." *Jurnal Teknik Mesin* 23, no. 1 (2015): 11–20. <http://journal.um.ac.id/index.php/teknik-mesin/article/view/5356>.

Fadhil, Muhammad. "Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan." *TADBIR: Jurnal Studi Pendidikan* 1, no. 02 (2017): 2016–2240. <https://bit.ly/3jk598x>.

Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Madaniyah* 7, no. 2 (2017): 261–83. <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>.

Fathurrochman, Irwan, Endang Endang, Dian Bastian, Meri Ameliya, and Ade Suryani. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas." *Jurnal ISE MA Islamic Educational Management* 6, no. 1 (2021): 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

Fradito, Aditia, Suti'ah, and Mulyadi. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan*

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

*Islam* 10, no. 1 (2020): 12–22.  
<https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.

Gofar, Abdul. “Manajemen Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits).” *Islamic Akademika: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 8, no. 1 (2016): 35–58. <https://bit.ly/3IOlpYS>.

Irmayani, Herni, and Dessy Wardiah. “Manajemen Strategis Kepala Sekolah Dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik Di SMPIT Ar-Ridho Palembang.” *JMKSP: Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan* 2, no. 1 (2017): 33–45. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.31851/jmksp.v2i1.1152>.

Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Batu Raden.”, *Jurnal El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2, 2015.

Komariah, K. “Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur.” *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Kemasyarakatan* 10, no. 2 (2019): 115–36.  
<http://stitdukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/view/27%0Ahttps://stitdukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/download/27/15>.

Labaso, Syahrial. “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 289–311.  
<https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.

Mundir, Abdillah. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah.” *Malia Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 27–40.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.369>.

Munir, M. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik.” *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 17. <http://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/intizam/article/view/1/8>.

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 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 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 atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Peserta Didik Di SMPIT Ar-Ridho Palembang.” *JMKSP: Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan* 2, no. 1 (2017): 33–45. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.31851/jmksp.v2i1.1152>.

Rizki E, Muhammad, and Hade Afriansyah. “Administrasi Dan Supervisi Pendidikan.” *Carbohydrate Polymers* 6, no. 1 (2019): 5–10. <https://osf.io/8er4u/download/?format=pdf>.

Rosadi, Kemas Imron. “The effect of emotional intelligence, spiritual intelligence, and school culture on strengthening senior high school student’s character in Jambi Province”, *Cogent Social Sciences*,(2023): 1-15, <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2194564>

Ruhaya, Besse. “Fungsi Manajemen Terhadap Pendidikan Islam.” *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 1 (2021): 125–32. [https://doi.org/10.31943/jurnal\\_risalah.v7i1.174](https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v7i1.174).

Sholichah, Aas Siti. “Teori-Teori Pendidikan Dalam Al-Qur’an.” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 01 (2018): 23. <https://doi.org/10.30868/ei.v7i01.209>.

Tyagita, Brigitta Putri Atika. “Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang 1.” *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 1 (2016): 67. <https://doi.org/https://doi.org/10.24246/j.jk.2016.v3.i1.p67-79>.

Vito, Benediktus, Hetty Krisnani, and Risna Resnawaty. “Kesenjangan Pendidikan Desa Dan Kota.” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2015): 247–51. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.13533>.

Wahyudi, Kacung. “Manajemen Pemasaran Pendidikan.” *Kariman* 4, no. 2 (2018): 99–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.52185/kariman.v4i2.43>.

**Website**

Fikriyyah, Wasi’atul. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam

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.

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

Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MTs Darul Falah Bendiljati Kulon Tulungagung.” *UIN Satu Tulungagung Institutional Repository*. IAIN Tulungagung, 2020. <http://repo.uinsatu.ac.id/25399/5/BAB II.pdf>.

Kotler, Philip. *Marketing Management , Millenium Edition*. 10th ed. Amerika: Person Custom, 2001. [bit.ly/3kxNHhX](http://bit.ly/3kxNHhX).

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management. Soldering & Surface Mount Technology*. 15th ed. Vol. 13. Amerika Serikat: Courier/Kendallville, 2001. <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>.

Nazarudin, Nazarudin. *Manajemen Strategik. NoerFikri Offset*. 1st ed. Palembang: Noer Fikri Offset, 2020. [http://repository.radenfatah.ac.id/7078/1/Buku manajemen strategik-digabungkan.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/7078/1/Buku_manajemen_strategik-digabungkan.pdf).

Nurazizah, Siti. “Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Di MTs Daar-Ruhama Pandeglang.” Universitas Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2016. <http://repository.uinbanten.ac.id/8265/>.

Syafarudin, Nasution, Irwan. *Manajemen Pembelajaran*. Jakarta: Quantum Teaching, 2005, <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/2424>.

Sekolah Kita. “Kemdikbud,” diakses 5 Juni 2023, <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/Chome/pencarian/>.

Wardaningsih, Nur Widiyanti. “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMPN 1 Sawoo.” *Electronic Theses Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/19183/>.



# LAMPIRAN-LAMPIRAN

UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddi

Diilindungi Undang-Undang:  
Tidak mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suda  
Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
Tidak mengutip dan atau memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022/2023																											
		Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Juni				Jul/vi			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Ujian proposal tesis					√																							
2	Perbaiki hasil seminar						√																						
3	Revisi proposal							√																					
4	Pengumpulan data										√					√	√	√	√	√	√								
5	Bimbingan																√	√	√	√									
6	Pengumpulan data										√					√	√	√	√	√									
7	Verifikasi dan analisis data															√	√	√	√	√									
8	Penulisan draft tesis																	√	√										
9	Bimbingan																				√	√							
10	Revisi draft tesis																					√							
11	Seminar hasil penelitian																								√				
12	Revisi tesis pasca seminar																					√			√				
13	bimbingan																						√						
14	Revisi tesis																								√				
15	Ujian Sidang Tesis																										√		
16	Revisi pasca ujian Sidang Tesis																											√	

## Lampiran 2 Pedoman Observasi

### PEDOMAN OBSERVASI

1. Tujuan Penelitian
  - a. Meneliti peran kepala sekolah dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru.
  - b. Menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh kepala sekolah.
  - c. Menyelidiki dampak strategi pemasaran kepala sekolah terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru.
  - d. Menilai efektivitas langkah-langkah pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam menghadapi persaingan di sekitar sekolah.
2. Ruang Lingkup Penelitian
  - a. Identifikasi strategi pemasaran yang digunakan oleh kepala sekolah, seperti iklan, pameran, kunjungan ke sekolah-sekolah terkait, dan lain-lain.
  - b. Melihat penggunaan media sosial dan teknologi dalam upaya pemasaran.
  - c. Mengamati kolaborasi kepala sekolah dengan guru, staf sekolah, dan komite sekolah dalam merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran.
  - d. Menganalisis data peserta didik baru dari beberapa tahun terakhir untuk menilai tren dan dampak strategi pemasaran yang telah dilakukan.
3. Metode Observasi
  - a. Wawancara: Mewawancarai kepala sekolah, guru, staf sekolah, dan orang tua tentang pendekatan dan efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan.
  - b. Analisis dokumen: Menganalisis dokumen dan laporan yang terkait dengan upaya pemasaran, seperti rencana pemasaran, anggaran,

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

evaluasi hasil pemasaran, dan data pendaftaran peserta didik baru.

4. Variabel Penelitian

- a. Strategi pemasaran yang digunakan oleh kepala sekolah.
- b. Jumlah peserta didik baru yang terdaftar setiap tahun.
- c. Efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru.

5. Etika Penelitian

- a. Memperoleh persetujuan dari pihak sekolah dan peserta yang terlibat sebelum melakukan observasi.
- b. Menjaga kerahasiaan informasi pribadi yang diperoleh selama penelitian.
- c. Memberikan informasi yang jelas tentang tujuan penelitian kepada peserta yang terlibat.
- d. Memastikan bahwa penelitian ini tidak memberikan dampak negatif atau mengganggu kegiatan sehari-hari sekolah

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



## Lampiran 3 Pedoman Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

#### Kepala Sekolah:

1. Konteks dan Tujuan Pemasaran
  - a. Bagaimana Anda menggambarkan karakteristik umum sekolah dan program pendidikan yang ditawarkan?
  - b. Apakah manajemen pemasaran diperlukan?
2. Strategi Pemasaran
  - a. Apa jenis kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh sekolah untuk menarik peserta didik baru?
  - b. Upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru?
  - c. Bagaimana Anda memilih strategi pemasaran yang digunakan?
  - d. Bagaimana Anda melibatkan staf sekolah, guru, dan komite dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran?
  - e. Bagaimana Anda menggunakan media sosial atau teknologi digital dalam strategi pemasaran?
  - f. Bagaimana proses penerimaan peserta didik baru?
3. Keterlibatan Orang Tua
  - a. Apa strategi yang Anda gunakan untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan orang tua calon siswa?
  - b. Bagaimana peran orang tua dalam merekomendasikan sekolah kepada orang lain?
4. Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan
  - a. Bagaimana Anda mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru?
  - b. Apa kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru?
  - c. Bagaimana cara mengatasi kendala yang dihadapi?

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

- d. Apa indikator keberhasilan yang Anda gunakan dalam mengukur dampak strategi pemasaran?
- e. Apakah Anda melibatkan siswa, wali murid, atau staf sekolah dalam proses evaluasi?

**Guru:**

1. Peran Guru dalam Pemasaran
  - a. Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?
  - b. Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?
  - c. Apakah Anda memberikan umpan balik kepada kepala sekolah tentang efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan?
2. Hubungan dengan Orang Tua
  - a. Bagaimana Anda berinteraksi dengan orang tua calon siswa dalam upaya pemasaran?
  - b. Bagaimana Anda membangun hubungan yang positif dengan orang tua calon siswa?
3. Pengalaman Pribadi dalam Pemasaran
  - a. Apakah Anda memiliki pengalaman pribadi dalam pemasaran?
  - b. Apakah Anda memiliki ide atau saran untuk meningkatkan strategi pemasaran sekolah?

**Siswa:**

1. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Sekolah
  - a. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mendaftar di sekolah ini?
  - b. Apakah Anda melihat iklan, brosur, atau aktivitas pemasaran sekolah sebelum memilih sekolah ini?
2. Pengalaman Penerimaan dan Pendaftaran
  - a. Apakah ada proses penerimaan atau pendaftaran khusus yang Anda ikuti?

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

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

- b. Bagaimana sekolah berkomunikasi dengan Anda selama proses penerimaan?
    - c. Apakah selama Anda menjadi siswa disini pernah dilibatkan dalam proses pemasaran?
  3. Persepsi tentang Pemasaran Sekolah
    - a. Bagaimana Anda melihat upaya pemasaran sekolah ini?
    - b. Apakah Anda merasa strategi pemasaran sekolah ini efektif dalam menarik peserta didik baru?

#### Wali Murid:

1. Persepsi tentang Sekolah dan Program
  - a. Bagaimana Anda mengetahui tentang sekolah ini?
  - b. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mendaftarkan anak Anda di sekolah ini?
2. Keterlibatan Orang Tua dalam Pemasaran a.
  - a. Bagaimana sekolah melibatkan Anda sebagai orang tua dalam kegiatan pemasaran?
  - b. Apakah Anda merasa diberdayakan untuk merekomendasikan sekolah ini kepada orang lain?
3. Pengalaman Proses Penerimaan dan Pendaftaran
  - a. Bagaimana pengalaman Anda selama proses penerimaan dan pendaftaran anak Anda?
  - b. Bagaimana sekolah berkomunikasi dengan Anda selama proses tersebut?
4. Saran untuk Meningkatkan Pemasaran Sekolah
  - a. Apakah Anda memiliki saran atau rekomendasi untuk meningkatkan upaya pemasaran sekolah?

Lampiran 4 Catatan Lapangan Hasil Observasi

## CATATAN LAPANGAN 1

Tanggal : 20 Maret 2023

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman

Keterangan : Proses perizinan

Pagi sekitar pukul 09.00 WIB saya berkunjung ke Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut disambut dengan suasana sekolah yang rindang dan sejuk, serta keriangannya dari siswa-siswi yang sedang menikmati waktu istirahat pertama. Pagi itu saya datang ke sekolah dengan maksud ingin menyampaikan proposal penelitian dan sekaligus memohon ijin kepada Kepala Sekolah untuk segera memulai penelitian dan memohon bantuan dari Kepala Sekolah agar bisa bekerjasama dalam proses penelitian tersebut. Namun pada pagi itu peneliti hanya bertemu dengan salah satu guru dan belum bertemu dengan kepala sekolah dikarenakan kepala sekolah sedang berada di Sarolangun, kemudian peneliti langsung datang ke rumah kepala sekolah di sore harinya. Setelah bertemu peneliti langsung menyampaikan maksud dan tujuan untuk melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut. Selain itu, peneliti bermaksud untuk membuat janji untuk melakukan wawancara ketika Kepala Sekolah mempunyai waktu luang. Setelah peneliti menyampaikan maksud kedatangan dan tujuan saya, Kepala Sekolah menyambut dengan senang hati dan segera memberi jadwal agar saya bisa melakukan wawancara dengan beliau, beliau memberi waktu pada hari Senin pada tanggal 27 Maret 2023 pukul 08.30 WIB. Setelah itu peneliti mohon ijin untuk pulang dan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan pada waktu wawancara.

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



## CATATAN LAPANGAN 2

Tanggal : 27 Maret 2023

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman

Keterangan : melakukan pengamatan terhadap situasi dan fasilitas yang dimiliki Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Pada hari senin 27 maret 2023 peneliti datang kembali ke Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut untuk melakukan pengamatan dan wawancara dengan kepala sekolah. Pagi itu sekitar pukul 08.30 peneliti menuju ruangan kepala sekolah untuk melakukan wawancara, dan ternyata kepala sekolah sudah menunggu kedatangan peneliti. Wawancara berlangsung selama hampir 3 jam , kemudian peneliti meminta izin untuk lanjut melakukan observasi melihat kondisi dari sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut.

Peneliti langsung meninjau ruang yang ada di kantor. Terdapat beberapa ruangan seperti ruangan perpustakaan , ruangan OSIS dan pramuka, ruang guru dan staf tata usaha, ruang kepala sekolah dan wakil kepala sekolah. Kemudian peneliti lanjut melihat kondisi ruang belajar yang terletak di sebelah kantor dari MTs Hidayatul Mubtadi'ien. Terdapat tiga kelas atau tiga ruang belajar yang digunakan dengan kondisi yang kurang maksimal. Pengamatan berlangsung hingga jam pelajaran usai. Untuk menindaklanjuti hasil wawancara dari kepala sekolah peneliti lanjut menemui staf tata usaha di sore harinya pada pukul 04.00 WIB untuk meminta langsung dokumen seperti profile sekolah dan dilanjutkan dengan wawancara.

### CATATAN LAPANGAN 3

Tanggal : 8 Mei 2023

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman

Keterangan : melakukan pengamatan terhadap strategi pemasaran yang digunakan

Pada hari senin tepatnya pada tanggal 8 Mei 2023 peneliti datang kembali ke Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut untuk melakukan pengamatan terhadap strategi pemasaran yang telah dilakukan. Berdasarkan pengamatan strategi pemasaran yang dilakukan yaitu 1). melakukan promosi menggunakan periklanan media cetak, seperti pemasangan *banner* atau spanduk, pembagian brosur. 2). Mengoptimalkan hubungan dengan berbagai pihak seperti lembaga pendidikan maupun institusi lainnya. 3). Promosi dari mulut ke mulut, seperti melaksanakan kegiatan sosialisasi. Untuk pemasaran sendiri tidak hanya dilakukan oleh guru saja melainkan peserta didik juga ikut dilibatkan di dalamnya.

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

Lampiran 5 Catatan Lapangan Hasil Wawancara

**CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA**

Nama Informan : Ambit Pohan  
 Hari/ Tanggal : Senin 27 Maret 2023  
 Pukul : 08.30 Wib  
 Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Peneliti	Informan
Apakah manajemen pemasaran diperlukan?	Tentu itu sangat diperlukan. Dengan adanya pemasaran kita bisa memperkenalkan sekolah kita ini ke khalayak umum
Apa jenis kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh sekolah untuk menarik peserta didik baru?	Sebelum diadakan kegiatan penerimaan peserta didik baru jadi biasanya saya bersama dengan panitia menyebar brosur dan memasang banner atau spanduk di berbagai titik buk, Ini tujuannya biar masyarakat sekitar tau kalo Madrasah kita ini sudah membuka pendaftaran. untuk promosi dari mulut ke mulut itu biasanya kita sosialisasi ke sekolah-sekolah yang kita anggap strategis, seperti SMP N3 Sarolangun, dan sekolah-sekolah sekitar, tapi yang paling kita targetkan itu di MTs Hidayatul Muftadi'in buk, karena MTs ini masih dalam ruang lingkup satu yayasan dan satu lokasi dengan MA kita. Nah kalo yang lainnya itu biasanya kita juga mengadakan kegiatan perpindahan kelas XII MA Nurul Iman itu barengan dengan perpindahan kelas IX MTs Hidayatul Muftadi'in, disitulah sekaligus mempromosikan sekolah MA kita ke murid dan wali murid di MTs Hidayatul Muftadi'ien tersebut. Sebelum liburan juga biasanya kita menyempatkan untuk makan bareng antara guru dan murid bahwa anak murid diarahkan mengajak teman-temannya untuk bersekolah di MA Nurul Iman dan bagi siapa saja keluarga besar MA Nurul Iman yang berhasil mengajak peserta didik baru mendaftar disini akan diberi reward dari madrasah
Upaya apa saja yang dilakukan untuk	Kita berupaya menerapkan strategi pemasaran, kemudian membangun kerjasama 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

meningkatkan jumlah peserta didik baru?	lembaga pendidikan dan organisasi terkait, seperti taman kanak-kanak, sekolah dasar, atau lembaga pendidikan tinggi, MTs, SMP dapat membantu meningkatkan visibilitas sekolah dan memperluas jaringan pemasaran.
Bagaimana Anda melibatkan staf sekolah, guru, dan komite dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran?	setelah adanya perencanaan dalam rapat biasanya kita langsung membentuk kepanitiaan atau tim yang bertugas untuk melaksanakan dan mengeksekusi perencanaan tersebut, dengan terbentuknya kepanitiaan ini maka peran dan tanggung jawab mengenai pemasaran madrasah, teknis penerimaan siswa baru diserahkan kepada anggota kepanitiaan yang dipimpin oleh ketua panitia
Bagaimana Anda menggunakan media sosial atau teknologi digital dalam strategi pemasaran?	Untuk media sosial itu ada facebook namanya Hidayatul Mubtadi'ien. Facebook ini punya yayasan kegiatan Tk, MTs dan MA di posting di facebook ini.
Bagaimana proses penerimaan peserta didik baru?	untuk kegiatan pendaftaran penerimaan peserta didik baru ini ada petugasnya, yang mana petugasnya ini sudah ditentukan orangnya, biasanya buka setiap hari. Loker pelayanan ini juga gak cuma untuk daftaran aja buk, biasanya digunakan untuk melayani memberikan informasi apa bila ada yang masih kurang jelas atau kurang faham, juga bisa membantu teknis pendaftaran seperti jika ada yang kesulitan mengisi formulir dan sebagainya di loket ini kita bisa bantu.
Apa strategi yang Anda gunakan untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan orang tua calon siswa?	Saya selalu berusaha untuk menyambut dan berkomunikasi dengan orang tua calon siswa dengan ramah dan hangat. Saya berupaya untuk melibatkan orang tua dalam proses pendidikan anak mereka. Saya mengadakan pertemuan berkala dengan orang tua untuk membahas perkembangan akademik dan sosial siswa. Saya juga mengundang mereka untuk menghadiri acara sekolah, seperti pertunjukan seni, pertandingan olahraga, atau kegiatan sosial lainnya. Melalui kolaborasi ini, orang tua merasa terlibat dan memiliki peran aktif dalam mendukung perkembangan siswa. Saya percaya bahwa melibatkan orang tua dalam proses pengambilan keputusan penting untuk sekolah adalah penting Melalui strategi-strategi ini, saya

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



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

	<p>berharap dapat membangun hubungan yang saling percaya dan saling menguntungkan dengan orang tua calon siswa. Dengan demikian, kami dapat bekerja sama dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang mendukung dan berkualitas untuk anak-anak mereka.</p>
<p>Bagaimana peran orang tua dalam merekomendasikan sekolah kepada orang lain?</p>	<p>Sebagai kepala sekolah, saya percaya bahwa peran orang tua dalam merekomendasikan sekolah kepada orang lain sangat berarti dan berpengaruh. Orang tua adalah mitra penting dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang positif dan berhasil di sekolah. Mereka memiliki pengalaman langsung dalam melihat dan merasakan kualitas pendidikan yang kami berikan. Ketika orang tua merekomendasikan sekolah kepada orang lain, mereka berperan sebagai duta yang memberikan pandangan dan informasi yang berharga. Mereka dapat berbagi pengalaman dan pandangan perspektif tentang lingkungan sekolah, hubungan antara guru, siswa, dan orang tua, serta cara sekolah melibatkan komunitas dalam kegiatan pendidikan. Semua informasi ini sangat berharga bagi orang-orang yang sedang mencari sekolah yang tepat untuk anak-anak mereka</p>
<p>Bagaimana Anda mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru?</p>	<p>Saya melihat data yang terkait jumlah pendaftar baru setiap tahun, serta sumber informasi yang digunakan oleh calon siswa dan orang tua untuk mengetahui tentang sekolah kami. Dengan menganalisis data ini, saya dapat melihat apakah strategi pemasaran kami telah berhasil atau perlu disesuaikan.</p>
<p>Apa kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru?</p>	<p><i>Pertama</i>, Banyaknya pesaing di lembaga pendidikan yang ada juga menjadi hambatan tersendiri bagi Madrasah Aliyah Nurul iman Singkut. Jumlah sekolah di kecamatan Singkut sudah terlalu banyak, di Desa Siliwangi terdapat 2 sekolah yang setara dengan MA Nurul Iman, belum lagi sekolah terdekat lainnya seperti SMAN 2 Sarolangun salah satu sekolah favorit, MAS Wali Songo, SMA Muhammadiyah, SMK Muhadiyah, dan sekolah lainnya. <i>Kedua</i>, anggaran yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran. Upaya pelaksanaan pemasaran</p>

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

	<p>membutuhkan investasi seperti iklan, promosi dan sebagainya dapat terhambat jika anggaran terbatas. <i>Ketiga</i>, Sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kelancaran atau kemudahan dalam proses pembelajaran. Salah satu penghambat dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut dalam manajemen pemasaran yaitu karena adanya keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki. <i>Keempat</i>, kendala yang dirasakan yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang mumpuni dibidang marketing atau pemasaran jasa pendidikan, sehingga belum bisa bergerak dan berkembang lebih jauh.</p>
<p>Bagaimana cara mengatasi kendala yang dihadapi?</p>	<p>Adapun solusi yang mampu diberikan oleh Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu dengan berusaha memperbaiki kekurangan yang ada di Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut yaitu berupaya untuk menonjolkan program yang kita miliki seperti sholat dhuha, khatam al-Qur'an sebulan sekali, yasinan mingguan karena ciri khas Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut itu bernafaskan agama. Solusi yang dilakukan yaitu mencari cara kreatif untuk mengoptimalkan anggaran yang ada dan memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan kemampuan finansial Madrasah Nurul Iman singkut</p>
<p>Apa indikator keberhasilan yang Anda gunakan dalam mengukur dampak strategi pemasaran?</p>	<p>Jika ada peningkatan yang signifikan dalam jumlah pendaftar baru dibandingkan dengan tahun sebelumnya, itu menunjukkan bahwa strategi pemasaran telah berhasil dalam menarik minat calon siswa dan orang tua , kemudian juga kita bisa melihat dari kepuasan orang tua.</p>
<p>Apakah Anda melibatkan siswa, wali murid, atau staf sekolah dalam proses evaluasi?</p>	<p>Kalo untuk evaluasi saya hanya melibatkan guru dan staf, untuk peserta didik tidak saya libatkan</p>

## CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Dosen Hasibuan.,S.Pd.I  
 Hari/ Tanggal : Senin 27 Maret 2023  
 Pukul : 16.00 Wib  
 Lokasi : Rumah Kediaman Bapak Dosen Hasibuan

Peneliti	Informan
Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?	Tentu terlibat, walaupun tidak banyak karena saya juga mengajar di SMP Negeri jadi tidak begitu maksimal, saya berusaha membantu apapun yang saya bisa bantu.
Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?	Saya berperan sebagai anggota tim sekolah yang dapat memberikan masukan dan ide terkait strategi pemasaran. Saya menjaga dan mengelola basis data calon siswa baru. Saya memasukkan informasi pendaftar ke dalam sistem, memastikan bahwa data tersimpan dengan aman dan rapi.
Bagaimana Anda berinteraksi dengan orang tua calon siswa dalam upaya pemasaran?	Saya siap untuk bertemu dengan orang tua calon siswa secara individu untuk menjawab pertanyaan mereka, memberikan informasi yang dibutuhkan, dan memberikan panduan terkait proses pendaftaran. kebetulan juga rumah saya masih di area MA kita ini biasanya orang tua yang kurang paham juga langsung datang ke rumah.
Bagaimana Anda membangun hubungan yang positif dengan orang tua calon siswa?	Saya dengan seksama mendengarkan kebutuhan, kekhawatiran, atau harapan yang diungkapkan oleh orang tua calon siswa. Saya memberikan kesempatan bagi mereka untuk berbicara, mengungkapkan pendapat mereka, dan memberikan umpan balik. Saya merespons dengan penuh perhatian, mengambil tindakan yang diperlukan, dan memberikan solusi jika memungkinkan. Dengan memperhatikan kebutuhan mereka, saya menunjukkan bahwa kami peduli dan siap untuk mendukung mereka.
Apakah Anda memiliki pengalaman pribadi dalam pemasaran?	Ya , setiap tahunnya saya selalu dilibatkan dalam pemasaran sekolah
Apakah Anda memiliki	Fokuskan upaya pemasaran sekolah pada

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

ide atau saran untuk meningkatkan strategi pemasaran sekolah?	kehadiran digital yang kuat. Manfaatkan media sosial, situs web sekolah yang menarik, dan blog untuk mempromosikan sekolah dan menginformasikan calon siswa dan orang tua tentang keunggulan, program, dan kegiatan yang ditawarkan. Aktifkan interaksi online dengan memposting konten berkualitas, merespons pertanyaan, dan membagikan cerita sukses siswa atau kegiatan sekolah yang menarik.
---	---

### CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Leni Martinah.,S.Pd.I

Hari/ Tanggal : Senin 27 Maret 2023

Pukul : 08.30 Wib

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Peneliti	Informan
Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?	Iya buk..
Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?	Secara individu saya ikut memasarkan madrasah kita ini.. terutama dengan cara dari mulut ke mulut
Bagaimana Anda berinteraksi dengan orang tua calon siswa dalam upaya pemasaran?	Saya kebetulan juga aktif kegiatan sosial ibuk ibuk.. jadi disana saya juga sering menyampaikan kepada ibuk ibuk tentang sekolah kita.. saya mencoba membangun komunikasi.. mempromosikan sekolah ini buk..
Bagaimana Anda membangun hubungan yang positif dengan orang tua calon siswa?	Rumah saya kan dekat dengan sekolah ini buk.. jadi saya berupaya untuk merespon siapapun dengan cepat.. apalagi berhubungan dengan penerimaan peserta didik baru.. sekiranya ada yang perlu dibantu akan saya bantu semaksimal mungkin.
Apakah Anda memiliki pengalaman pribadi	Karena setiap tahunnya ada kegiatan penerimaan peserta didik baru saya selalu

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 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 pemasaran?	terlibat di dalam tim atau panitia buk.. dikarenakan juga guru di Madrasah kita kan gak banyak.. pasti semuanya ikut terlibat di dalamnya. Jadi otomatis pengalaman yg saya dapat itu dari tahun-tahun sebelumnya
Apakah Anda memiliki ide atau saran untuk meningkatkan strategi pemasaran sekolah?	Kita perlu konsisten dalam melaksanakan kegiatan.. kita perlu menciptakan ide de baru buk.. biar sekolah kita terus berkembang.. kalo kita Cuma diam ditempat sulit untuk maju buk

**CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA**

Nama Informan : Kiki Sepyani.,S.Pd  
 Hari/ Tanggal : Senin 21 April 2023  
 Pukul : 10.00 Wib  
 Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Peneliti	Informan
Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?	saya dapat mendukung upaya pemasaran sekolah dengan cara ikut mempromosikan sekolah
Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?	Saya dapat menggambarkan suasana pembelajaran yang positif dan menyampaikan cerita sukses siswa kepada orang tua potensial.
Bagaimana Anda berinteraksi dengan orang tua calon siswa dalam upaya pemasaran?	Saya dapat berinteraksi dengan orang tua calon siswa selama acara penerimaan atau kunjungan sekolah. Saya dapat dengan ramah menjawab pertanyaan mereka, menggambarkan pengalaman belajar yang positif, dan menjelaskan bagaimana sekolah dapat mendukung perkembangan anak secara keseluruhan.
Bagaimana Anda membangun hubungan yang positif dengan orang tua calon siswa?	Saya dapat membangun hubungan yang positif dengan orang tua calon siswa melalui komunikasi terbuka, mendengarkan perhatian terhadap kekhawatiran mereka, Saya akan berusaha menjaga saluran komunikasi yang baik dan memberikan dukungan kepada orang

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

	tua dalam memahami proses penerimaan sekolah
Apakah Anda memiliki pengalaman pribadi dalam pemasaran?	Pengalaman saya ya masih sekitar promosi sekolah buk.. karena saya ikut jadi panitia tahun lalu. Tapi kalo diluar itu saya gak punya buk

### CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : M.Ramdani.,S.Pd.I

Hari/ Tanggal : Senin 8 Mei 2023

Pukul : 11.00 Wib

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Peneliti	Informan
Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?	Sebagai seorang guru, saya terlibat dalam mendukung upaya pemasaran sekolah dalam berbagai cara. Meskipun tidak secara langsung terlibat dalam semua aspek pemasaran, saya berkontribusi dengan cara yang saya bisa
Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?	Saya dapat memberikan testimoni positif tentang sekolah kepada calon siswa dan orang tua. Saya berbagi pengalaman pribadi tentang mengajar di sekolah ini, dukungan yang diberikan kepada siswa, dan suasana yang mendukung perkembangan mereka. Testimoni pribadi seperti ini dapat memberikan gambaran yang kuat tentang sekolah kepada calon siswa dan orang tua, membantu mereka dalam mengambil keputusan yang tepat.
Apakah Anda memiliki pengalaman pribadi dalam pemasaran?	Secara pribadi, saya tidak memiliki pengalaman yang spesifik dalam bidang pemasaran. Namun, saya memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya citra sekolah dan bagaimana memikat calon siswa baru. Saya menggunakan pengetahuan saya tentang kebutuhan siswa dan strategi pengajaran yang efektif untuk mendukung upaya pemasaran sekolah. Saya percaya bahwa mengidentifikasi keunggulan sekolah, memanfaatkan media

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

	<p>sosial dan website, mengadakan acara terbuka, membangun kemitraan dengan masyarakat, dan menjaga komunikasi terbuka dengan orang tua calon siswa dapat meningkatkan daya tarik sekolah dan kesuksesan penerimaan siswa baru.</p>
<p>Apakah Anda memiliki ide atau saran untuk meningkatkan strategi pemasaran sekolah?</p>	<p>Tentu! Ada beberapa ide atau saran yang dapat meningkatkan strategi pemasaran sekolah. Pertama, sangat penting untuk membangun merek yang kuat untuk sekolah. Identifikasi keunggulan sekolah dan fokus pada program-program unik, kualitas pengajaran, prestasi siswa, atau nilai-nilai inti yang membedakan sekolah dari yang lain.</p>

### CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Ita Misnawati.,S.Pd

Hari/ Tanggal : Senin 8 mei 2023

Pukul : 11.00 Wib

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman Singkut

Peneliti	Informan
<p>Apakah Anda terlibat dalam kegiatan pemasaran sekolah?</p>	<p>Iya buk, walaupun tidak banyak saya pasti terlibat</p>
<p>Bagaimana Anda mendukung upaya pemasaran sekolah untuk menarik peserta didik baru?</p>	<p>Saya secara aktif mencari dan mengumpulkan cerita sukses siswa kami. Cerita ini dapat berupa pencapaian akademik, kegiatan ekstrakurikuler, atau kontribusi mereka dalam komunitas. Saya menggunakan cerita-cerita ini dalam komunikasi pemasaran</p>
<p>Bagaimana Anda berinteraksi dengan orang tua calon siswa dalam upaya pemasaran?</p>	<p>Saya dapat berinteraksi dengan orang tua calon siswa selama acara penerimaan atau kunjungan sekolah. Saya dapat dengan ramah menjawab pertanyaan mereka, menggambarkan pengalaman belajar yang positif, dan menjelaskan bagaimana sekolah dapat mendukung perkembangan anak secara keseluruhan.</p>

Apakah Anda memiliki ide atau saran untuk meningkatkan strategi pemasaran sekolah?	manfaatkan media sosial dan website untuk memperkenalkan sekolah kepada calon siswa baru. Bagikan cerita sukses siswa, foto-foto kegiatan, dan testimoni positif dari orang tua atau alumni melalui platform ini.
--	---

### CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Erawati  
 Hari/ Tanggal : Senin 8 Mei 2023  
 Pukul : 16.00 Wib  
 Lokasi : Rumah Kediaman Ibu Era

Peneliti	Informan
Bagaimana Anda mengetahui tentang sekolah ini?	Sudah tau lama mbak.. tapi lupa ya karena apa taunya.. mungkin karena memang melihat adanya aktifitas sekolah.. kan anak-anak lewat sini.. lagian juga dekat masa iya gak tau..
Apa yang membuat Anda tertarik untuk mendaftarkan anak Anda di sekolah ini?	Ya pertama karena dekat mbak, jadi saya merasa aman menyekolahkan anak saya disini soalnya bisa terpantau, kalo jauh takut mbak, lagian kalo jauh juga butuh biaya yang lebih besar lagi. Kemudian juga kan ini MA jadi beda sama SMA kalo disini kan banyak pelajaran agamanya.. bagus kayak MTs, MI, kalo saya maunya anak saya sekolahnya yang ada pelajaran agamanya.
Bagaimana sekolah melibatkan Anda sebagai orang tua dalam kegiatan pemasaran?	Kitakan sebagai wali murid pernah rapat.. itu sih biasanya dihimbau gitu sama pihak sekolah untuk mengajak saudara teman untuk menyekolahkan anaknya di MA juga.. gitu aja sih mbk
Apakah Anda merasa diberdayakan untuk merekomendasikan sekolah ini kepada orang lain?	Iya sih secara gak langsung memang gitu..
Bagaimana pengalaman Anda selama proses	Mudah-mudah aja mbk.. gurunya yang ada disana responsif kok. kalo mau daftar langsung dikasih formulir.. kalo mau tanya langsung



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

penerimaan dan pendaftaran anak Anda?	telpon atau tanya saja ke gurunya.
Bagaimana sekolah berkomunikasi dengan Anda selama proses tersebut?	Ramah ramah buk
Apakah Anda memiliki saran atau rekomendasi untuk meningkatkan upaya pemasaran sekolah?	Ada baiknya semua kegiatan anak-anak itu di posting buk di media sosial.. perbanyak spanduk juga.. biar orang tau.. kemudian juga tingkatkan fasilitas sekolahnya yang paling penting buk.. kalo sekolahnya baikkkan otomatis orang-orang pada mau sekolah disana

### CATATAN LAPANGAN HASIL WAWANCARA

Nama Informan : M. Nur Solichin

Hari/ Tanggal : Senin 8 Mei 2023

Pukul : 10.00 Wib

Lokasi : Madrasah Aliyah Nurul Iman singku

Peneliti	Informan
Apa yang membuat Anda tertarik untuk mendaftar di sekolah ini?	Karena dekat dari rumah aja buk.. orang tua saya bilang tidak usah jauh-jauh.
Apakah Anda melihat iklan, brosur, atau aktivitas pemasaran sekolah sebelum memilih sekolah ini?	Kalo saya kemarin langsung dikasih selebaran formulir buk.. untuk spanduk itu di Simpang Sungai Gedang ada.. kalo formulir gak ada liat saya buk.
Apakah ada proses penerimaan atau pendaftaran khusus yang Anda ikuti?	Gak ada, ya biasa ngisi formulir, menyerahkan persyaratan kemudian info selanjutnya di kabarin lagi sama panitia atau guru disini
Bagaimana sekolah berkomunikasi dengan Anda selama proses penerimaan?	Proses pendaftaran berjalan lancar dan mudah. Guru disini memberikan bantuan yang baik dan merespons pertanyaan saya dengan cepat.
Apakah selama Anda	Pernah, saya sebagai ketua OSIS dilibatkan

menjadi siswa disini pernah dilibatkan dalam proses pemasaran?	juga, kami di arahkan untuk mengajak teman2 untuk mendaftar di MA ini
Bagaimana Anda melihat upaya pemasaran sekolah ini?	Ya sekedarnya saja, ada brosur, spanduk kemudian guru2 dan siswa di arahkan untuk mengajak calon peserta didik mendaftar disini
Apakah Anda merasa strategi pemasaran sekolah ini efektif dalam menarik peserta didik baru?	Kurang tau buk, soalnya saya masuk sini karena saya MTs nya disini juga.. rata-rata juga teman saya satu kelas itu dari MTs Muftadi'ien

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Lampiran 6 Daftar Informan

**DAFTAR INFORMAN**

NO	INISIAL	NAMA	KETERANGAN
1	AP	Ambit Pohan	Kepala Madrasah
2	LM	Leni Martinah	Wakil Kepala Madrasah
3	DH	Dosen Hasibuan	Kepala Tata Usaha (TU)
4	KS	Kiki Sepyani	Guru
5	MR	M. Ramdani	Guru
6	IM	Ita Misnawati	Guru
7	MS	M. Nur Solihin	Ketua OSIS
8	EW	Erawati	Wali murid

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



Lampiran 7 Dokumen Pendukung (Foto dan Dokumentasi)

Dokumentasi Banner

**MADRASAH ALIYAH NURUL IMAN**

**PENERIMAAN SISWA/SISWI**  
Tahun Ajaran Baru 2022-2023  
**MADRASAH ALIYAH NURUL IMAN**

**Syarat - syarat pendaftaran :**

- Ijazah Legalisir = 4 Lembar
- Photo Copy KTP Orang Tua = 2 Lembar
- Photo Copy KK = 2 Lembar
- Pas Photo 2x3 = 4 Lbr, 3x4 = 4 Lbr

**BUKA PENDAFTARAN**  
01 Mei - Juli Akhir 2022

**Hubungi :**

- Aisyah, S.TP (0852 8068 9661)
- Dini Awaliyah, S.Pd (0852 8320 8117)
- Kantor MA Nurul Iman (0853 8410 8177)





**Dokumentasi Pelatihan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Guru**



- 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





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

**PEMERINTAH PROVINSI JAMBI**  
**DINAS PENDIDIKAN**

Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 6 Telanipura Jambi Kode Pos 36122 Tlp. 0741-63197 Fax. 63197  
Website : [www.disdik.jambiprov.go.id](http://www.disdik.jambiprov.go.id) | email : [mail@disdik.jambiprov.go.id](mailto:mail@disdik.jambiprov.go.id)

---

**SERTIFIKAT**

Nomor : S.054-B.Indonesia/Disdik-1.3/PG-MA/IV/2017

Dinas Pendidikan Provinsi Jambi, memberikan penghargaan kepada :

Nama : **DWI KUNARTI**  
Sekolah Asal : **MAS NURUL IMAN**  
Kabupaten/Kota : **KAB. SAROLANGUN**

Telah Mengikuti Pelatihan Guru Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Pola 38 Jam Bidang Studi Bahasa Indonesia, pada Kegiatan Peningkatan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren yang dilaksanakan dari tanggal 26 s.d. 29 April 2017 di Hotel Shang Ratu-Jambi.

Demikian penghargaan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 29 April 2017  
Plt. Kepala Dinas Pendidikan  
Provinsi Jambi,  
  
**AGUS HERIANTO, SH**  
Pembina Tingkat I  
NIP. 19690818 199703 1 004

*"Kegiatan Peningkatan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren"*





@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi




State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin 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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi




## Dokumentasi Brosur


 **مُؤَسَّسَةُ الدِّينِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ هِدَايَةُ الْمُؤَبَّدِيْنَ**  
**YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM**  
**HIDAYATUL MUFTADI'IEN (YPI – HM)**  
BH No: AHU 0000992.AH.01.TH.2017


**Menerima Pendaftaran Siswa/i Baru Tahun Pelajaran 2019/2020**

➔ **Program Pendidikan Formal** ←

1. Taman Kanak-kanak (TK) Hidayatul Muftadi'ien Terakreditasi "B"
2. MTs Hidayatul Muftadiin Terakreditasi "C"
3. MAS Nurul Iman Terakreditasi "C"

**Gedung TK** 

 **Gedung MTs**

**Gedung MA** 

**Alamat: Jl. Siliwangi KM1 Lr. Khasanah Desa Siliwangi  
Kec. Singkut Kab. Sarolangun Prov. Jambi - 37482**

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin 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 Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha 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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

*MISI*

Melahirkan generasi cerdas, berlandaskan Iman dan Taqwa, berahlaqul karimah, sertakreatif dan inofatif

*MISI*

Menanamkan dasar pengetahuan dan pengamalan Ilmu Pengetahuan yang seimbang antara Ilmu Umum dan Ilmu Agama, berahlaqul karimah, berjiwa sosial, taat Allah dan Rasul-Nya serta mewujudkan sekolah yang handal, bermutu dan berkualitas.

*SUJUA*

Yayasan Hidayatul Mubtadi'ien adalah suatu lembaga yang sudah berbadan hukum yang didalamnya terdapat program pendidikan mulai dari tingkat TK, MTs, dan MA dalam naungan Kementerian Agama dan Diknas yang bertanggung jawab dalam melahirkan generasi berprestasi, iman dan taqwa kepada Allah SWT.

## TENAGA PENDIDIK

Para Tenaga Pendidik sebagai pegajar berlatar belakang Sarjana Srata 1 (S.1), sertadi dukung lulusan Pondok-pesantren.

MariSekolah  
di Yayasan  
HM Siliwangi

Info lebih lengkap hub. ☎ Kontak Person dibawah ini:

0853 8059 1318 (Panitia PSB)    0823 0718 7627 (Panitia PSB)

0823 5323 6736 (Panitia PSB)    0822 8271 2397 (Panitia PSB)

**Dokumentasi Wawancara**



- 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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## Dokumentasi Keadaan Ruang Belajar



State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

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





@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi



State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi



**Dokumentasi Keadaan Ruang Kantor**



State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

- 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 milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin 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 sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Lampiran 8 Curriculum Vitae

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)



#### Data Pribadi:

Meri Aulia, dilahirkan di Desa Bukit Tigo Kecamatan Singkut Kabupaten Sarolangun, pada tanggal 15 Februari 1998. Putri keempat dari lima bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri yang bernama Bapak Mashudin dan Ibu Yusminar.

#### Riwayat Pendidikan:

Penulis mulai menempuh pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Pelawan Singkut pada tahun 2005 hingga tahun 2010, melanjutkan sekolah Madrasah Tsanawiyah Negeri Singkut sekaligus menjadi santri di pondok pesantren Ar-Rahmah yang dipimpin oleh Ustad Sanusi Albajuri pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 di Desa Pasar Kecamatan Singkut, dan pendidikan selanjutnya di SMA N2 Sarolangun pada tahun 2013 hingga 2016. Kemudian penulis melanjutkan kembali pendidikan di perguruan tinggi yaitu di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Sarolangun hingga mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada tahun 2020. Pada tahun 2021 terdaftar kembali sebagai mahasiswa UIN STS Jambi dan Alhamdulillah selesai pada tahun 2023 dengan gelar Magister Pendidikan.

Jambi, Juli 2023

Penulis

**Meri Aulia**

NIM. 801210018