MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN

DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK

DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

SKRIPSI

Oleh :

SITI NUR AZIZAH
NIM: D93216093

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SITI NUR AZIZAH
NIM : D93216093
JUDUL :MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Surabaya, 31 Desember 2020
Yang menyatakan,

SITI NUR AZIZAH
NIM: D93216093

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi Oleh :

NAMA : SITI NUR AZIZAH

NIM : D93216093

JUDUL :MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 19 Desember 2020

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Samsul Maarif, M.Pd	**Muhammad Nurul Huda, M.Pd**
NIP. 19640471998031003	**NIP. 198006272008011006**

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 05 Januari 2021
Mengesahkan,

Dekan

Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag, M. Pd.I
NIP. 196301231990031002
Penguji I

Drs. H. Nur Kholis, M. Ed.Admin., Ph.D
NIP.196703111992031003
Penguji II

Dr. H. Muh. Khoirul Rifa'i, M. Pd. I
NIP. 198207122015031001
Penguji III

Dr. Samsul Ma'arif, M. Pd
NIP. 196404071998031993
Penguji IV

Muhammad Nuril Huda, M. Pd
NIP. 198006272008011006

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PUBLIKASI

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Siti Nur Azizah
NIM	: D93216093
Fakultas/Jurusan	: Tarbiyah dan Keguruan/ Pendidikan Islam/ MPI
E-mail address	: Stnurazizah.2301@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
■ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS
KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2020

Penulis

(Siti Nur Azizah)

ABSTRAK

Siti Nur Azizah (D93216093), 2020:Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban. Dosen Pembimbing I Dr. Samsul Ma'arif, M.Pd dan Dosen Pembimbing II Muhammad Nuril Huda, M.Pd.

Skripsi ini mengambil judul Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban. Latar belakang dari penelitian ini adalah persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat dan madrasah ini melakukan manajemen pemasaran pendidikan dengan baik yang bertujuan untuk meningkatkan dan menambah minat konsumen terhadap madrasah ini. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode untuk mengumpulkan data melalui tiga cara, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam proses menganalisis data menggunakan empat tahapan, yakni mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Penerapan dari manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik yang dilakukan madrasah melalui 4 kegiatan pemasaran yaitu yang 1). *product* yaitu melakukan rapat pembagian jam dan mata pelajaran, dan lain-lain. 2). *price*, untuk perencanaan price diawal berdirinya tidak mematok biaya untuk peserta didik baik untuk uang gedung maupun SPP perbulannya. 3). *place*, untuk perencanaan tempat madrasah awalnya ada didepan pasar Bangilan. Dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. 4). *promotion*, untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah merencanakan kegiatan-kegiatan besaruntuk melakukan sosialisasi, menyiapkan panitia PPDB dan melakukan kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah. Keempat kegiatan pemasaran tersebut masing-masing membawa peningkatan peserta didik untuk madrasah.

Kata kunci: Manajemen, Pemasaran Pendidikan, Peningkatan Kuantitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....**Error! Bookmark not defined.**
LEMBAR PENGESAHAN .....**Error! Bookmark not defined.**
LEMBAR PUBLIKASI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN.....vi
ABSTRAK.....vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI..... x
DAFTAR TABEL.....xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....xiv
BAB 1 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Fokus Penelitian..... 9
C. Tujuan 10
D. Manfaat 10
E. Keaslian Penelitian..... 11
F. Definisi Konseptual 14
A. Sistematika Pembahasan 18
BAB II..... 20
KAJIAN PUSTAKA..... 20
A. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan..... 20
1. Pengertian Manajemen..... 20
2. Pengertian Pemasaran 22
3. Tujuan Manajemen Pemasaran 26
4. Tugas-tugas dan Permintaan dalam Manajemen Pemasaran 27
5. Pengertian Pendidikan..... 30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Manajemen Pemasaran Pendidikan 32
B. Tinjauan tentang Peningkatan Kuantitas Peserta Didik 34
1. Pengertian Peningkatan Kuantitas 34
2. Pengertian Peserta Didik 37
C. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik 40
BAB III 44
METODE PENELITIAN 44
A. Jenis Penelitian 44
B. Lokasi Penelitian 45
C. Sumber Data & Informan Penelitian 46
D. Metode Pengumpulan Data 48
E. Analisis Data 58
F. Keabsahan Data 60
BAB IV 62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62
A. Gambaran Umum dan Pembahasan 62
1. Sejarah MI Salafiyah Bangilan Tuban 62
2. Visi dan Misi MI Salafiyah Bangilan Tuban 62
B. Deskripsi Subjek 63
C. Penyajian Data 64
1. Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban 64
2. Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban 77
3. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban 83
D. Pembahasan 99
1. Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban 100
2. Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban 106
3. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban 109
BAB V 118
KESIMPULAN DAN SARAN 118

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Kesimpulan 118
B. Saran 119
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....**Error! Bookmark not defined.**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.. 50

3.2 Pedoman Observasi..... 53

3.3 Pedoman Dokumentasi 59

4.1 Triangulasi Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban 76

4.2 Triangulasi Konsep Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban 82

4.3 Triangulasi Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban..... 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

Piagam Madrasah Terdaftar

Lampiran II

Sertifikat Akreditasi Madrasah

Lampiran III

Sepuluh Dasar Kemampuan Guru

Lampiran IV

Tata Tertib Guru

Lampiran V

Pembiasaan Sholat Dhuha sebelum KMB dimulai

Lampiran VI

Kegiatan Akhirrussanah

Lampiran VII

Kartu Pembayaran Masuk MI Salafiyah Bangilan Tuban

Lampiran VIII

Kegiatan Hari Milad Madrasah

Lampiran IX

Suasana Mengikuti Lomba

Lampiran X

Suasana Kegiatan Belajar Mengajar

Lampiran XI

Proses Wawancara dengan Narasumber

Lampiran XII

Surat Izin Penelitian dari UIN Sunan Ampel Surabaya

Lampiran XIII

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surat Balasan dari MI Salafiyah Bangilan Tuban

Lampiran XIV

SK Susunan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Lampiran XV

Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Lampiran XVI

Formulir dan persyaratan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Lampiran XVII

Undangan ke Kepala TK perihal Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Lampiran XVIII

Suasana pertemuan Kepala Madrasah dengan Kakemenag Kabupaten Tuban dalam Agenda Penyuluhan New Normal di Kecamatan Tuban

Lampiran XIX

Suasana Berkumpul Para Pendidik dan Tenaga Kependidikan Setelah Selesai Akhir Pembelajaran di Semester Gasal Tahun Pelajaran 2020/2021

Lampiran XX

Suasana MI Salafiyah dari Depan

Lampiran XXI

Beberapa Dokumentasi Sarana & Prasarana

Lampiran XXII

Kegiatan Belajar Mengajar di Kelas

Lampiran XXIII

Data Nama-nama Peserta Didik dari Kelas 1- 6 MI Salafiyah Bangilan Tuban T.P 2020/2021

Lampiran XXIV

Transkip Wawancara

Lampiran XXV

Hasil Dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lampiran XXVI

Hasil Observasi

Lampiran XXVII

Data peserta didik baru Tahun Ajaran 2012/2013 - 2020/2021

Lampiran XXVIII

Data Jumlah Pendidik dan Tenaga Kependidikan MI Salafiyah Bangilan Tuban

Data Sarana dan Prasarana MI Salafiyah Bangilan Tuban

Lampiran XXIX

Data Prestasi Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban Tahun Pelajaran 2018/2019

Lampiran XXX

Data Prestasi Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban Tahun Pelajaran 2018/2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi perkembangan zaman seperti saat ini dalam dunia pendidikaan sudah berlaku sebuah persaingan antara satu lembaga dengan lembaga pendidikan yang lain, sehingga tidak dapat dipungkiri banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh beberapa pelanggannya karena beberapa alasan. Maka dari itu lembaga pendidikan membutuhkan suatu kemampuan pengelolaan yang profesional supaya mampu mempraktikkan dalam pengelolaan pemasaran jasa pendidikan, yang bertujuan untuk mempertahankan konsumennya dan memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan tujuan dari lembaga pendidikan itu sendiri.[1]

Dalam Undang-undang tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas) pasal pertama menyatakan bahwa "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri,

[1]Syarifudin dan Rahendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Falah Bogor", Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 2 No. 2 (Juli 2019), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara".[2]

Berkembanganya pengetahuan serta ilmu yang tiada hentinya selaras dengan tujuan hidup manusia mampu mengembangkan kemajuan pendidikan dunia. Sumbangan yang diberikan pendidikan untuk memecahkan permasalahan yanag ada dalam masyarakat yaitu melalui pemberian pelatihan dan pembelajaran untuk para pemuda memikirkan dan iku serta berkegiatan sosial, maksudnya tidak *import*, melainkan hadir dari kebiasaan yang diorientasi dengan berkoordinasi dari berbagai kenyataan perkembangan masa ke masa.[3]

Terdapat beberapa pedoman dalam penyelenggaraan pendidikan yang tertuang dalam Undang-undang tentang sistem pendidikan nasional pasal empat yang berbunyi "1). Pendidikan diselenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia, nilai keagamaan, nilai kultural, dan kemajemukan bangsa. 2). Pendidikan diselenggarkan sebagai satu kesatuan yang sistematik dengan sistem terbuka dan multimakna. 3). Pendidikan diselenggarakan sebagai suatu proses pembudayaan dan pemberdayaan peserta didik yang berlangsung sepanjang hayat. 4). Pendidikan diselenggarakan dengan member keteladanan, membangun kemauan, dan mengembangkan kreativitas peserta didik dalam proses

[2]Undang-Undang tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1
[3]Muwahid Shulhan dan Soim, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Dasar Menuju Peningkatan Mutu Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Teras, 2013), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelajaran. 5). Pendidikan diselenggarakan dengan mengembangkan budaya membaca, menulis, dan berhitung bagi segenap warga masyarakat. 6). Pendidikan diselenggarakan dengan memberdayakan semua komponen masyarakat melalui peran serta dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan".[4]

Pengelolaan pendidikan yang pada awalnya bersifat sentralistris pada akhirnya juga diotonomikan. Segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan lemaga pendidikan diserahkan secara langsung kepada pihak sekolah khususnya pada hal manajemen dan pengembangan lainnya. Kesempatan ini layaknya diapresiasi dengan baik sebab sekolah diberi kepercayaan untuk memaksimalkan segenap potensi yang mereka miliki. Selain itu juga sekolah memiliki kewenangan secara lebih luas dalam mengelola pembelajaran secara lebih baik. Sedangkan tujuan pendidikan menjadi tolok ukur keberhasilan suatu pendidikan, dimana yang menjadi perangkat prosesnya adalah manajemen pendidikan sebagai pemegang tata laksana kearah tercapainya tujuan pendidikan.

Tujuan hidup bangsa menjadi implementasi dari tujuan pendidikan, yaitu menjadikan pribadi, kelompok maupun warga negara yang baik serta mengembangkan rencana menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain dalam hal saling peduli dan perhatian yang akhirnya mampu menumbuhkan kebiasaan, kultur serta pengatahuan mengenai alam dan kehidupan. Pendidikan bukan berada dalam wadah yang kosong

[4]Undang-undang tentang Sitem Pendidikan Nasional Pasal 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maksudnya pendidikan sejalan dengan tujuan bangsa Indonesia sendiri. Pendidikan merupakan tempat, sarana, dan cara mewariskan suatu ilmu dan pengetahuan leluhur untuk keturunannya.[5]

Manajemen merupakan suatu proses terus menerus yang bermuatan kemampuan dan ketrampilan khusus yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu kegiatan baik secara perorangan maupun bersama orang lain atau melalui orang lain dalam mengkoordinasikan dan menggunakan segala sumber untuk mencapai tujuan organisasi secara produktif, efektif, dan efesien.[6]

Dalam manajemen terdapat fungsi *planning*, *analysis*, *implementation*, serta *controlling*. Bagian perencanaan merupakan bagian yang menentukan kelangsungan dan kesuksesan suatu organsasi pemasaran. Proses *planning* merupakan suatu proses yang selalu memandang kedepan atau pada kemungkinan masa akan datang termasuk dalam pengembangan program, kebijakan dan prosedur untuk mencapai tujuan pemasaran. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, cara mendapatkan dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyerahan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang super[7]

---

[5]Shulhan, *Manajemen Pendidikan*..., 1.
[6]Akhmad Muadin, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an", Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam, Vol 5 No 2 (November 2017), 4.
[7] Nandan Limakrisna dan Wihelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seorang tokoh yang bernama W.J Stanton dalam bukunya Mursid mendefinisikan pemasaran adalah "Keseluruhan perangkat yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang aktual maupun potensial". Dengan begitu ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan sebuah produk baik barang ataupun jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Ada beberapa tahapan kegiatan yang harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pembeli.

Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi 4 kegiatan utama yang sering disebut 4P dalam pemasaran:[8]

1. *Product* (produk) yang menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara tepat.
2. *Price* (harga) menyangkut penetapan harga jual barang ataupun jasa yang sesuai dengan kualitas barang atau jasa dan dapat dijangkau oleh konsumen.
3. *Place* (tempat) menyangkut pemilihn cara pendistribusian barang atau jasa sehingga sampai ke tangan konsumen.
4. *Promotion* (promosi) menyangkut pemilihan kebijakan dan penetapan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

[8]M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Marketing merupakan ;interaksi sosial antara seorang dengan perkumpulan sosial bertujuan untuk mendapatkan produk sesuai kebutuhan dan keinginannya serta terjadinya pertukaran baik produk barang ataupun jasa.[9]

Adapun pendapat Tjiptono, *customer satisfaction* adalah kunci untuk produsen, yang mana itu merupakan kesetiaan dari konsumen, maksudnya dengan adanya konsumen yang setia dengan produk kita merupakan aset penting untuk produsen agar mampu menambah jumlah pelanggan di kantor.

Berbagai cara yang dilakukan oleh pihak lembaga pendidikan berakhir dengan tujuan tercapainya suatu *satisfaction customer*. Munculnya sebuah *customer satisfaction* mampu memberikan hal yang positif, antara lain; terjalin interaksi yang baik antara produsen dan konsumen, memberi kesan yang baik sehingga konsumen berlangganan dengan produk tersebut, dan memunculkan suatu anjuran ke khalayak umum untuk menjadi pelamggam atas produk tersebut.[10]

Pelaksanaan *marketing* perlu benar-benar dilaksanakan oleh pihak lembaga pendidikan, adanya *marketing* di sekolah mampu menciptakan nama yang bagus untuk sekolah sehingga peserta didik tertarik dengan lembaga tersebut. Jadi pihak lembaga perlu mengadakan suatu cara untuk peningkatan jumlah peserta didik.

---

[9]M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik", Vol 1 No 2 (April 2018), 3.
[10]Ibid., 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apabila dilihat dari kacamata suatu kantor, maka lembaga pendidikan ialah produsen yang menyediakan jasa pendidikan untuk para konsumen (peserta didik dan wali murid). Apabila seorang produsen tidak pandai dalam *promote*, dengan alasan beberapa aspek belum terpenuhi dengan baik, misalnya kualitas yang diberikan pihak lembaga kurang di sukai, kepuasan pelanggan untuk pelayanan masih kurang, pemberian nilai tambah untuk meningkatkan pribadi seseorang tidak ada, sebab itu produk berupa jasa bisa tidak ada peminatnya. Alhasil lembaga pendidikan bisa mengundurkan diri dan peminat akan meninggalkannya pada akhirnya lembaga pendidikan akan ditutup. Supaya peminatnya tidak meninggalkan maka pihak lembaga pendidikan bisa menyelenggarakan pelayanan yang bernilai bagus, kualitas yang serta sarana dan prasarana sesuai dengan standar.[11]

MIS Salafiyah adalah sebuah lembaga swasta yang berbasis Madrasah Ibtidaiyah dengan akreditasi A yang berada di Jl. Raya Kauman No. 138 Bangilan Tuban. Sekolah ini dipimpin oleh seorang kepala sekolah laki-laki yaang bernama Bapak Mukhlisin, S.Pd.I. Sekolah ini memiliki visi "berwawasan IMTAQ dan IPTEK, berprestasi, terampil, bermral, berdasarkan ajaran Islam Ahlussunnah wal Jama'ah. Adapun untuk misi yaitu: 1). Taat dalam melaksanakan dan mengembangkan ajaran Agama Islam Ahlussunnah wal Jama'ah. 2). Berprestasi di bidang akademik dan non akademik. 3). Terampil dalam mengembangkan seni,

[11]Munir, *Manajemen Pemasaran*..., 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

budaya dan olahraga sesuai dengan kompetensi siswa. 4). Menerapkan pembelajaran aktif, kreatif, efektif dan menyenangkan. 5). Mengoptimalkan daya pikir siswa.

Untuk saat ini MIS Salafiyah telah memiliki kurang lebih 400 peserta didik. Dengan jumlah rombongan belajar 15 dengan rincian: kelas 1 sampai kelas 3, masing-masing kelas terdapat 3 rombongan belajar. Untuk kelas 4 sampai kelas 6 masing-masing kelas terdapat 3 rombongan belajar. Jumlah tenaga pendidik dan kependidikannya sendiri ada 23 orang dengan rincian tenaga pendidik 20 orang dan tenaga kependidikan 3 manusia. Banyak prestasi akademik maupun non akademik yang sudah didapatkan. .

Kemajuan yang sudah ada di lembaga pendidikan ini mengenai fasilitas yang sudah memadai, seperti ruang kelas yang baik, kuri meja yang sudah terpenuhi dan penunjang belajar mengajar seperi perpustakaan dan ekstrakurikuler. Untuk ekstrakurikuler sendiri peserta didik memilih sesuai dengan minat dan bakat mereka. Ekstrakuler di sekolah ini meliputi: drumb band, hadrah, paduan suara, tartil dan badminton, tenis meja dan yang lainnya. Banyak wali murid menyekolahkan anak-anaknya disini dengan alasan fasilitas yang sudah memadai, tenaga pendidik dan tenaga kependidikannya berkompeten serta pelayanan yang baik.[12]

MIS Salafiyah Bangilan Tuban dengan berbagai cara pemasaran dan promosi telah mencapai kuantitas peserta didik yang bisa dikatakan

[12]Siti Rohmah, Guru MI Salafiyah Bangilan, *Wawancara*, Bangilan, 6 Juni 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak. Oleh karena itu pemasaran menjadi sesuatu yang harus dilaksanakan oelh pihak sekolah, selain ditujukan untuk mengenalkan sekolah, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk nama baik terhadap lembaga sehingga menarik sejumlah calon peserta didik. Untuk itu sekolah dituntututuntuk melakukan strategidalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas peserta didik yang ada.

Dengan kuantitas peserta didik dan rombongan belajar yang bisa dikatakan banyak dalam lingkup madrasah ayang ada di kecamatan, itu semua tidak terlepas dari manajemen pemasaran pendidikan yang dilaksanakan oleh pihak sekolah. Promosi yang yang dilakukan bukan hanya dari brosur atau pamflet saja. Namun juga saat pertemuan dengan wali murid, pihak sekolah mensosialisasikan atau promosi mengajak saudara atau tetangga dari wali murid untuk menyekolahkan anaknya di MIS Salafiyah. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk lebih mendeskripsika manajemen pemasaran pendidikan di sekolah ini. Akhirnya peneliti mengambil judul manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti ini terfokus pada manajemen pemasaran pendidikan dan peningkatan kuantitas peserta didik, yang diuraikan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaiamana manajemen pemasaran pendidikan di MIS Salafiyah Bangilan Tuban?
2. Bagaimana meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban?
3. Bagaimana manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban?

C. Tujuan

Berdasarkan fokus penelitian diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan manajemen pemasaran pendidikan di MIS Salafiyah Bangilan Tuban.
2. Mendeskripsikan peningkatan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis penerapan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban.

D. Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pihak UIN Sunan Ampel

   Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan, wawasan serta menjadi referensi karya ilmiah selanjutnya mengenai manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sebuah pengetahuan dan pembelajaran yang penting bagi peneliti. Dan bisa dijadikan sebagai pedoman yang diterapkan dalam kehidupannya.

3. Pihak Lembaga

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan di MIS Salafiyah Bangilan Tuban mengenai manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil pencarian studi pustaka, terdapat beberapa karya ilmiah yang terkait manajemen pemasaran pendidikan yang dapat dilihat dalam uraian dibawah ini

a. Penelitian yang membahas tentang "Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas" oleh Fitriana Ahmad. Dalam penelitian ini membahas tentang Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik. Adapun yang dimaksud dengan manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik adalah kegiatan analysis, planning, implementation, dan *controlling* segala aktivitas dengan cara mencari dan menentukan calon siswa menjelang tahun ajaran baru dan upaya meningkatkan penerimaan siswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

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

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan fokus penelitian dan metode penelitian, yang berbeda adalah tempat riset dan teori riset.

b. Penelitian yang membahas tentang "Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang) oleh Ahmad Muthofi'in". Dalam penelitian ini membahas tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam. Manajemen pemasaran pendidikan islam disini adalah kegiatan lembaga pendidikan islam dalam merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan dalam mrnginformasikan dan memberimutu layanan intelektual atau menyampaikanjasa pendidikan kepada konsumen, yang padadasarnya tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba lembaga, akan tetapi bagaimana menciptakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepuasaan bagi *customer* sebagai bentuk tanggungjawab kepada *stakeholders* atas mutu dari *output* nya.

Penerapan manajemen pemasaran pendidikan islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang menggunakan konsep manajemen yang dimulai dari tahap: *Planning,*yaitu menyusun perangkat pemasaran, yang dilaksanakan secara kolaboratif mulai dari pimpinan sekolah, panitia penerimaan peserta didik (PPD) beserta seluruh stakeholders sekolah, bekerja sama dengan Pendasmen YBWSA. *Organizing,* yaitu pengorganisasian struktur kerja, menentukan *job description* dimulai dengan membentuk kepanitaan penerimaan peserta didik (PPD) sebagai tim pelaksana, pengorganisasian strategi pemasaran dan pengorganisasian sumber daya pemsaran pendidikan islam. *Actuating* kepala sekolah melakukan pergerakan pengarahan baik secara langsung atau tidak langsung. Pemasaran pendidikan islam dilaksanakan dengan menggunakan berbagai strategi dengan beberapa cara yang bervariasi disesuaikan situasi dan kondisi. *Controlling* tidak hanya dilaksanakan diakhir periode saja melainkan juga dalam prosesnya.

Dalam penelitian ini ada kesamaan dengan metode penelitian, yang berbeda adalah judul penelitian, tempat riser dan fokus riset .

c. Penelitian yang membahas tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Nonformal (Studi Kasus di Desa Bahasa Borobudur), oleh Muhammad Ridwan Ali. Dalam penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan nonformal. Secara tidak langsung Desa Bahasa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam perkembangan pemasaran, hampir setiap tahun Desa Bahasa selalu memunculkan sesuatu yang baru, khususnya dalam hal pelayanan dan fasilitas.

Berkaitan dengan faktor pendukung diantaranya; metode pembelajaran yang tidak ada di lembaga manapun yang dipadukan dengan programyang ditawarkan, lokasi yang tidak jauh dengan candi Borobudur yang memudahkan para siswanya untuk praktik dengan turis asing, dan garansi mengulang seumur hidup bagi siswa yang belum puas. Untuk faktor penghambat diantaranya adalah kurangnya dukungan dari pemerintah, kurangnya fasilitas dan kurangnya tenaga pengajar.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan metode penelitian, yang berbeda adalah judul penelitian, tempat riset dan fokus riset.

F. Definisi Konseptual

Untuk mempermudah dan memperjelas penelitian, maka peneliti akan menguraikan definisi konseptual dari judul:

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*administration*" yang berarti administrasi, dalam pengertian tersebut manajemen memilik jangkauan makna yang luas bukan hanya pengaturan yang terkait dengan pekerjaan tulis-menulis. Makna lain dari manajemen yaitu berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola. Dalam proses mengelola dilakukan berdasarkan tahapan dan fungsi-fungsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen itu sendiri. Manajemen adalah proses untuk mengelola sumber daya yang dimiliki oleh suatu kelompok atau organisasi diantaranya ialah sumber daya manusia, dana, prosedur, materiil, mesin dan pemasaran yang dilakukan dengan sistematis dalam suatu proses.[13]

Manajemen merupakan suatu proses yang berkelanjutan yang bermuatan kemampuan dan keterampilan khusus yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu kegiatan baik secara perorangan ataupun berkelompok atau melalui orang lain dalam menghubungkan dan menggunakan segala sumber agar tercapainya tujuan organisasi secara produktif, efektif dan efisien.[14]

Marketing berasal dari bahasa Ingrris yang berarti pemsaaran. Pemasaran tidak hanya aktif di bidang perencanaan sumber daya dan jasa, namun juga dapat bergerak di sektor non profit untuk menyediakan layanan jasa.[15] Peter Drucker adalah salah seorang ahli yang terkenal dalam bidang manajemen mengatakan "Tujuan pemasaran adalah membuat penjualan berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsusmen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan akan laku dengan

[13]Mohammad Mustari, *Manajemen Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 1-2.
[14]Muadin, *Manajemen Pemasaran*..., 4.
[15] Iamam Turmudzi, " Strategi Pemasara di Lembaga PendidIkan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombanh). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), Vol 2 No 2 (2017), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendirinya". Bukan berarti bahwa penjualan dan promosi menjadi tidak penting, tetapi keduanya lebih merupakan dari campuran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih luas, atau seperangkat alat pemasaran yang harus dimanfaatkan untuk meraih dampak maksimum di pasar.[16]

Jerome dalam bukunya mendefinisikan pemasaran, hampir semua manusia termasuk beberapa manajer bisnis menyatakan baahwa pemasaran berarrti "menjual" atau "mengiklankan". Memang benar bahwa kedua hal itu adalah bagian dari pemasaran, tetapi pemasaran bukan sekedar menjual atau mengiklankan. Pemasaran berarti sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi sebagai tahapan produksi dan sekaligus merupakan proses sosial.[17]

Nandan Limakrisna dalam bukunya mendefinisikan "Pemasaran ini bersandar pada konsep inti meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan peermintaan (*demands*)". Seorang konsumen bila ingin memenuhi keiginannya harus mengetahui kebutuhannya terlebih dahulu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat melakukan suatu interaksi. Dengan begitu pemasaran bisa pula diartikan segala sesuatu untuk proses memuaskan pembeli dan penjual. Penanganan proses pertukaran memerlukan waktu dan keahlian yang banyak[18]

---

[16] Philip Kotler, *Marketing Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994), 2.
[17] E Jerome, Mc Carthy dan William D. Perreault, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1993), 8.
[18]Limakrisna, *Manajemen Pemasaran*..., 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peranan penting dari manajemen pemasaran pendidikan adalah strategi untuk keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan. Bertolok ukur dari kebutuhan dan keinginan konsumen (siswa dan wali murid) manajemen pemasaran pendidika harus mampu memperkirakan sekaligus mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat yang memuaskan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini menuntut lembaga pendidikan supaya mampu bersaing dalam memasarkan jasa pendidikan. Faslitas yang memadai mendukung suatu lembaga mampu memasarkan jasa pendidikan dengan baik, dengan begitu mutu lembaga pendidikan akan semakin baik dan kuantitas peseta didik akan bertambah. Namun bila lembaga pendidikan kurang kuat dalam memasarkan pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan kuantitasnya.[19]

2. Peningkatan Kuantitas

Meningkatnya jumlah siswa dipengaruhi oleh mutu dari sekolah tersebut. Sebab mutu ialah keadaan yang bisa berubah-ubah yang berkenaan dengan interaksi antar sisiwa atau wali murid dengan pihak sekolah serta semua layanan dan sarana prasarana yang seseuai standar. Peningkatan mutu seseorang bisa dilihat dari proses belajarnya atau pendidikan yang dijalaninya. Pendidikan pula menjadi tolok ukur

[19] Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kategori suatu negara maju. Pendidikan yang ditempuh semakin tinggi maka dikatakan maju pula negara itu.

Perkembangan zaman seperti saat ini kompetisi dalam dunia pendidikan sangat sengit, oleh karenanya *customer satisfaction* kunci berhasilnya suatu lembaga pendidikan dalam bersaing. Sumbangsih *education* untuk *national devolepment* tidak hanya mengenai diselenggarakannya sebuah pendidikan, namun mampu menghasilkan pendidikan yang berkualitas baik masukan, cara, keluaran atau hasilnya. *Satisfaction* pelanggan akan muncul bilamana lembaga pendidikan mampu menyelenggarkan proses pembelajaran yang berkualitas.[20]

A. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan, yang meliputi latar belakang penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, deskripsi konseptual dan sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian pustaka,dalam hal ini menguraikan tentang teori-teori atau rujukan-rujukan yang digunakan sebagai pendukung skripsi ini, yaitu: manjemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban.

[20]Munir, *Manajemen Pemasaran*..., 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab ketiga metode penelitian, yaitu merupakan gambaran secara utuh tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam skripsi ini meliputi pendekatan dan jenis riset, tempat riset, sumber riset dan informan riset, cara pengumpulan data, prosedur analisis dan interpertasi data dan keabsahan riset.

Bab keempat hasil riset dan pembahasan. Pada bab ini akan membahas tentang temuan-temuan di lapangan atau sering disebut laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang subjek, penyajian data, dan analisis data tentang a) pengertian manajemen pemasaran pendidikan b) peningkatan peserta didik c) bentuk-bentuk manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban

Bab kelima penutup, bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian serta saran dari peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Manajemen

Manajemen secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yang berarti *management*. Kata *management* berasal dari kata kerja *to manage* yang berarti mengurusi atau dapat berarti mengurus, mengatur, mengemudikan, mengendalikan, mengelola, menyelenggarakan, menjalankan, melaksanakan, dan memipin. Kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu mano yang berarti tangan, menjadi manus berarti bekerja berkali-kali dengan menggunakan tangan, ditambah imbuhan agere yang berarti melakukan sesuatu, sehingga menjadi managiare yang berarti mlakukan sesuatu berkali-kali dengan menggunakan tangan-tangan.[21]

Perkembangan zaman seperti saat ini kompetisi dalam dunia pendidikan sangat sengit, oleh karenanya *customer satisfaction* kunci berhasilnya suatu lembaga pendidikan dalam bersaing. Sumbangsih *education* untuk *national devolepment* tidak hanya mengenai diselenggarakannya sebuah pendidikan, namun mampu menghasilkan pendidikan yang berkualitas baik masukan, cara, keluaran atau

[21]Rahendra Maya dan Iko Lesmana, "Pemikiran Prof. Mujamil Qomar, M.Ag. tentang Manajemen Pendidikan Islam" Jurnal Manjemen Pendidikan Islam, Vol 1 No.2 (Juli, 2018), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasilnya. *Satisfaction* pelanggan akan muncul bilamana lembaga pendidikan mampu menyelenggarkan proses pembelajaran yang berkualitas manajemen. Berikut ini beberapa definisi tentang manajemen sebagai berikut:

Marry Papker Follett, "Manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui manusia lain". pengertian ini mengandung bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang memungkinkan diperlukan, atau bisa dikatakan para manajer tidak melakukan tugas-tugasnya itu sendiri".

James A.F Stoner mengemukakan bahwa manajemen adalah proses *planning, organizing, briefing and controling* usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Banyak indikator yang menunjukkan bahwa manajemen sedang bergerak ke arah peningkatan profesionalisme, baik dalam dunia bisnis maupun organisasi-organisasi non profit. Keterlibatan dari pertambahan ini memerlukan suatu cara pengembangan manajemen sebagai sosok guru profesionalisme dengan persyaratan lainnya seperti komitmen dan dedikasi yang menggabungkan kehidupan dan pekerjaan.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat diartikan dengan sederhana bahwa manajemen adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinir,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengendalikan serta mengawasi kegiatan dalam suatu organisasi agar tercapai suatu tujuan organisasi secara efektif dan efisien.[22]

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran seringkali hanya dipahami sebagai sekedar aktifitas penjualan, pengiklanan, atau *public relations*. Ketika berbicara mengenai pemasaran, terbayang-bayang dikepala kita hanya mengenai aktifitas para *sales girl* menawarkan barang dagangan, proses jual beli di toko atau di pasar, bombardir iklan di TV atau radio, iklan dengan gambar cantik dan menarik dimajalah dan surat kabar, para pejabat *public relation* yang sibuk menjawab dan membela diri di majalah dan surat kabar.

Belum banyak orang yang paham mengenai kegiatan *marketing*, bukan hanya kegiatan berupa *selling*, *advertisement*, *and public relation*, kegiatan-kegiatan *marketing* lainnya; mencari yang dibutuhkan pelanggan, observasi pasar dan sasaran, mengembangkan produk, menetapkan harga, dan pendistribusian. Jika seorang produsen mampu memahami dan memilah yang dibutuhkan dari pelanggan, produk yang dikembangkan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan, penetapan harga yang terjangkau serta pendistribusian yang tepat dan memasarkan dengan menarik maka akan terjadi penjualan

[22]Shulhan, *Manajemen Pendidikan*..., 6-7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuai target. Penjulan hanya salah satu kegiatan yang ada dalam suatu pemasaran.

Beberapa definisi mengenai pemasaran dapat dikemukakan di sini: Menurut tokoh Kotler pemasaran terdiri dari segala aktifiitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Ada pula pendapat tokoh Carman mengatakan bahwa pemasaran merupakan proses di mana struktur permintaan terhadap produk baik jasa ataupun barag diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, promosi, distribusi, dan pertukaran barang. *American Marketing Association* berpendapat pemasran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan ditribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasional.[23]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari seorang tokoh yaitu W.J Stanton yang mendefinisikan pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memberi kepuasan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun

[23] Samsul Anam dkk, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 6-7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang potensial. Ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan pelanggan. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pelanggan.

Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi 4 aktivitas penting yang sering disebut 4P dalam pemasaran:[24]

1. *Product* berkenaan dengan penentuan barang atau jasa yang ditawarkan dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. *Price* berkenaan dengan penentuan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan mutu produk dan dapat diperoleh oleh pelanggan.
3. *Place* berkenaan dengan penentuan proses pendistribusian produk sehingga sampai ke tangan pelanggan. *Place* juga berkenaan dengan tata letak dan lingkungan dari perusahaan, dalam hal ini tata letak dan lingkungan dari lembaga pendidikan tersebut.
4. *Promotion* berkenaan dengan penentuan kebijakan mempromosikan secara maksimal sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan. *Promotion* salah satu interaksi dalam *marketing* yang melakukan suatu usaha memperluas informasi, memberi pengaruh/persuasif dan mengingatkan pasar sasaran atas lembaga

[24]Mursid. *Manajemen Pemasaran...*, 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan jasa layanannya supaya sanggup menerima, memberi dan setia terhadap produk yang ditawarkan lembaga tersebut.

Adapun dalil yang berkaitan dengan pemasaran terdapat dalam Q.S Al-Baqarah (2): 2, yang berbunyi

ذَ لِكَ الْكِتَبُ لاَ رَيْبَ فِيْهِ, هُدًى لِلْمُتَّقِيْنَ

Terjemahannya: "Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa. (Q.S Al-Baqarah (2): 2)

Dalam ayat tersebut selama dipahami tidak memiliki keterkaitan dengan pemasaran, ternyata makna didalam kandungannya memiliki kedekatan dengan kegiatan pemasaran yaitu mempromosikan produk kantor kepada konsumen atau pelanggan. Ini cara bagaimana produk kita bisa dikenal oleh para konsumen.[25]

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oelh manusia yang tidak lepas dari pasar. Kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan melalui proses pertukaran inilah disebut dengan pemasaran. Bisa disimpulkan bahwa pemasaran ialah segala aktivitas yang berkenaan dengan kepuasan melalui beberapa faktor seperti mengembangkan produk, mencari pelanggan, komunikasi, pendistribusian, menetapkan harga dan dan

[25]Rizky Syahputra, "Strategi Pemasaran dalam Al-Qur'an tentang Promosi Penjualan", Jurnal Ecobisma, Vol 6 No 02 (2019), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan. Aktor dari kegiatan pemasaran adalah para penjual dan seluruh komponen yang melakukan kegiatan pemasaran.[26]

3. Tujuan Manajemen Pemasaran

Tujuan dari pemasaran sendiri terbagi menjadi 4 bagian yaitu: pemaksimalan konsumsi, pemaksimalan kepuasan konsumen, pemaksimalan pilihan serta pemaksimalan kualitas hidup.[27]

a. Pemaksimalan konsumsi

Beberapa pemimpin kantor mengatakan yang harus dilakukan dalam pemasaran adalah menjadi pendukung dan perangsang konsumsi maksimal. Omset yang masuk akan banyak jika bisa menjual dengan jumlah banyak dan keuntungan yang diperoleh pun semakin bertambah sehingga perusahaan dapat mengatur fungsionl dengan maksimal.

b. Pemaksimalan kepuasan konsumen

Ada yang berpendapat lain akhir dari perjalanan *marketing* bermuara pada *customer satisfaction* bukan dilihat dari mengkonsumsi atau menggunakan produk. Penggunaan produk bisa terealisasikan jika pelanggan merasakan faedah dari produk tersebut atau bisa dilihat dari pelanggan merasa puas dengan produk tersebut.

c. Pemaksimalan pilihan

[26] Samsul Anam dkk, *Manajemen Pemasaran*..., 11.
[27] Samsul Anam dkk, *Manajemen Pemasaran*..., 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada pendapat dari beberapa pemasar yang mengatakan akhir dari desain *marketing* ialah memberi pilihan dan jenis produk yang banyak untuk pelanggan yang akhirnya pelanggan dapat menemukan barang yang diinginkan atau dibutuhkan sesuai kantong pelanggan.

d. Pemaksimalan taraf hidup

Beberapa orang menganggap akhir dari desain marketing ialah mampu memberi peningkatan taraf hidup. Taraf hidup ada beberapa bagian; 1). Taraf jumlah kelompok sosial, 2). Taraf lingungan hidup, 3). Taraf lingkungan budaya. Desain *marketing* bukan diukur dari rasa puas pelanggan namun juga dari sisi aktivitas *marketing* untuk taraf lingkungan hidup dan budaya.

4. Tugas-tugas dan Permintaan dalam Manajemen Pemasaran

Manajamen pemasaran memiliki tugas untuk memberi pengaruh kemajuan, masa serta jenis permintaan guna mendukung organisasi memperoleh tujuan yang diinginkan. *Marketing management* bukan hanya mencari dan meningkatkan permintaan namun juga menyangkut pengubahan dan pengurangan permintaan produk.

Terdapat beberapa keadaan permintaan dan tugas-tugas yang harus dilakukan manajemen pemasaran sebagai berikut:[28]

[28] Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 15-17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Permintaan Negatif *(Negative Demand)*; dapat terjadi jika sebagian besar/konsumen menghindari suatu produk tertentu. Misalnya minuman atau makanan yang mengandung glukosa bagi manusia diabetes akan menghindari produk semaacam itu dan lain-lain. Orang yang memasarkan harus menganalisis mengapa produk tidak disukai serta apakah rencana marketing mampu mengalihkan keyakinan serta perilaku pasar dengan cara merrancang ulang barang atau jasa, harga yang lebih bersahabat dan promosi yang lebih positif.

b. Tidak Ada Permintaan *(No Demand)*; terjadi jika pasar/pelanggan yang menjadi sasaran belum mengenal atau produk yang ditawarkan kurang menarik. Misalnya umat Islam kurang minat menabung dan melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Suatu kelompok masyarakat yang tidak tertarik pada asuransi kesehatan. Tugas pemasar adalah *creatd demand*, yaitu menemukan cara untuk menghubungkan manfaat produk dengan kebutuhan dan minat pasar.

c. Permintaan Terpendam *(Latent Demand)*; terjadi jika banyak konsumen memiliki hasrat yang kuat akan sesuatu yang tidak terpuaskan oleh produk yang ada. Misalkan transportasi yang irit bahan bakar, alat transportasi yang nyaman, makanan dan minuman yang tidak mengandung zat berbahaya. Tugas pemasar adalah *devolep demand* yaitu dengan cara mengukur potensi pasar dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan barang dan jasa yang efektif yang akan memengaruhi permintaan yang terpendam tersebut.

d. Permintaan yang Berkurang *(Reduced Demand)*; terjadi jika pasar sudah jenuh terhadap suatu produk barang maupun jasa tertentu. Pasar yang jenuh bisa jadi karena munculnya pesaing yang menghasilkan produk yang sejenis atau sasaran pasar diambil oleh pesaing. Yang dilakukan produsen ialah mengembalikan permintaan produk yang menurun melalui inovasi produk, berupa peningkatan kualitas produk, kemasan, merk dan lain-lain.

e. Permintaan Tidak Teratur *(Ireguler Demand)*; terjadi bila kantor mengalami permintaan yang tidak stabil dan berfluktuasi secara musiman, harian, bahkan setiap jam yang berakibat pada kelebihan atau kekurangan kapasitas. Sebut saja jasa pegadaian kelebihan permintaan di waktu-waktu tertentu, sedangkan dalam waktu yang lain *demand* menurun, dan lain-lain.

f. Permintaan Penuh *(Full Demand)*; terjadi jika kondisi sedang baik, maka perusahaan menghadapi permintaan yang sesuai dengan harapan dan kapasitas produksi yang dimilikinya. Tugas pemasar adalah menjaga tingkat permintaan yang ada sekarang dalam menghadapi berubahnya preferensi konsumen dan ketatnya persaingan. Disini kantor harus senantiasa menjaga mutu produk dan selalu mengukur tingkat kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Permintaan Berlebih *(Overfull Demand)*; adakalanya perusahaan atau organisasi mengalami permintaan melebihi kapasitas produksi seperti permintaan BBM bersubsidi melebihi maksimum yang disediakan pemerintah. Tugas pemasar yaitu mengurangi *demand* hingga kuantitas yang di produksi oleh produsen.

h. Permintaan Produk yang tidak berfaedah *(Unwholsome Demand)*; produk yang tidak berfaedah dalam mengonsumsinya akan mengalami penurunan, misalnya konsumsi yang memabukkan, narkoba. Yang harus dilakukan pemasar ialah mengusahakan memberikan pesan moral melalui organisasi yang dibentuk untuk kampanye non komersial supaya pelanggan senang produk tersebut tidak lagi mengkonsumsinya.

5. Pengertian Pendidikan

Pendidikan dalam kamus besar bahasa Indonesia suatu proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok manusia dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.[29] Dalam UU RI No 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas) menyatakan "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang

[29] Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), 1128.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara" .[30] Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam raangka mncerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, berakhlaq mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.[31]

Pendidikan diselenggarakan sebagai suatu proses pembudayaan dan pemberdayaan peserta didik yang berlangsung sepanjang hayat. Oleh karena itu, pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam menanamkan budaya inovatif dan kompetitif.[32] Pendidikan adalah proses manusia dibimbing, ditumbuhkan, dan dikembangkan potensinya. Semakin potensi seseorang dikembangkan, semakin ia mampu menciptakan dan mengembangkan kebudayaan, sebab pelaku (aktor) kebudayaan adalah manusia.[33]

Pendidikan sebagai sebuah produk jasa merupakan suatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan produk fisik

---

[30] Undang-undang Repulik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) pasal 1.
[31] Muhammad Kristiawan, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), 2.
[32] Sunda Ariana, *Manajemen Pendidikan: Peran Pendidikan dalam Menanamkan Budaya Inovatif dan Kompetitif* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), 4.
[33] Ariana, *Manajemen Pendidikan...*, 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.[34] Pendidikan merupakan pilar utama pembangunan bangsa. Keberhasilan pendidikan suatu bangsa berkaitan erat dengan kemajuan yang dicapai. Terutama pendidikan yang membentuk karakter nasional bangsa. Dunia pendidikan adalah dunia yang sangat dinamis, selalu bergerak, selalu terjadi perubahan dan pembaharuan.[35]

6. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan mempunyai peranan yang besar serta cara untuk keberlangsungan suatu lembaga pendidikan. Tolok ukur dari sebuah manajemen pemasaran pendidikan adalah memperkirakan dan menentukan layanan jasa pendidikan yang diinginkan serta yang dibutuhkan oleh pelangganya secara baik dan maksimal.

Dalam hal ini lembaga pendidikan dituntut mampu berlomba-lomba dalam memasarkan layanan jasa pendidikan. Jikalau pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dengan maksimal, ditunjang dengan tenaga pendidik dan staf yang berkompeten serta sarana dan prasarana yang memenuhi standar, maka

[34]Wahyudi, *Manajemen Pemasaran*..., 4.
[35] Iwan Ridwan Maulana, Konsep "Peserta Didik Menurut Al-Ghazali dan Implikasinya terhadap Praktik Pendidikan di Pondok Pesantren Al-Mutawally Desa Bojong Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan", Jurnal Al Tarbawi Al Haditsah, Vol 1 No 1, (t.t), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan begitu pelanggan bertambah dengan sendirinya. Sebaliknya jika lembaga pendidikan belum mampu dan memenuhi itu semua maka akan mengurangi minat pelanggan.[36]

Marketing management education bisa diartikan suatu interaksi sosial serta administratif dimana seseorang atau suatu perkumpulan mendapat jasa dari layanan pendidikan sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan.[37] Konsep manajemen pemasaran pendidikan disini mengambil konsep dari manajemen dalam bidang *marketing economics*. Pengambilan konsep tersebut karena dirasa lembaga pendidikan merupakan produk yang melayanai jasa.[38]

Manajemen pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal ini karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh

[36]Wahyudi, *Manajemen Pemasaran*..., 2.
[37]Munir, *Manajemen Pemasaran*..., 15.
[38]Wahyudi, *Manajemen Pemasaran*..., 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedepan, membina kehidupan warga Negara dan generasi penerus ilmuan di masa yang akan datang.[39]

B. Tinjauan tentang Peningkatan Kuantitas Peserta Didik

1. Pengertian Peningkatan Kuantitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia peningkatan adalah proses, cara perbuatan meningkat (usaha kegiatan dan sebagainya).[40] Adapun kuantitas dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah banyaknya benda dan sebagainya atau jumlah (sesuatu)[41]. Jadi peningkatan kuantitas adalah proses dan cara dalam meningkatkan jumlah dari benda atau yang lainnya.

Perkembangan zaman seperti saat ini kompetisi dalam dunia pendidikan sangat sengit, oleh karenanya *customer satisfaction* kunci berhasilnya suatu lembaga pendidikan dalam bersaing. Dalam hal ini memuaskan konsumen adalah sesuatu yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh produsen. Ada pendapat dari Tjiptono yang mengatakan, *customer satisfaction* adalah kunci untuk produsen, yang mana itu merupakan kesetiaan dari konsumen maksudnya dengan adanya konsumen yang setia dengan produk kita merupakan aset penting

[39]Wahyudi, *Manajemen Pemasaran*..., 4-5.
[40]Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Naional (Jakarta, 2008), 1130.
[41]Kamus Besar Bahasa Indonesia,...763.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk produsen agar mampu menambah jumlah pelanggan di perusahaan.[42]

Pada perkembangan digital seperti saat ini yang dihadapi oleh para produsen yaitu persaingan yang sangat sengit antar produsen satu dengan yang lain. Sama halnya dalam dunia pendidikan, persaingan antar satu lembaga dengan lembaga yang lain. Realita yang harus dihadapi mengenai pemasaran yang modern.ini para rival yang semakin kreatif dan berinovasi membuat suatu perusaan harus berjuang lebih giat lagi. Perusahaan jika ingin beroperasi lebih lama, maka dibutuhkan strategi untuk menjalin relasi banyak orang sehingga mampu meningkatkan kuantitas konsumen perusahaan. Ada dua cara untuk menjalin relasi untuk meningkatkan kuantitas konsumen, yaitu:[43]

a. Ciptakan nilai dan *customer satisfaction*

Poin penting dalam menciptakan nilai dan *customer satisfaction* adalah dengan menjalin interaksi dalam jangkauan lebih panjang dan lama. *Customer satisfaction* ialah persepsi dari konsumen atas hasil kerja dari suatu produsen. Apabila hasil kerja dari produsen tidak sesuai yang diinginkan konsumen maka timbullah ketidakpuasan dari konsumen. Sebaliknya jika produsen mampu memberikan hasil kerja yang baik maka konsumen akan

[42]Munir, *Manajemen Pemasaran*..., 10-11.
[43]Tulus Haryono, "Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik dengan Konsumen dalam Masa Krisis", Jejak, Vol 3 No 1 (Maret 2010), 3-4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merasa puas dan senang. Dengan begitu akan muncul sebuah customer satisfaction dan akan memberikan penilaian yang baik untuk perusahaan.

b. Menciptakan kesetiaan konsumen dan berupaya mempertahankan konsumen

Konsumen yang senang dan puas akan memberikan beberapa manfaat diantarannya:

1. Terjalin interaksi yang baik antara produsen dan konsumen.
2. Memberi kesan yang baik sehingga konsumen berlangganan dengan produk tersebut.
3. Memunculkan suatu anjuran ke khalayak umum untuk menjadi pelamggam atas produk tersebut.

Konsumen yang merasa puas tidak memikirkan mengenai harga dari produk tersebut, dan mengatakan hal-hal yang baik dari produk tersebut ke orang lain. dengan begitu akan menciptakan kesetiaan lebih lama terhadap produk. Perusahaan akan mengalami kesusahan memperoleh kesetiaan dari konsumen jika belum mengetahui seberapa tingkat *customer satisfaction*. Maka dari itu perusahaan harus menganalisis dan mengkaji kesetiaan konsumen itu sendiri, karena itu merupakan penenetu bagaimana sikap dan respon dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengertian Peserta Didik

Peserta didik merupakan salah satu dari komponen pendidikan yang penting dan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pendidikan. Tanpa peserta didik, kegiatan belajar mengajar tidak akan ada dan pendidikan tidak akan terjadi. Sebagai salah satu komponen pendidikan, peserta didik mendapat perhatian yang serius dari para ahli pendidikan. Untuk mencapai tujuan pengajaran dalam pendidikan peserta didik harus diperlakukan sebagai subjek dan objek.[44]

Peserta bisa dikatakan manusia yang belum dewasa, oleh karenanya ia membutuhkan pengajaran, pelatihan, dan arahan dari manusia dewasa atau dengan bahasa yang lebih teknis bimbingan dari pendidik, dengan tujuan untuk mengantarkannya menuju suatu pematangan diri.[45] Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas) "Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu".[46]

Maka dari keterangan tersebut amat sangat jelas terlihat peserta didik itu maknanya tidaklah hanya dalam tataran pendidikan formal

---

[44] Abuddin Nata, *Sejarah Pendidikan Islam pada Periode Klasik dan Pertengahan* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), 129.
[45] Musaddad Harahap, "Esensi Peserta Didik dalam Perspektif Pendidikan Islam", Jurnal Al-Thariqah Vol 1 No 2 (Desember, 2016), 2.
[46] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas), pasal 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saja, juga tidak memberi batasan usia, dan bahkan tekanannya sangan majemuk dengan tidak melihat bentuk perbedaan karena mengacu pada sebuah kesadaran akan kemajemukan bangsa Indonesia itu senidri. Namun yang terpenting dalam pengertian itu adalah "Berusaha mengembangkan potensi", yang artinya lewat pendidikan atau proses pembelajaran yang terarah dan positif diharapkan dapat mengoptimalkan potensi para peserta didik itu, baik dalam wilayah pendidikan formal, non formal maupun informal dan juga pada tataran jenis dan bentuk pendidikannya.[47]

Dalam menerima peserta didik baru tentunya ada berbagai hal yang perlu ditekankan yakni: kebijakan dalam menerima peserta didik, sistem dalam menerima peserta didik, kriteria dalam menerima peserta didik, prosedur dalam menerima peserta didik.

a. Kebijakan dalam menerima peserta didik baru

   Kebijakan dalam menerima peserta didik baru sesungguhnya memanfaatkan *the basics* dari management peserta didik bahwa seseorang diterima sebagai peserta didik suatu lembaga pendidikan, haruslah memenuhi persyaratan-persyaratan sebagaimana yang telah ditentukan. kebijakan operasional dalam menerima peserta didik baru memuat aturan mengenai jumlah peserta didik yang dapat diterima di suatu lembaga.

[47]Harahap, *Esensi Peserta Didik*..., 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penentuan mengenai jumlah peserta didik, tentu juga ditentukan atas kenyataan-kenyataan yang ada di sekolah (faktor kondisional sekolah) faktor kondisional tersebut meliputi: 1). Daya tampung kelas baru, 2). Kriteria mengenai siswa yang dapat diterima, 3). anggaran yang tersedia, 4). Sarana dan prasaran yang ada, 5). Tenaga kependidikan yang tersedia, 6). Jumlah peserta didik yang tinggal di kelas satu, dan lain-lain.[48]

a. Sistem dalam menerima peserta didik

Sistem yang dimaksudkna disini lebih menunjukkan kepada cara. ada dua macam sistem dalam menerima peserta didik baru: 1). Dengan menggunakan sistem promosi. Sistem promosi adalah penerimaan peserta didik yang sebelumnya tanpa menggunakan seleksi. Saat pendaftaran peserta didik tidak ada yang ditolak.

2). Dengan menggunakan seleksi, sistem seleksi dapat digolongkan menjadi tiga macam, yakni seleksi berdasarkan daftar nilai ujian akhir nasional, berdasarkan penelusuran minat dan kemampuan, dan seleksi berdasarkan hasil tes masuk.

b. Kriteria dalam menerima peserta didik

Kriteria adalah patokan-patokan yang menentukan bisa atau tidaknya seseorang diterima sebagai peserta didik baru. Ada tiga macam kriteria penerimaan peserta didik: 1). Kriteria acuan patokan yaitu suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan atas

[48]Munir, *Manajemen Pemasaran*,... 11-13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

patokan-patokan yang ditentukan sebelumnya oleh pihak sekolah, 2). Kriteria acuan norma yaitu status penerimaan calon peserta didik yang didasarkan atas keseluruhan prestasi peserta didik yang mengikuti seleksi, 3). Kriteria yang didasarkan atas daya tampung sekolah . sekolah me-ranking prestasi peserta didik mulai yang paling tinggi sampai prestasi yang paling rendah sampai daya tampung tersebut terpenuhi.

c. Prosedur dalam menerima peserta didik

Menurut suharsimi Arikunto dalam jurnal M.Munir langkah-langkah penerimaan siswa baru secara garis besar dapat ditentukan sebagai berikut: 1). Menentukan panitia, 2). Menentukan syarat-syarat penerimaan, 3). Mengadakan pengumuman, menyiapkna soal-soal tes untuk seleksi dan menyiapkan tempatnya, 4). Melaksanakan penyaringa melalui tes tertulis maupun tes lisan, 5). Mengadakan pengumuman penerimaan, 6). Mendaftar kembali calon siswa yang diterima, 7). Melaporkan hasil pekerjaan kepada kepala sekolah.

C. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik

Marketing tidak akan terlepas dari kata dan aktivitas manajemen sebab disini *marketing management* mempunyai tugas dan fungsi seperti apa nantinya suatu lembaga pendidikan menggapai sasaran yang sudah direncanakan diawal merancang sebuah *marketing* serta manajemen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran juga *promote* lembaga pendidikan supaya dapat memberi kepuasan untuk pelanggan dan mampu memberikan kesan hasil kerja yang baik.

Marketing management harus diperhatikan oleh suatu lembaga pendidikan sebab itulah yang menjadi tolok ukur jumlah siswa bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Bukan hanya *promotion* untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada khalayak umum dengan adanya sebaran pamflet ataupun pengumuman spanduk namun juga ada perbaikan dari dalam lembaga pendidikan yang paling utama membenahi mutu saran dan prasarana, fasiltas yang sudah memenuhi standar, serta pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas. Jika perbaikan dari dalam lembaga pendidikan dilaksanakan nantinya akan menciptakan nama yang bagus di mata khalayak.

Beberapa wali murid tertarik dengan lembaga pendidikan yang mempunyai nama yang bagus di khalayak. Pandangan yang dilihat oleh wali murid ialah mengenai kegiatan belajar mengajar yang sedang berlangsung dalam lembaga tersebut dan mutu layanan yang diberikan oleh lembaga.[49]

Adanya suatu hasil kerja yang bagus atau mampu melayani dengan baik merupakan usaha untuk memunculkan rasa percaya pelanggan ke lembaga. Dalam hal ini siswa menjadi seorang *customer* oleh karena itu

[49] Munir, *Manajemen Pemasaran*..., 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengupayakan pemberian pelayanan sebaik mungkin supaya siswa mampu menimba ilmu secara maksimal. Meskipun bukan dalam pelayanan yang ada di bisnis namun pemberian layanan kepada siswa tetap menjadi suatu hal yang harus diperhatikan. Pelayanan disini yang dimaksud bukan hanya dari tenaga pengajarnya saja namun semua aspek dari tenaga kependidikan, tata adminitrasi dan pelayanan fasilititas serta sarana dan prasarana yang sesuai standar.

Jika terdapat suatu kendala kejadian yang tidak diharapakan dan tidak sesuai rencana maka pimpinan lembaga pendidikan harus mengambil tindakan dan keputusan sehingga pelanggan percaya lagi dengan lembaga. Kepuasan siswa yang menjadi konsumen jasa pendidikan mampu menumbuhkan taraf lembaga pendidikan yang pada akhirnya khalayak senang dan alternatif untuk menyekelohkan anak-anaknya.

Pemberian pelayanan yang terbaik adalah kunci penting dan tombak memikat para wali murid dan siswa. Dalam dunia bisnis terkenal dengan istilah jika ingin menggapai *satisfaction* dari seorang pelanggan perlu kiranya produsen mendekat dengan pelanggan, oleh karena itu seseorang pimpinan lembaga pendidikan harus terus mendekati wali murid dan siswanya. Pelayanan yang diberikan kepada wali murid dan siswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menjadi pelanggan harus sekuat tenaga memberikan pelayanan yang terbaik supaya tumbuh rasa percaya dari pelangggan untuk lembaga.[50]

[50]Munir, *Manajemen Pemasaran...*, 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Berikut pengertian penelitian kualitatif menurut beberapa ahli. Menurut Denzin & Lincoln menyatakan "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alami dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada". Erickson menyatakan "Penelitian kualitatif itu berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka".

Menurut Kirk & Miller mendefinisikan penelitian kualitatif adalah "Kebiasaan tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya". Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia, keberagaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan, dan minat dengan berfokus pada perubahan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.

Kesimpulan dari beberapa pendapat para ahli diatas adalah penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alami dengan penafsiran fenomona yang terjadi dimana peneliti sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara sengaja dan semakin bertambah, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan arti dari pada generalisasi.[51]

Penilitan kualitatif ini bersifat deskriptif dimana peneliti harus mendeskripsikan suaatu objek, fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Arti dalam penulisannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar. Kutipan-kutipan data dan fakta yang ada di lapangan untuk mendukung penyajian data dalam laporan merupakan cara penulisan laporan penelitian kualitatif.[52]

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu sekolah swasta di Tuban yaitu di MI Salafiyah Bangilan Tuban. MIS Salafiyah adalah sebuah lembaga swasta yang berbasis Madrasah Ibtidaiyah dengan akreditasi A yang berada di Jl. Raya Kauman, No. 138, Bangilan Kabupaten Tuban. Madrasah ini dipimpin oleh seorang kepala sekolah laki-laki yang bernama Bapak Mukhlisin S.Pd.I.

Untuk saat ini MIS Salafiyah telah memiliki kurang lebih 400 peserta didik. Dengan jumlah rombongan belajar 15 dengan rincian kelas 1 sampai kelas 3 masing-masing kelas terdapat 3 rombongan belajar, untuk

[51] Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 7-8.
[52]Ibid., 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelas 4 sampai kelas 6 masing-masing kelas terdapat 2 rombongan belajar. Untuk jumlah tenaga pendidiknya berjumlah 20 orang dan 3 orang untuk tenaga kependidikannya. Banyak prestasi akademik maupun non akademik yang telah didapat.

Selain itu kemajuan yang sudah ada di lembaga pendidikan ini adalah mengenai fasilitas yang sudah maju, seperti ruang kelas yang baik dan memadai, kursi dan meja yang sudah terpenuhi dan masih banyak lagi yang sudah terpenuhi, ekstra kurikuler yang banyak pilihannya sesuai minat dan bakat peserta didik seperti: Drumb Band, Hadroh, Paduan Suara, Tartil, dan cabang olahraga meliputi Badminton, Tenis Meja dan yang lainnya. Dan peserta didik di beri kesempatan untuk memilih ekstrakurikuler sesuai dengan minat dan bakat meraka masing-masing.

C. Sumber Data & Informan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini, terdapat dua sumber data yang akan dikumpulkan, yaitu:

1. Sumber Data Primer

   Data primer adalah segala sumber informasi yang memiliki wewenang dan tanggungjawab terhadap pengumpulan ataupun penyimpanan data atau bisa disebut juga sumber utama atau informasi tangan pertama.[53] Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini sebagai berikut:

[53] Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan Strategi* (Bandung: Angkasa, 1987), 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Kepala MI Salafiyah Bangilan Tuban. Data yang yang akan digali peneliti dari kepala madrasah berupa data sejarah dan visi misi dari madrasah, bentuk pemasaran, serta pelaksanaan pemasaran.
b. Wakil kepala bidang humas MI Salafiyah Bangilan Tuban. Data yang akan digali oleh peneliti dari waka humas berupa penyusunan manajemen pemasaran.
c. Waka kepala bidang kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban. Data yang akan digali oleh peneliti dari waka kesiswaan ini berupa data grafik peserta didik pertahunnya.
d. Siswa, siswi dan wali murid MI Salafiyah Bangilan Tuban. Data yang akan digali oleh peneliti dari siswa, siswi ataupun wali murid berupa kepuasan dari layanan dan fasilitas yang diberikan oleh sekolah.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang menjadi pendukung data primer. Data ini bersumber dari referensi dan literatur yang mempunyai hubungan dengan judul dan pembahsan penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu hal-hal yang berkaitan dengan literatur serta dokumen yang sesuai dengan fokus penelitian seperti catatan-catatan dan dokumen sekolah yang mempunyai hubungan dengan judul.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Metode Pengumpulan Data

Aktivitas riset yang paling penting ialah mengumpulkan data. Penyusunan sarana penelitian ialah tugas yang harus dilakukan dalam riset, namun hal terpenting yang harus dilakukan dalam penelitian adalah pengumpulan data, diutamakan apabila periset memakai metode yang mudah menimbulkan munculnya faktor subjektif penelitian. Oleh karena itu menyusun instrumen pengumpulan data harus ditangani secara serius dan teliti supaya mendapatkn hasil sesuai dengan fungsinya yakni mengumpulkan variabel yang benar.

Mengumpulkan informasi dalam riset harus diawasi supaya informasi yang didapatkan sifat validnya dan ketelitian serta ketepatan dapat terlindungi. Meskipun sudah memakai isntrumen yang valid dan reliabel namun apabila dalam proses riset tidak dicermati dengan seksama tidak menutp kemungkinan informasi yang ada cukup onggokan sampah. Jawaban dari responden yang sesuai keinginan dari periset bisa dikatakan itu tidak reliabel. Orang yang bertugas mengumpulkan informasi dengan gampang dipengaruhi oleh ambisi dalam dirinya, bisa jadi data yang terkumpul akan menyimpang tidak sesuai instrumen pnelitian. Maka dari itu manusia yang mengumpulkan informasi harus memiliki kemampuan yang sudah memadai untuk menggalinya.[54]

[54] Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Rumusan Masalah	Deskripsi Pertanyaan	Jenis Data yang Diperlukan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Bagaimana Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban?	a. Profil dan sejarah sekolah b. Rumusan tentang visi, misi lembaga c.Penyusunan manajemen pemasaran (4P) yaitu; -*Place* (tempat) -*Product* (produk) -*Promotion* (promosi) -*Price* (harga) d. Penerapan manajemen pemasaran	a. Dokumen visi dan misi b. Sertifikat atau lgalitas madrasah dll c. Brosur atau pamflet dll d. Dokumen penyusunan manajemen pemasaran (4P; *product, price, place, promotion*)	a.Dokumen tasi visi, misi, sertifikat dll b.Dokumen tasi brosur atau pamflet c.Dokumen tasi penyusunan manajemen pemasaran	Wawancara, observasi dan dokumentasi
2.	Bagaimana Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban?	a. Data jumlah peserta didik tahun ajaran baru selama lima tahun terakhir b. Mutu sekolah meliputi; -Isi -Proses -Pembiayan -Pengawasan -Pengelolaan - Pendidik dan tenaga kependidikan -Sarana dan prasarana	a. Dokumen data jumlah peserta didik tahun ajaran baru selama lima tahun terakhir b. Faktor pendukung dan penghambat kuantitas peserta didik c.Mutu dari sekolah d. Jejaring dengan pihak luar sekolah	a.Dokumen tasi data peserta didik dalam tahun ajaran baru tiga tahun terakhir b.Dokumen tasi pendukung dan penghambat kuantitas peserta didik	Wawancara, observasi dan dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		(Perlengakapan proses belajar mengajar dan penunjang sumber belajar) -Kompetensi Lulusan -Kepuasan konsumen (peserta didik dan wali peserta didik) c. Jejaring melalui; -Pengajian (muslimat, fatayat atau pengajian yg lainnya) -Posyandu -Kerjasama dengan RA/TK d. Pendukung (lokasi yang strategis dan kegiatan pemasaran yang menarik konsumen(peserta didik dan wali murid)	(masyarakat sekitar sekolah dan sekitarnya)		
3.	Bagaimana Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban?	a.Bentuk manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik b. Bentuk fasilitas dan pelayanan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik (sarana dan prasarana yang sudah	a. Dokumen bentuk manajemen pemasaran b. Fasilitas dan layanan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik. c.Pola komunikasi pihak sekolah dengan pihak	a. Dokumentasi bentuk manajemen pemasaran b.Layanan untuk peserta didik c.Pola komunikasi	Wawancara, observasi dan dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		memadai) c. Pola komunikasi pihak sekolah dengan konsumen (peserta didik dan wali dari peserta didik) d. Komunikasi pihak sekolah dengan masyarakat sekitar sekolah e. Strategi pemasaran yang menggunakan 4P (*product, price, place, promotion*)	konsumen (peserta didik dan wali dari peserta didik) d. Strategi mengguna kan 4P; (*product, price, place, promotion*)		

1. Teknik Observasi

Dalam menggunakan teknik observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan bentuk blangko pengamatan sebagai instrumen. Penyusunan poin-poin yang berisi tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi merupakan format dari teknik observasi. Melihat proses, menatap kejadian dan mengamati gerak adalah bagian penting dari teknik observasi. Pengamatan dalam penelitian bukanlah suatu kegiatan yang dikatakan ringan karena manusia banyak dipengaruhi oleh minat dan kecenderungan-kecenderungan yang ada pada dirinya oleh karean itu hasil pengamatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harus sama, meskipun dilakukan perbincangan lebih dari satu orang, pengamatan harus tetap objektif.[55]

Tabel 3.2

Pedoman Observasi

No	Peristiwa yang Diamati	Keterangan
1.	Keadaan fisik sekolah: a. Suasana lingkungan sekolah b. Ruang kepala sekolah c. Ruang Guru d. Ruang kelas e. Ruang perpustakaan f. Masjid g. Kamar mandi h. Kantin i. Dan ruang yang lainnya	
2.	Kegiatan belajar mengajar a. Penyampaian saat materi b. Interaksi guru dengan peserta didik	
3.	Kegiatan pengembangan peserta didik A. Kegiatan ekstrakurikuler B. Kegiatan pendukung prestasi peserta didik.	
4.	Kegiatan Rapat a. Rapat guru b. Rapar rutin	

2. Teknik Wawancara

Penggunaan metode wawancara memerlukan waktu yang cukup lama untuk mengumpulkan data,. Dibandingkan dengan mengedarkan angket kepada responden, wawancara cukup rumit dan

[55] Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membutuhkan waktu yang cukup lama pula. Sikap pada waktu datang, sikap duduk, tutur kata, keramahan bahasa serta keseluruhan penampilan akan mempengaruhi jawaban respon yang diterima oleh peneliti maka dari itu harus disiapkan dan perhatikan peneliti ketika wawancara. Perlu adanya latihan yang sungguh-sungguh dan terus menerus bagi calon pewawancara supaya terbiasa.

Pedoman wawancara yang banyak digunakan adalah bentuk semi struktur. Dalam hal ini maka pewanwancara menanyakan serangkain pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu ditanyakan dan diperdalam untuk mengetahui keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.[56]

Pedoman Wawancara

a. Kepala Madrasah

1. Apa visi dan misi dari sekolah.?
2. Bagaimana untuk profil dan sejarah dari sekolah.?
3. Bagaimana untuk perencanaan dan penyusunan dari manajemen pemasaran di sekolah ini.?
4. Bagaiamana penerapan dari perencanaan manajemen pemasaran yang sudah ada.?

[56]Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian...*, 76-77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Apa tanggapan bapak mengenai kuantitas peserta didik untuk setiap tahun ajaran baru?
6. Apa layanan yang diberikan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik?
7. Melakukan kerjasama dengan RA/TK mana saja?
8. Apakah pihak sekolah menerapkan pelaksanaan pemasaran di tempat perkumpulan orang banyak seperti pengajian, posyandu dll.?
9. Bagaimana untuk standar penilaian di sekolah ini.?
10. Bagaiamana untuk standar isi di sekolah ini.?
11. Bagaiamana untuk standar proses di sekolah ini.?
12. Bagaimana untuk pendidik dan tenaga kependidikan yang ada di sekolah ini.?
13. Untuk saran dan prasarana sudah memadai dalam standar pendidikan.?
14. Bagaimana untuk pembiayaan di sekolah ini.?
15. Apakah ada faktor pendukung lainnya selain tempat yang strategis.?
16. Berapa untuk harga SPP atau pembelian buku paket, buku LKS atau buku yang lainnya.?
17. Apa saja promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah.?
18. Bagaimana untuk alumni atau lulusan dari sekolah ini sendiri,?
19. Dengan siapa saja pihak sekolah akan melaksanakan promosi.?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

20. Dimana saja akan melaksanakan promosi untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.?
21. Kapan saja akan melakasanakan promosi untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.?

b. Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan

1. Bagaimana grafik untuk kuantitas peserta didik dalam tahun ajaran baru tiga tahun terakhir ini.?
2. Sudahkah pemberian fasilitas untuk proses belajar mengajar dan penunjang sumber belajar terpenuhi semua.?
3. Baagaimana perkembangan proses belajar peserta didik pertahunnya.?
4. Bagaiamana bapak/ibu untuk pengembangan diri dari peserta didik itu sendiri.?
5. Sudah mengikuti berbagai lomba ataupun event apa saja pak/bu.?
6. Apa ada penunjang pembelajaran selain dari ekstrakurikuler.?

c. Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas

1. Apa saja bentuk pemasaran yang sudah pernah dilakukan?
2. Adakah inovasi pemasaran untuk meningkatkan kuantitas peserta didik?
3. Bagaimana pola komunikasi dengan pihak konsumen (peserta didik dan wali dari peserta didik).?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Apakah pihak sekolah melaksanakan komunikasi pemasaran di tempat perkumpulan orang banyak seperti pengajian, posyandu dll.?
5. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.?
6. Dimana saja akan melaksanakan promosi untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.?
7. Kapan saja akan melakasanakan promosi untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.?

d. Staf Bidang Administrasi

1. Bagaimana mengenai data peserta didik selama empat tahun terakhir.?
2. Bagaimana data untuk pesrta didik pertahunnya.?
3. Menurut bapak/ibu adakah strategi sendiri dari kepala madrasah.?
4. Pendekatan apa yang diterapkan dalam memasrakan jasa pendidikan.?
5. Seperti apa layanan administrasi menjelang tahun ajaran baru.?

e. Guru Kelas

1. Bagaimana proses pembelajaraan dari peserta didik.?
2. Bagaiamana perkembangan peserta didik dalam menerima pelajaran dari bapak/ibu guru.?
3. Untuk guru kelas mengajar semua mata pelajaran?
4. Mata pelajaran apa yang tidak diajarkan oleh guru kelas.?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Wali Murid

1. Alasan memilih madrasah ini?
2. Adakah pembayaran uang gedung untuk pertama kali masuk.?
3. Untuk spp perbulannya berapa.?
4. Apakah kinerja dari pihak madrasah sudah bisa dikataakn memuaskan.?

3. Teknik Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah teknik dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, jadwal kegiatan dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini tidak begitu sulit, dalam arti jika ada sebuah kesalahan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukanlah benda hidup melainkan benda mati. Seperti telah dijelaskan diawal tadi, dalam menggunakan metode dokumentasi ini peneliti memegang *check list* untuk mencari variabel yang sudah ditentukan. Apabila terdapat atau muncul variabel yang dicari, maka peneliti tinggal memberi tanda *check list* ditempat yang sesuai. Untuk mencatat segala sesuatu yang bersifat bebas atau belum ditentukan dalam daftar variabel peneliti dapat menggunakan kalimat bebas.[57]

[57]Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian...*, 77-78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.3
Pedoman Dokumentasi

No	Jenis Dokumen	Keterangan
1.	Data profil sekolah: a. Catatan sejarah sekolah b. Visi, misi dan tujuan sekolah c. Catatan prestasi sekolah d. Struktur organisasi sekolah e. Sertifikat dan kelengkapan legalitas lainnya f. Dokumen akreditasi sekolah	
2.	Data program sekolah a. Dokumentasi kegiatan sekolah seperti: kegiatan rapat, belajar mengajar dll. b. Dokumentasi penyusunan dan penerapan manajemen pemasaran	
3.	Data kesiswaan a. Catatan grafik peserta didik dalam tahun ajaran baru untuk tiga tahun terakhir b. Kegiatan pengembangan diri C. Dokumentasi foto peserta didik.	

E. Analisis Data

Apabila data yang dibutuhkan sudah terkumpul maka tahap selanjutnya adalah menganalisis data-data yang terkumpul tersebut. Analisa data adalah proses mengatur urutan data yang diperlukan, mengkoordinasikan ke dalam suatu sistem, kategori dan satuan gambaran dasar. Menurut Saryono dan Anggraeni analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data tersebut, sehinggga dapat diperoleh suatu kesimpulan, dan analisis data tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada teknik analisa data ini peneliti melakukan koordinasi serta klarifikasi sesuai dengan rumusan pembahasan riset dan kerangka penelitian kualitatif deskriptif yang merupakan gambaran suatu kondisi dari latar belakang secara menyeluruh. Segala upaya untuk mengklarifikasi dan menata data secara sistematis hasil dari observasi, wawancara daan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti itu semua merupakan dasar dari menganalisis data.

Adapun analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang dikembangkan oeh Miles dan Huberman, yakni tiga tahap analisis data yang dilakukan secara interaktif dan saling berkaitan baik selama atau sesudah pengumpulan data, sehingga model ini dinamakan model interaktif.[58] Tiga tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mereduksi Data

   Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi. Data akan disesuaikan dengan kebutuhan yang ditetapkan dalam penelitian iini sesuai dengan fokus penelitian. Kemudian, data diadopsi sesuai keperluan dan relevan untuk menjawab fokus penelitian. Pada penelitian ini, reduksi data dilakukan untuk relevansi kepada data yang berhubungan dengan implementasi evaluasi diri sekolah dan peningkatan mutu pendidikan.

[58]Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), 22- 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Menyajikan Data

Penyajian data adalah deskripsi kumpulan informasi yang tersusun dalam bentuk teks naratif yang memungkinkan peneliti untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Dalam hal ini, peneliti melakukan proses pengorganisasian data untuk menyajikan data dalam bentuk uraian singkat yang dapat digambarkan melalui bagan, diagram, atau sejenisnya, sehingga akan memudahkan dalam memahami, menyimpulkan, dan menginterpretasikan data yang ada.

3. Menarik Kesimpulan dan verivikasi

Sepanjang penelitian yang dilakukan, setiap kesimpulan yang diambil secara terus-menerus dilakukan verifikasi hingga benar-benar diperoleh kesimpulan yang valid serta dapat dipertanggung jawabkan.

F. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian validasi diartikan sebagai pengecakan data yang berasal dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.[59]

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian bersifat: eksploratif, enterpretif, dan konstruktif)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut di deskripsikan, di kategorisasikan mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari berbagai sumber data tersebut. Data yang telah dianalisa akan menghasilkan suatu bentuk kesimpulan, yang selanjutnya akan dimintakan kesepakatan atau *member check* dengan sumber-sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

   Triangulasi teknik untuk menguji validitas data dilakukan dengan cara memeriksa data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda.

3. Triangulasi Waktu

   Dalam rangka pengujian validitas menggunakan triangulasi waktu dilakukan pengecekan dengan teknik penelitian namun dalam rentang waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Pembahasan

1. Sejarah MI Salafiyah Bangilan Tuban

Awal berdiri madrasah ini bernama MI Nasihah pada tahun 1.947 didirikan oleh para tokoh ulama di Kecamatan Bangilan diantara para pendirinya adalah kyai Muhid Muzadi, kyai Ridwan, kyai Abdu Sajad, awal berdirinya dahulu madrasah ini berlokasi di depan pasar Bangilan. Pada tanggal 31 Maret 1.971 akhirnya terdaftar di Departmen Agama Kabupaten Tuban dengan nama MI Salafiyah. Dan yang menjadi pencetus nama MI Salafiyah ialah kyai M. Uzair. Mendapat akreditasi A pada Tahun 2016.

2. Visi dan Misi MI Salafiyah Bangilan Tuban

Visi dari MI Salafiyah Bangilan Tuban adalah Berwawasan IMTAQ dan IPTEK, berprestasi, terampil, bermoral, berdasarkan ajaran Islam Ahlussunnah wal Jama'ah. Adapun untuk misinya adalah:

1. Taat dalam melaksanakan dan mengembangkan ajaran agama Islam Ahlussunnah wal Jama'ah.
2. Berprestasi di bidang akademik dan non akademik.
3. Terampil dalam mengembangkan seni, budaya dan olahraga sesuai dengan kompetensi siswa.
4. Menerapkan pembelajaran aktif, kretif, efektif, dan menyenangkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Mengoptimalkan daya pikir siswa.

B. Deskripsi Subjek

Peneliti melakukan penelitian ini kurang lebih dalam kurun waktu 2 bulan, yakni dari bulan november sampai bulan desember 2020. Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengadakan pra penelitian di bulan juni 2020 untuk meminta izin kepada kepala sekolah. Akhirnya melakukan penelitian secara langsung di bulan november. Sebelum melakukan penelitian, peneliti mencari informan yang sesuai dengan judul yang dibuat oleh peneliti.

Metode pengumpulan penelitian yang digunakan peneliti ada tiga rangkain, yaitu wawancara, obervasi dan dokumentasi. Dalam proses penelitian kali ini peneliti mencari informan yang sesuai bidangnya sehingga peneliti memperoleh data mengenai manajemen pemasaran dala meningkatkan kuantitas peserta didik dengan sebenar-benarnya.

Adapun deskrispi informan adalaha sebagai berikut:

1. Informan pertama yaitu Bapak Mukhlisin, S.Pd.I selaku kepala sekolah
2. Informan kedua yaitu Bapak Rohmat Sholihin selaku wakil kepala bidang kesiswaan
3. Informan ketiga yaitu Bapak Sutrisno selaku wakil kepala bidang humas
4. Informan keempat yaitu Bapak Darmaji selaku staf tata usaha
5. Informan kelima yaitu Ibu Ilmi Nur Aliyah selaku guru kelas 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Informan keenam adalah dari wali murid yaitu Ibu Muslikah (wali murid kelas 1) dan Ibu Karsilah (wali murid kelas 5)

C. Penyajian Data

Peneliti akan menyajikan data hasil dari penelitian mengenai manajemen pemasaran pendidikan serta peningkatan kuantitas peserta didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban. Peneliti menggunakan 3 metode dalam mengumpulkan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Berikut uraian penyajian datanya:

1. Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Dalam manajemen pemasaran pendidikan tidak terlepas kegiatan dari fungsi manajemen itu sendiri, yang mana fungsi tersebut meliputi *planning, organizing, actuating,* dan *controlling* serta evaluasi. Dalam hal merencanakan kegiatan pemasaran pendidikan yang pertama mengenai *product*.

Untuk *product* yang dimaksud disini lulusan yang profesional, guru yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Awalnya madrasah ini berupa kelompok mengaji untuk mendalami ilmu agama yang diasuh oleh K. Ridwan. Banyaknya antusias dari masyarakat akhirnya beberapa tokoh berjuang bersama mendirikan lembaga pendidikan. Seperti yang disampaikan oleh kepala madrasah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Awalnya madrasah ini ya kelompok belajar mengaji untuk mendalami ilmu agama mbak, setelah banyak masyarakat yang berminat, akhirnya beberapa tokoh dan ulama' Bangilan sepakat mendirikan lembaga pendidikan dengan basis islam yang tetap mengajarkan ilmu agama dan ilmu umum juga namun bisa terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban".[60]

Madrasah ini terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban pada Tahun 1971 dan sekolah memiliki dokumentasi di ruang kepala madrasah dan memiliki salinananya yang disimpan oleh staf bidang administrasi (Data terlampir pada lampiran I).[61] Setelah itu para tokoh dan ulama merencanakan dan menyiapkan ilmu dan pengetahuan yang akan diberikan kepada peserta didik. Dalam hal ini yang dilakukan madrasah mencari lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Seperti yang disampaikan oleh waka kesiswaan

> "Untuk perencanaan dalam hal menjelang tahun ajaran baru persiapan dari kami itu mbak melakukan rapat pembagian jam dan mata pelajaran sesuai dengan pendidik yang berkompeten, dan rapat penentuan wali kelas yang senior gitu mbak. Selain itu mbak persiapan untuk guru atau wali kelas masing-masing itu wali kelas merencanakan dan menentukan jadwal mata pelajaran, merencanakan dan mempersiapkan RPP dan seperangkat pembelajaran yang akan disampaikan kepada siswa selama 2 semester kedepan, menyampaikan sesuatu hal yang perlu dipersiapkan kepada peserta didik terkait dalam pembelajrannya yang sekiranya bisa ditempuh sesuai dengan situasi dan kondisi".[62]

---

[60]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pukul 10.50-11-40

[61]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 5 Desember 2020.

[62]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pemaparan tersebut bukan hanya melakukan rapat pembagian jam dan menentukan pendidik yang profesional, serta rapat penentuan wali kelas yang lebih berpengalaman, namun ada perencanaan juga mengenai perencanaan RPP dan segala sesuatu yang mendukung proses pembelajaran dan menyampaikan kepada peserta didik apa saja yang perlu disiapkan untuk kegiatan belajar mengajar.

> Hal tersebut diperkuat dengan peneliti ikut serta pada saat mata pelajaran fiqih yang di ajarkan Ibu Siti Rohmah yang merupakan lulusan S1 Prodi PAI kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, dan pada saat itu praktik sholat dengan duduk jika tidak mampu berdiri.[63]

Setelah melakukan perencanan dan mengimplementasikannya, pihak madrasah selanjutnya akan melakukan evaluasi setelah kegiatan belajar mengajar selama satu semester selesai dilaksanakan. Pemaparan dari kepala madrasah.

> "Setiap selesai kegiatan belajar mengajar di akhir semester itu biasanya kami adakan evaluasi mbak, buat mengevaluasi apa saja yang kurang dan mnegalami kendala selama proses pembelajaran selama satu semester, biasanya setelah itu kami akhiri dengan makan bersama-sama".[64]

Pihak madrasah akan melakukan evaluasi untuk perbaikan penyampaian pengetahuan melalui materi-materi yang sudah disiapkan dan direncanakan pihak madrasah.

---

[63]Hasil Observasi, pada tanggal 20 Desember 2020.

[64]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pukul 10.50-11-40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan pemasaran selanjutnya mengenai *price*. Untuk perencanaan price sendiri di madrasah ini diawal berdirinya tidak mematok biaya khusus untuk peserta didik. Seperti yang disampaikan oleh waka kesiswaan

> "Terkait biaya sendiri mbak di madrasah ini ndak ada uang SPP perbulan gitu mbak, namun di awal 2010 untuk perombakan gedung bawah sampai atas itu ada infaq gedung dengan sukarela mbak". Jadi awal berdirinya madrasah ini tidak ada uang gedung untuk siswa baru dan SPP perbulannya mbak, ya ada pas mau membangun gedung baru itu mbak, untuk selanjutnya ya infaq sukarela dari walimurid mbak".[65]

Tambahan penjelasan dari kepala madrasah

> "Untuk biaya di madrasah ini tidak ada SPP seperti itu mbak, yang ada itu sistem infaq seikhlasnya dari wali murid dan itu juga bisa dibayarkan wali murid waktunya tiga atau enam bulan sekali tergantung dari wali muridnya. Untuk bukunya anak-anak tetap membeli mbak".[66]

Penjelasan kepala sekola diperkuat dengan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Karsilah)

> "Ndak ada bayar SPP mbak, adanya itu bayar seikhlasnya dari wali murid mbak, alhamdulilah ya enak mbak, apalagi itu bayaranya terserah wali murid bisa 3 bulan sekali atau 6 bulan sekali, sudah enak mbak. Kalo mau bayar 1 bulan sekali ya monggo".[67]

Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Muslikah)

---

[65]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.
[66]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.
[67]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Saya kan walmur baru ya mbak, selama ini saya masih belum di tagih membayar SPP, dan untuk uang gedung juga tidak ada mbak. Yang ada itu membeli buku tema gitu trs kaos olahraga, jilbab, ikat pinggang dan lain-lainnya mbak".[68]

Jadi untuk biaya madrasah ini tidak menggunakan SPP yang ada infaq seikhlasnya dari wali murid yang bisa dibayarkan tiga atau enam bulan sekali dan memberi kebebasan bisa membayar antara dua pilihan tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan adanya dokumentasi bukti pembayaran masuk kelas 1 (Data terlampir pada lampiran VII).[69]

> Diperkuat dengan peneliti melihat langsung ada wali murid kelas 3 langsung datang ke madrasah untuk membayarkan infaq ke bagian tata usaha dan wali murid mengatakan jika sekolah di madrasah ini untuk biaya ringan tidak memberatkan wali murid yang kurang mampu.[70]

Kegiatan pemasaran berikutnya mengenai *place*. Untuk perencanaan tempat madrasah ini awalnya ada didepan pasar Bangilan. Sebelah utara dari letak madrasah saat ini. Dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. yang bisa dijangkau oleh semua masyarakat sekitar madrasah.

Seperti yang diungkapkan oleh waka kesiswaan.

> "Rencana awal tempat madrasah ini ya ada didepan pasar itu mbak, karena dulu itu madrasah ini cikal bakal nya dari kelompok belajar atau kelompok mengaji yang diasul oleh K. Ridwan mbak, dan itu masih di sekitar kediaman beliau. Lambat laun akhirnya K. Ridwan bersama tokoh dan para ulama' Bangilan bersama-sama merintis lembaga pendidikan

[68]Hasil Wawancara dengan Ibu Muslikah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 08.20-08.50.
[69]Hasil Dokumentasi Milik Wali Murid, 27 November 2020.
[70]Hasil Observasi, pada tanggal 27 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> dan yang sekarang bernama MI Salafiyah itu mbak dan bertempat di tengah-tengah Kecamatan Bangilan".[71]

Tambahan ulasan dari kepala madrasah

> "Dulu madrasah ini masih belum disini awalnya dulu itu didepan pasar Bangilan, sekarang bertempat disini bisa dijangkau masyarakat yang ada di Bangilan dari selatan sampai utara, jadi banyak juga yang menyekolahkan anak-anaknya disini".[72]

Penjelasan tersebut diperkuat staf bidang administrasi

> "Yang sekolah disini kan bukan dari Desa Bangilan yang dekat kecamatan saja toh mbak, inputnya dari hampir seluruh desa yang ada di Kecamatan Bangilan, seperti desa yang dauh dari kecamatan itu Desa Bahoro, Desa Punggur, Desa Sidodadi, Desa Sidotentrem itu beberapa contohnya yang saya sebutkan mba".[73]

Jadi lokasi madrasah ini berada di tengah-tengah Kecamatan Bangilan yang bisa dijangkau masyarakat dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Bangilan dan bersebelahan dengan masjid besar Kecamatan Bangilan yang memudahkan praktik sholat dan pembiasaan sholat dhuha sebelum jam pelajaran dimulai. Diperkuat dengan hasil wawancara dengan wali murid.

> "Enaknya di madrasah itu ya itu mbak ada kalo praktik sholat langsung ke masjid ada praktik mmengaji bersama di masjid juga. Dan yang penting itu kebiasaan sholat dhuha sebelum jam pelajaran mulai mbak".[74]

---

[71]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.

[72]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pada pukul 09.35-10.25

[73]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.

[74]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Hal demikian diperkuat peneliti ikut pada saat sholat dhuha bersama dan mengaji bersama sebulam jam pelajaran dimulai".[75]

Kegiatan *marketing* selanjutnya yaitu *promotion*. Untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah adalah merencanakan kegiatan-kegiatan besar madrasah meliputi akhirussanaha, milad madrasah dan kegiatan PHBI seperti Tahun Baru Hijriyah, Isra' Mi'raj, Muharram untuk melakukan sosialisasi dan melakukan kerjasama dengan TK/RA yang ada disekitar madrasah serta kerjamasa dengan pihak pengurus Masjid Jami' Bangilan.

Seperti yang disampaikan oleh kepala sekolah.

> "Kami merencanakan dan mengusahakan bagaimana madrasah ini supaya bisa menjadi madrasah pilihan wali murid untuk menyekolahkan anak-anaknya mbak. Biasanya nanti kami akan mensosialisakan melalui kegiatan-kegiatan besar yang dilakukan madasah setiap tahunnya. Supaya masyarakat umum mengatahui dan mengenal madrasah ini. dan peminat di madrasah ini supaya bertambah".[76].

Dalam mempromosikan jasa pendidikan yang dilakukan madrasah melalui sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan dari pihak madrasah ini pada saat kegiatan-kegiatan penting madrasah seperti memperingati hari milad madrasah dan akhirussanah seperti yang dipaparkan oleh Waka Humas.

> "Biasanya di hari milad yang di gelar satu tahun yang dihadiri wali murid untuk memperingati ulang tahun madrasah ini kami

[75]Hasil Observasi, pada tanggal 28 November 2020.
[76]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, pada tanggal 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mensosialisasikan madrasah yang disampaikan oleh bapak kepala sekolah mbak, biasanya bapak kepala sekolah memberi pembinaan kepada wali murid untuk mengajak masyarakat luas, masyarakat sekitar madrasah untuk menyekolahkan anaknya di madrasah ini. Yah di dalam milad itu ya ada agenda do'a bersama, istighasah bersama gitu mbak, yang terakhir bapak kepala sekolah memberikan pembinaan itu. Bukan pada saat hari milad saja mbak namun juga pada saat mempersiapkan kegiatan untuk lomba agustusan di kecamatan, karena disitu paguyuban wali murid berkumpul gitu mbak. Kami biasanya juga akan mensosialisasikan pada acara akhirussanah (perpisahan dan penerimaan raport) yang di adakan setahun sekali dalam akhir tahun ajaran, disitu akan penyampaian dari kami tentang prestasi dan kegiata-kegiatan yang pernah diraih dan diikuti oleh anak-anak mbak, yang nantinya akan memunculkan rasa percaya dari wali murid untuk madrasah ini. Dan yang hadir juga kan dari masyarakat umum, bukan hanya dari wali murid saja jadi diharapkan nanti masyarakat umum juga tertarik menyekolahkan anak-anaknya di madrasah ini".[77]

Ditambahkan oleh kepala madrasah

"Sebelum acara akhirussanah dipagi hari itu ada show dari anak-anak yang ikut drumb band mbak. Biar masyarakat tau juga bahwa ada ekstrakurikuler drumb band di madrasah ini. anak-anak show itu dari lapangan Bangilan samapai Dusun Karang Tengah itu mbak".[78]

Dan peneliti mengikuti kegiatan akhirussanah pada bulan Juni yang bertempat di lapangan Kecamatan Bangilan yang di hadiri masyarakat umum. Yang pada kegiatan tersebut berisi pengajian dan penyampaian prestasi peserta.[79]

Jadi sosialisasi yang dilakukan pada kegiatan akhirussanah yang dihadiri oleh masyarakat umum dan kegiatan memperingati hari milad. disitu ada penyampaian prestasi yang di peroleh peserta didik dan even-even yang pernah diikuti oleh peserta didik dan juga ada

[77]Hasil Wawancara dengan Bapak Sutrisno, Waka Humas MI Salafiyah Bangilan Tuban, pada tanggal 5 Desember, pukul 10.25-11.00.
[78]Hasil Wawancara dengan Bapak Muhlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, pada tanggal 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25
[79]Hasil Observasi, pada tanggal 25 Juni 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penampilan drumb band dari peserta didik madrasah ini menjelang acara akhirrusanah, ini bertujuan agar masyarakat tertarik dan menaruh kepercayaan pada madrasah ini. Hal tersebut diperkuat dengan peneliti melihat hasil dokumentasi milik sekolah pada saat kegiatan akhirussanah (Data terlampir pada lampiran VI).[80]

Selain dalam kegiatan hari milad madrasah dan akhirussanah, pihak madrasah juga menyelenggarakan kegiatan yag bertepatan dengan PHBI juga nantinya sebagai tempat untuk mempromosikan madrasah. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi Isra' Mi'raj, Maulid Nabi, tahun baru hijriyah. Seperti yang diungkapkan waka kesiswaan.

> "Biasanya di kegiatan-kegiatan yang bertepatan dengan PHBI mbak, seperti isra' mi'raj, Maulid Nabi, Tahun baru hijriyah, Bulan Muharram itu melihat kondisi juga mbak, kadang kami mengundang dari pihak luar seperti paguyuban wali murid atau masyarakat sekitar mdrasah dan nanti disitu diselipkan untuk mempromosikan madrasah yang disampaikan kepala madrasaha mbak. Namun jika tidak mengundang pihak luar ya cukup guru-guru sini saja mbak".[81]

Bukan hanya pada kegiatan milad madrasah dan kegiatan akhirussanah saja, namun pada kegiatan yang bertepatan dengan PHBI seperti isra' mi'raj, Maulid Nabi, Tahun baru hijriyah, Bulan Muharram yang biasanya mengundang pihak luar seperti masyarakat sekitar madrasah ataupun paguyuban wali murid dan pada kesempatan tersebut untuk mempromosikan madrasah ke tamu undangan yang

[80]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.
[81]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 13 Januari 2021, pukul 16.00-16.40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan disampaikan oleh kepala madrasah. Hal tersebut diperkuat dengan peneliti melihat hasil dokumentasi milik sekolah terkait kegiatan akhirussanah, milad madrasah dan kegiatan yang bertepatan dengan PHBI (Data terlampir pada lampiran VIII).[82]

> Pada kegiatan milad madrasah peneliti juga ikut hadir dalam acara tersebut yang di selenggarakan pada tanggal 16 Agustus 2020 di gedung sekolah, dalam acara tersebut ada istighasah bersama dan pengajian serta sambutan dari kepala madrasah dan di akhir juga ada penyampaian promosi yang disampaikan kepala madrasah.[83]

Selain sosialisasi yang dilakukan dalam mempromosikan jasa pendidikan, peneliti juga menemukan bahwasanya pihak madasah juga melakukan kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah. Hal tersebut dijelaskan oleh kepala sekolah.

> "Setelah membuat panitia penerimaan peserta didik baru, kami melakukan kerjasama dengan TK/RA disekitar madrasah mbak dengan memberikan SK perihal penerimaan peserta didik baru yang diberikan ke kepala TK/RA, nantinya para guru-guru dibagi dengan sistem penunujukkan langsung sebelum datang untuk silaturrahim ke TK/RA sekitar madrasah untuk mengenalkan madrasah ini. Kemudian selain mensosialisasikan juga mengedarkan formulir pendaftaran ke madrasah ini. Jika nantinya ada wali murid di TK/RA tersebut ada yang bingung untuk pendaftaran bisa tanya guru yang silaturrahim tersebut".[84]

Staf bidang administrasi juga menambahkan.

> "Untuk PPDB sendiri kija juga kerjasama dengan TK/RA. Sebelum awal masuk tahun ajaran baru itu kan kita menyebarkan surat edaran. PPBD MI dimulai ini dan tanggal

[82]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.
[83]Hasil Observasi, pada tanggal 16 Agustus 2020.
[84]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ini jadi masyarakat tahu lebih awal. TK yang sekitar sini saja. TK yang kira-kira tidak ada madrsahnya. Kalo di TK yang ada madrsahnya nanti kasihan madrasahnya. Seperti TK Dharma wanita, TK Ngrojo, TK Kedungmulyo, TK sidokumpul kita kasih ya yang sekiranya tidak ada madrasahnya mbak. Kalo yang sudah ada madrashahnya ya kita ndak kasih".[85]
>
> Hal demikian diperkuat dengan peneliti ikut serta pada saat silaturrahim menjalin kerjasama ke salah satu TK yang ada di sekitar madrasah yaitu TK Ngrojo.[86]

Jadi dari pemaparan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya madrasah untuk mempromosikan jasa pendidikan melalui kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah yang sekiranya tidak ada jenjang selanjutnya baik SD/MI. Hal tersebut diperkuat dengan hasil dokumentasi yang peneliti temukan berupa SK panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB) (Data terlampir pada lampiran XIV).[87]

Selain itu juga mengajak kerjasama dengan pihak pengurus Masjid Jami' dengan melakukan ngaji bersama setiap satu bulan sekali pada hari Ahad pagi di awal bulan dengan mendatangkan penceramah dari luar Bangilan. Yang kedua pada selasa malam rabu ini mengaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh Bangilan sendiri. Dan yang hadir untuk umum masyarakat Bangilan. Penjelasan Kepala Madrasah

> "Ada kerjasama dengan pihak pengurus Masjid sini juga mbak, itu ada ngaji bersama setiap satu bulan sekali pada hari Ahad pagi di awal bulan dengan mendatangkan penceramah dari luar

[85]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.
[86]Hasil Observasi, pada tanggal 17 Juli 2020.
[87]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bangilan mbak. Yang kedua pada hari selasa malam rabu mbak, ini ngaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh sini sendiri mbak. Dan yang hadir ikut ngaji umum mbak, siapa yang mau ya monggo dateng langsung".[88]

Hal tersebut diperkuat dengan peneliti mengikuti pengajian umum itu secara langsung pada hari ahad pagi di awal bulan yang mendatangkan penceramah dari luar Bangilan.[89]

Tabel 4.1

Triangulasi Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Pertanyaan	Bagaimana Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban	
Wawancara	Kepala Sekolah	a. Merencanakan kegiatan-kegiatan penting untuk melakukan sosialiasasi mengenalkan madrsah ke masyarakat luas b. Menggunakan strategi dalam memasarkan jasa pendidikan dengan dua cara yaitu melakukan sosialisasi dan kerjasama dengan TK/RA c. Mengenalkan madrasah melalui penampilan drumb band dari peserta didik menjelang acara akhirussanah d. Melakukan kerjasama dengan TK/RA disekitar madrasah e. Membagi pendidik dan tenaga kependidikan melakukan silaturrahim ke TK/RA sekitar madrasah f. Lokasi madrasah stirategis yang bisa diangkau masyarakat didaerah tersebut g. Pengendalian dan pengawan melalui membangun komunikasi yang baik supaya tidak ada mis komunikasi h. Menjalin komunikasi yang baik dengan Departemen Agama dan Kmeneterian Agama Kabupaten Tuban
	Waka Humas	a. Melakukan sosialisasi di kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan rutin

[88] Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.
[89] Hasil Observasi, pada tanggal 6 Desember 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		oleh madrasah b. Melakukan sosialisasi dalam acara akihrussanah c. Menyampaikan prestasi peserta didik dalam acara akhirussanah d. Menyampaikan pengalaman even-even yang pernah diikuti peserta didik e. Adanya sosialisasi dalam acara peringatan hari milad madrasah f. Sosialisasi pada paguyuban walimurid dalam agenda persiapan kegiatan lomba agustusan
	Tata Usaha	a. Melakukan kerjasama dengan TK/RA yang tidak ada jenjang selanjutnya MI/SD b. Kepala sekolah yang bersikap hunble ke semua orang c. Keaktifan pendidik dan tenaga kependidikan atau bisa dikatakan pendidik dan tenaga kependidikan jarang tidak masuk d. Kegiatan peserta didik banyak
Dokumentasi	b. Piagam madrasah terdaftar c. Akreditasi madrasah d. Dokumentasi dalam acara akhirussanah e. Penampilan drumb band f. Kartu Pembayaran g. Hari milad madrasah h. SK PPDB	
Observasi	a. Pengamatan lingkungan sekolah b. Pengamatan ruangan, sarana dan prasarana c. Lokasi madrasah d. Melihat struktur organisasi madrasah e. Tata tertib guru f. Ikut serta melihat kerjasama dengan TK/RA g. Ikut serta mengikuti pengajian dan ngaji bersama yang bekerjasama dengan pihak pengurus Masjid Jami’	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Berdasarkan hasil penggalian data peneliti dalam peningkatan kuantitas peserta didik diperoleh data dari madrasah dengan melakukan 4 kegiatan pemasaran yang mampu memberi pengaruh mengenai peningkatan jumlah dari peserta didik itu sendiri.

Kegiatan pemasaran yang pertama *product*. Pengaruh produk dalam peningkatan jumlah peserta didik bisa dikatakan banyak peningkatan. Seperti penjelasan dari kepala madrasah

> "Awal pas berdiri itu ya kayak sekelompok ngaji mbak, ya masih sedikit anak-anak e. Setelah ada gagasan untuk membuat lembaga pendidikan yang arahnya ke keislamannya ya bertambah yang minat mbak. Apalagi sudah terdaftar di Departemen Agama malah semakin yakin masyarakat sini untuk menyekolahkan anak-anaknya disini mbak". Apalagi ya belajar pengetahuan umum juga belajar pengetahuan agama dan ada kalo praktik sholat atau wudlu ya langsung ke masjid mbak".[90]

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Karsilah) yang mengatakan.

> "Alasane anak e di sekolahkan d situ ya pengen anaknya ngerti ilmu agama mbak, biar lebih tau dari manusia tuanya, apalagi kan disitukalo praktik enak mbak langsung ke Masjid Besar Bangilan itu., apalagi gurunya ya pinter di bidangnya gitu lah mbak, ".[91]

[90]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala Sekolah, MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pada pukul 10.35-11.25

[91]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Hal demikian peneliti melihat secara langsung pada saat peserta didik melakukan praktik sholat dengan duduk jika tidak mampu berdiri, dan peneliti mendokumentasikannya (Data terlampir pada lampiran X).[92]

Tambahan dari staf bidang administrasi

> "Selama saya mengajar disini dari sebelum tahun 2000 itu mbak ya mengalami kenaikan terus mbak, apalagi setelah mendapatkan akreditasi A itu di tahun 2016. Dari semenjak itu naik nya lumayan mbak, ya paling banyak itu pas tahun 2017/2018 itu siswa baru sampai 96 mbak. Tapi sejauh ini juga mengalami naik terus mbak".[93]

Dapat diambil kesimpulan dari awal berdiri yang hanya kelomok mengaji sehingga akhirnya menjadi lembaga pendidikan yang mengembangkan pengetahuan umum dan pengetahuan agama. Dan mengalami keniakan yang signifikan pada saat madrasah mendapatkan akreditasi A pada tahun 2016. Meskipun setelah mendapat akreditasi A dalam catatan madrasah peserta didik terbanyak pada tahun 2017/2018 peserta didik baru yaitu sampai 96 peserta didik. Peneliti menemukan sertifikat akreditasi A yang diperoleh madrasah pada tahun 2016 yang di pajang di ruang kepala madrasah (Data terlampir pada lampiran II).[94]

Kegiatan pemasaran berikutnya mengenai *price.* Pengaruh biaya dalam peningkatan jumlah peserta didik diawal berdirinya sampai saat ini mengalami penambahan terus setiap tahun ajaran baru. Penjelasan dari kepala madrasah.

---

[92]Hasil Observasi, pada tangggal 25 Desember 2020
[93]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.
[94]Hasil Dokumen Milik Madrasah, pada tanggal 5 Desember 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Sejak berdirinya madrasah ini tidak diberlakukan uang gedung dan SPP perbulannya mbak, ya yang ada itu membeli buku, ikat pinggang, kaos olahraga, jilbab untuk yang putri dan lain-lain".[95]

Tambahan penjelasan dari waka kesiswaan

> "Madrasah ini tidak ada uang gedung maupun SPP mbak, namun pada tahun 2010 itu ada perombakan gedung atas sampai bawah akhirnya ada infaq sukarela dari wali murid untuk pembangunan gedung tersebut".[96]

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Muslikah)

> "Benar dek, di MI itu ngga ada SPP, katanya ada infaq seikhlasnya dari wali murid tapi saya selama jadi wali murid juga tidak ada tarikan tersebut. Ndak tau lagi kalo ada musim pandemi ini ya dek, soalnya saya juga wali murid baru. Memang d awal itu ada pembelian ya buku, jilbab, ikat pinggang kaos kaki gitu itu dek dan ada bukti pembayarannya kok".[97]

Jadi untuk biaya sendiri di madrasah ini memang dari awal tidak ada uang gedung untuk peserta didik baru dan tidak ada SPP yang wajib dibayarkan setiap bulannya, namun yang ada infaq pertama kali ditetapkan untuk pembangunan gedung 2010 dan diberlakukan infaq seikhlasnya untuk semua peserta didik dan itu berlaku sampai saat ini. Dalam penelitiannya peneliti juga melihat langsung bukti

---

[95]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala Sekola MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020

[96]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.

[97]Hasil Wawancara dengan Ibu Muslikah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.55-08-35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembayaran yang dimaksud dari wali murd (Data terlampir pada lampiran VII).[98]

> Diperkuat dengan peneliti melihat langsung ada wali murid kelas 3 langsung datang ke madrasah untuk membayarkan infaq ke bagian tata usaha dan wali murid mengatakan jika sekolah di madrasah ini untuk biaya ringan tidak memberatkan wali murid yang kurang mampu.[99]

Kegiatan *marketing* selanjutnya *place*. Pengaruh tempat atau lokasi madrasah berpengaruh dalam peningkatan kuantitas peserta didik. Pemaparan dari kepala madrasah.

> "Dari tempat yang awal sampai pindah ke tempat yang sekarang ya banyak perubahannya mbak, terlebih terkait jumlah siswanya. Kalo dulu masih satu angkatan satu kelas kalo sekarang ya yang kelas 1-3 itu masing-masih kelasnya ada 3 kelas mbak, untuk yang kelas 4-6 masing-masing ada 2 kelas mbak".[100]

Tambahan penjelasan dari waka kesiswaan.

> "Tahun 2010 itu kan ada perombakan gedung bawah sampai atas kan mbak, ya ada pembangunan gitu mbak buat penambahan ruang kelas nah dari situ tiap rombongan belajarnya bertambah mbak. Kelas 1 sampai kelas 6 itu ada 2 rombongan belajar masing-masingnya itu dimulai sekitar tahun 2013 mbak".[101]

Kesimpulannya untuk tempat sendiri madrasah ini mengalami peningkatan kuantitas peserta didik dari kelas 1 sampai kelas 6 ada 2 rombongan belajar untuk masing-masing kelas. Hal demikian peneliti

---

[98]Hasil Dokumentasi Milik Wali Murid, pada tanggal 27 November 2020
[99]Hasil Observasi, pada tanggal 27 November 2020.
[100]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.35.
[101]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 1 Desember 2020 pukul 09.20-11.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

temukan secara langsung dengan melihar gedung dan ruang kelas dan peneliti mendokumentasikannya (Data terlampir pada lampiran XX).[102]

Kegiatan pemasaran yang terakhir *promotion*. Perencanaan promosi yang dilakukan madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik. Penyampaian dari waka kesiswaan

> "Alhamdulillah setelah adanya kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah ya mengalami penambahan siswa baru mbak, ya meskipun kerjasam itu sifatnya tidak memaksa, ya kita kasih brosur dan formulir buat wali murid di TK/ RA tersebut mbak dan alhamdulillah ya responnya baik. sekarang untuk kelas 1 sampai kelas 3 itu ada rombongan belajar mbak makanya itu ada paralel mbak bergantian masuknya, jadi anak kelas 1 pulang nanti ganti anak kelas 2 masuk. Saking banyaknya minat masyarakat mbak jadi ya di buat bergantian itu mbak, ya itu mulai 2016/2017 sepertinya mbak".[103]
>
> Dalam pengamatan dan penglihatan peneliti secara langsung melihat data peserta didik baru selama kurun waktu tersebut mengalami peningkatan.[104]

Jadi, untuk bertambahnya menjadi 3 rombongan belajar dari kelas 1 sampai kelas 3 itu setelah adanya promosi berupa kerjasaam dengan TK/RA sekitar madrsah sehiingga saat ini untuk kelas 1 dan kelas 2 masuknya secara bergantian (Data terlampir pada lampiran XXX).

[102]Hasil Dokumentasi, pada tanggal 27 November 2020.
[103]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.
[104]Hasil Dokumentasi, pada tanggal 5 Desember 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2

Triangulasi Konsep Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Pertanyaan	Bagaimana Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban	
Wawancara	Kepala Sekolah	a. Menerapkan sikap ramah ke walimurid b. Transparansi oleh semua pihak c. Menerima masukan dan kritikan demi kebaikan madrasah d. Ringan tangan dalam melakukan segala hal untuk tujuan bersama e. Layanan mengantarkan peserta didik yang belum dijemput orang tuanya
	Waka Kesiswaan	a. Menciptakan pembelajaran yang tidak membosankan bagi peserta didik b. Mengajak peserta didik mengenal lingkungan sekitar c. Mengajak peserta didik lebih dekat dengan alam d. Penunjang dari perpustakaan dan pengembanagan diri dari peserta didik
	Guru Kelas 5	a. Pengembangan diri melalui minat dan bakat peserta didik dalam mengikuti ekstrakurikuler b. Ada guru kelas senidri dan untuk mata pelajaran olahraga dan muatan lokal akan ada pendidiknya sendiri
	Wali Murid	a. Sistem pembelajaran yang disukai anak-anak b. Berbeda dengan madrasah lain dalam mendampingi peserta didik yang belum di jemput oleh oran tuanya. c. Satpam akan siap mengantar peserta didik bilamana manusia tuanya tidak bisa menjemput.
Dokumentasi	a. Dokumentasi kegiatan belajar mengajar peserta didik b. Kegitaan ekstrakurikuler c. Pada even atau dalam mengikuti lomba d. Formulir pendaftaran peserta didik baru	
Obesrvasi	a. Proses belajar mengajar b. Piagam dan penghargaan yang diperoleh madrasah c. Data peserta didik dari kelas 1 sampai kelas 6	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Manajemen pemasaran pendidikan harus diperhatikan oleh suatu lembaga pendidikan sebab itulah yang menjadi tolok ukur jumlah siswa bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Tentunya itu semua didukung oleh perencanaan yang matang dan pengimplementasian yang tepat oleh semua pihak madrasah.

Untuk *product* yang dimaksud disini lulusan yang profesional, guru yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Awalnya madrasah ini berupa kelompok mengaji untuk mendalami ilmu agama yang diasuh oleh K. Ridwan. Banyaknya antusias dari masyarakat akhirnya beberapa tokoh berjuang bersama mendirikan lembaga pendidikan. Seperti yang disampaikan oleh kepala madrasah.

> "Awalnya madrasah ini ya kelompok belajar mengaji untuk mendalami ilmu agama mbak, setelah banyak masyarakat yang berminat, akhirnya beberapa tokoh dan ulama' Bangilan sepakat mendirikan lembaga pendidikan dengan basis islam yang tetap mengajarkan ilmu agama dan ilmu umum juga namun bisa terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban".[105]

Madrasah ini terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban pada Tahun 1971 dan sekolah memiliki dokumentasi di ruang kepala madrasah dan memiliki salinananya yang disimpan oleh staf

[105]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pada pukul 09.25-10.35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bidang administrasi (Data terlampir pada lampiran I).[106] Setelah itu para tokoh dan ulama merencanakan dan menyiapkan ilmu dan pengetahuan yang akan diberikan kepada peserta didik. Dalam hal ini yang dilakukan madrasah mencari lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Seperti yang disampaikan oleh waka kesiswaan

> "Untuk perencanaan dalam hal menjelang tahun ajaran baru persiapan dari kami itu mbak melakukan rapat pembagian jam dan mata pelajaran, dan rapat penentuan wali kelas. Selain itu mbak persiapan untuk guru atau wali kelas masing-masing itu wali kelas merencanakan dan menentukan jadwal mata pelajaran, merencanakan dan mempersiapkan RPP dan seperangkat pembelajaran yang akan disampaikan kepada siswa selama 2 semester kedepan, menyampaikan sesuatu hal yang perlu dipersiapkan kepada peserta didik terkait dalam pembelajarannya yang sekiranya bisa ditempuh sesuai dengan situasi dan kondisi".[107]

Dari pemaparan tersebut bukan hanya melakukan rapat pembagian jam dan menentukan pendidik yang profesional, serta rapat penentuan wali kelas yang lebih berpengalaman, namun ada perencanaan juga mengenai perencanaan RPP dan segala sesuatu yang mendukung proses pembelajaran dan menyampaikan kepada peserta didik apa saja yang perlu disiapkan untuk kegiatan belajar mengajar.

> Hal tersebut diperkuat dengan peneliti melihat pada saat mata pelajaran fiqih yang di ajarkan Ibu Siti Rohmah yang merupakan lulusan S1 Prodi PAI kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, dan pada saat itu praktik sholat dengan duduk jika

[106]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 5 Desember 2020.
[107]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak mampu berdiri. Yang merupakan salah satu pendidik yang profesional.[108]

Setelah melakukan perencanan dan mengimplementasikannya, pihak madrasah selanjutnya akan melakukan evaluasi setelah berlangsungnya kegiatan belajar mengajar selama satu semester selesai dilaksanakan. Pemaparan dari kepala madrasah.

> "Setiap selesai kegiatan belajar mengajar di akhir semester itu biasanya kami adakan evaluasi mbak, buat mengevaluasi apa saja yang kurang dan mnegalami kendala selama proses pembelajaran selama satu semester, biasanya setelah itu kami akhiri dengan makan bersama-sama".[109]

Pihak madrasah akan melakukan evaluasi untuk perbaikan penyampaian pengetahuan melalui materi-materi yang sudah disiapkan dan direncanakan pihak madrasah. Diperkuat dengan peneliti melihat dokumentasi salah satu dari pendidik mengenai suasana setelah melakukan evaluasi bersama (Data terlampir pada lampiran XIX).[110]

Pengaruh produk dalam peningkatan jumlah peserta didik bisa dikatakan mengalami peningkatan. Seperti penjelasan dari kepala madrasah

> "Awal pas berdiri itu ya kayak sekelompok ngaji mbak, ya masih sedikit anak-anak e. Setelah ada gagasan untuk membuat lembaga pendidikan yang arahnya ke keislamannya ya bertambah yang minat mbak. Apalagi sudah terdaftar di Departemen Agama malah semakin yakin masyarakat sini untuk menyekolahkan anak-anaknya disini mbak". Apalagi ya

[108]Hasil Observasi, pada tanggal 20 Desember 2020.
[109]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pada pukul 10.35-11.25
[110]Hasil Dokumentasi Milik Salah Satu Pendidik, pada tanggal 27 Desember 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> belajar pengetahuan umum juga belajar pengetahuan agama dan ada kalo praktik sholat atau wudlu ya langsung ke masjid mbak".[111]

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Karsilah) yang mengatakan.

> "Alasane anak e di sekolahkan d situ ya pengen anaknya ngerti ilmu agama mbak, biar lebih tau dari orang tuanya, apalagi kan disitu kalo praktik enak mbak langsung ke Masjid Besar Bangilan itu".[112]

Hal demikian peneliti lihat secara langsung pada saat peserta didik melakukan praktik sholat dengan duduk jika tidak mampu berdiri pada kelas 3 dan mendokumentasikannya. (Data terlampir pada lampiran X).[113]

Tambahan dari staf bidang administrasi

> "Selama saya mengajar disini dari sebelum tahun 2000 itu mbak ya, mengalami kenaikan terus mbak, apalagi setelah mendapatkan akreditasi A itu di tahun 2016. Dari semenjak itu naik nya lumayan mbak, ya paling banyak itu pas tahun 2017/2018 itu siswa baru sampai 96 mbak. Tapi sejauh ini juga mengalami naik terus mbak".[114]

Dapat diambil kesimpulan dari awal berdiri yang hanya kelompok mengaji sehingga akhirnya menjadi lembaga pendidikan yang mengembangkan pengetahuan umum dan pengetahuan agama, Kemudian madrasah ini mendapatkan akreditasi A pada tahun 2016.

---

[111]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pukul 10.35-11.25

[112]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.

[113]Hasil Dokumentasi, pada tanggal 5 Desember 2020.

[114]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2021, pada pukul 14.00-14-45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan akhirnya madrasah ini mengalami peningkatan jumlah peserta didik yang signifikan dan dalam catatan madrasah peserta didik terbanyak pada tahun 2017/2018 peserta didik baru yaitu sampai 96 peserta didik. Peneliti menemukan sertifikat akreditasi A yang diperoleh madrasah pada tahun 2016 pada salinan sertifikat tersebut yang dimiliki madrasah (Data terlampir pada lampiran II).[115]

Kegiatan pemasaran selanjutnya mengenai *price*. Untuk perencanaan *price* sendiri di madrasah ini diawal berdirinya tidak mematok biaya khusus untuk peserta didik. Seperti yang disampaikan oleh waka kesiswaan

> "Terkait biaya sendiri mbak di madrasah ini ndak ada uang SPP perbulan gitu mbak, namun di awal 2010 untuk perombakan gedung bawah sampai atas itu ada infaq gedung dengan sukarela mbak". Jadi awal berdirinya madrasah ini tidak ada uang gedung untuk siswa baru dan SPP perbulannya mbak, ya ada pas mau membangun gedung baru itu mbak, untuk selanjutnya ya infaq sukarela dari walimurid mbak".[116]

Tambahan penjelasan dari kepala madrasah

> "Untuk biaya di madrasah ini tidak ada SPP seperti itu mbak, yang ada itu sistem infaq seikhlasnya dari wali murid dan itu juga bisa dibayarkan wali murid waktunya tiga atau enam bulan sekali tergantung dari wali muridnya. Untuk bukunya anak-anak tetap membeli mbak".[117]

Jadi untuk biaya madrasah ini tidak menggunakan SPP yang ada infaq seikhlasnya dari wali murid yang bisa dibayarkan tiga atau

[115] Hasil Dokumen Milik Madrasah, pada tanggal 5 Desember 2020.
[116]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.
[117]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

enam bulan sekali dan memberi kebebasan bisa membayar antara dua pilihan tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan adanya dokumentasi bukti pembayaran masuk kelas 1 (Data terlampir pada lampiran VII).[118]

> Diperkuat dengan peneliti melihat langsung ada wali murid kelas 3 langsung datang ke madrasah untuk membayarkan infaq ke bagian tata usaha dan wali murid mengatakan jika sekolah di madrasah ini untuk biaya ringan tidak memberatkan wali murid yang kurang mampu.[119]

Pengaruh biaya dalam peningkatan jumlah peserta didik diawal berdirinya sampai saat ini mengalami penambahan terus setiap tahun ajaran baru. Meskipun di tahun 2010 itu ada infaq seikhlasnya untuk pembangunan gedung dan sistem infaq berlaku sampai sekarang. Dan wali murid bersyukur dengan adanya sistem infaq tanpa ada SPP setiap bulan dan uang gedung untuk peserta didik baru.

Hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Karsilah)

> "Ndak ada bayar SPP mbak, adanya itu bayar seikhlasnya dari wali murid mbak, alhamdulilah ya enak mbak, apalagi itu bayaranya terserah wali murid bisa 3 bulan sekali atau 6 bulan sekali, sudah enak mbak. Kalo mau bayar 1 bulan sekali ya monggo".[120]

Hal tersebut sejalan hasil wawancara dengan wali murid (Ibu Muslikah)

---

[118]Hasil Dokumentasi Milik Wali Murid, 27 November 2020.
[119]Hasil Observasi, pada tanggal 27 November 2020.
[120]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Benar dek, di MI itu ngga ada SPP, katanya ada infaq seikhlasnya dari wali murid tapi saya selama jadi wali murid juga tidak ada tarikan tersebut. Ndak tau lagi kalo ada musim pandemi ini ya dek, soalnya saya juga wali murid baru. Memang d awal itu ada pembelian ya buku, jilbab, ikat pinggang kaos kaki gitu itu dek dan ada bukti pembayarannya kok".[121]

Jadi untuk biaya sendiri di madrasah ini memang dari awal tidak ada uang gedung untuk peserta didik baru dan tidak ada SPP yang wajib dibayarkan setiap bulannya, namun yang ada infaq pertama kali ditetapkan untuk pembangunan gedung 2010 dan diberlakukan infaq seikhlasnya untuk semua peserta didik dan itu berlaku sampai saat ini. Dalam penelitiannya peneliti juga melihat langsung bukti pembayaran untuk peserta didik baru (Data terlampir pada lampiran VII).[122]

> Diperkuat dengan peneliti melihat langsung ada wali murid kelas 3 langsung datang ke madrasah untuk membayarkan infaq ke bagian tata usaha dan wali murid mengatakan jika sekolah di madrasah ini untuk biaya ringan tidak memberatkan wali murid yang kurang mampu.[123]

Kegiatan pemasaran berikutnya mengenai *place*. Untuk perencanaan tempat madrasah ini awalnya ada didepan pasar Bangilan. Sebelah utara dari letak madrasah saat ini. Dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. yang bisa dijangkau oleh semua masyarakat yang ada di desa Bangilan. Seperti yang diungkapkan oleh waka kesiswaan.

---

[121]Hasil Wawancara dengan Ibu Muslikah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.55-08.40.
[122]Hasil Dokumentasi Milik Wali Murid, pada tanggal 27 November 2020.
[123]Hasil Observasi, pada tanggal 27 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Rencana awal tempat madrasah ini ya ada didepan pasar itu mbak, karena dulu itu madrasah ini cikal bakal nya dari kelompok belajar atau kelompok mengaji yang diasuh oleh K. Ridwan mbak, dan itu masih di sekitar kediaman beliau. Lambat laun akhirnya K. Ridwan bersama tokoh dan para ulama' Bangilan bersama-sama merintis lembaga pendidikan dan yang sekarang bernama MI Salafiyah itu mbak dan bertempat di tengah-tengah Kecamatan Bangilan".[124]

Tambahan ulasan dari kepala madrasah

> "Dulu madrasah ini masih belum disini awalnya dulu itu didepan pasar Bangilan, sekarang bertempat disini bisa dijangkau masyarakat yang ada di Bangilan dari selatan sampai utara, jadi banyak juga yang menyekolahkan anak-anaknya disini".[125]

Penjelasan tersebut diperkuat staf bidang administrasi

> "Yang sekolah disini kan bukan dari Desa Bangilan yang dekat kecamatan saja toh mbak, inputnya dari hampir seluruh desa yang ada di Kecamatan Bangilan, seperti desa yang dauh dari kecamatan itu Desa Bahoro, Desa Punggur, Desa Sidodadi, Desa Sidotentrem itu beberapa contohnya yang saya sebutkan mba".[126]

Jadi lokasi madrasah ini berada di tengah-tengah Kecamatan Bangilan yang bisa dijangkau masyarakat dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Bangilan dan bersebelahan dengan Masjid Jami' Kecamatan Bangilan yang memudahkan praktik sholat dan pembiasaan sholat dhuha berjama'ah serta mengaji bersama sebelum jam pelajaran dimulai. Diperkuat dengan hasil wawancara dengan wali murid.

---

[124]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.
[125]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020
[126]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Enaknya di madrasah itu ya itu mbak ada kalo praktik sholat langsung ke masjid ada praktik mmengaji bersama di masjid juga. Dan yang penting itu kebiasaan sholat dhuha sebelum jam pelajaran mulai mbak".[127]

> Hal demikian diperkuat peneliti pada saat mengikuti sholat dhuha bersama dan mengaji bersama sebelum jam pelajaran dimulai. Dan ini merupakan poin ketertarikan wal murid kepada madrasah ini".[128]

Pengaruh tempat atau lokasi madrasah dalam peningkatan kuantitas peserta didik mengalami peningkatan setelah adanya pembangunan gedung baru. Pemaparan dari kepala madrasah.

> "Dari tempat yang awal sampai pindah ke tempat yang sekarang ya banyak perubahannya mbak, terlebih terkait jumlah siswanya. Kalo dulu masih satu angkatan satu kelas kalo sekarang setelah ada penambahan ruang kelas mbak, masing-masing 1 angkatan itu ada 2 rombongan belajar mbak".[129]

Tambahan penjelasan dari waka kesiswaan.

> "Tahun 2010 itu kan ada perombakan gedung bawah sampai atas kan mbak, ya ada pembangunan gitu mbak buat penambahan ruang kelas nah dari situ tiap rombongan belajarnya bertambah mbak. Kelas 1 sampai kelas 6 itu ada 2 rombongan belajar masing-masingnya itu dimulai sekitar tahun 2013 mbak".[130]

Kesimpulannya untuk tempat sendiri madrasah ini mengalami peningkatan kuantitas peserta didik dari kelas 1 sampai kelas 6 bertambah menjadi 2 rombongan belajar untuk masing-masing kelas.

---

[127]Hasil Wawancara dengan Ibu Karsilah, Wali Murid MI Salafiyah Bangilan, 27 November 2020, pukul. 07.25-07.55.
[128]Hasil Observasi, pada tanggal 28 November 2020.
[129]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, pada tanggal 6 Januari 2021, pukul 10.25-11.40
[130]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 1 Desember 2020, pukul 09-20-11.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal demikian peneliti temukan secara langsung dengan melihar gedung dan ruang kelas (Data terlampir pada lampiran XXI).[131]

Kegiatan *marketing* selanjutnya *promotion*. Untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah adalah merencanakan kegiatan-kegiatan besar madrasah untuk melakukan sosialisasi, menyiapkan panitia penerimaan peserta didik baru dan melakukan kerjasama dengan TK/RA yang ada disekitar madrasah.

Seperti yang disampaikan oleh kepala sekolah.

> "Kami merencanakan dan mengusahakan bagaimana madrasah ini supaya bisa menjadi madrasah pilihan wali murid untuk menyekolahkan anak-anaknya mbak. Biasanya nanti kami akan mensosialisakan melalui kegiatan-kegiatan besar yang dilakukan madasah setiap tahunnya. Supaya masyarakat umum mengetahui dan mengenal madrasah ini. dan peminat di madrasah ini supaya bertambah".[132].

Dalam mempromosikan jasa pendidikan yang dilakukan madrasah melalui sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan dari pihak madrasah ini pada saat kegiatan-kegiatan penting madrasah seperti memperingati hari milad madrasah dan akhirussanah seperti yang dipaparkan oleh Waka Humas.

> "Biasanya di hari milad yang di gelar satu tahun yang dihadiri wali murid untuk memperingati ulang tahun madrasah ini kami mensosialisasikan madrasah yang disampaikan oleh bapak kepala sekolah mbak, biasanya bapak kepala sekolah memberi pembinaan kepada wali murid untuk mengajak masyarakat

[131]Hasil Observasi, pada tanggal 5 Desember 2020.
[132]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, pada tanggal 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> luas, masyarakat sekitar madrasah untuk menyekolahkan anaknya di madrasah ini. Yah di dalam milad itu ya ada agenda do'a bersama, istighasah bersama gitu mbak, yang terakhir bapak kepala sekolah memberikan pembinaan itu. Bukan pada saat hari milad saja mbak namun juga pada saat mempersiapkan kegiatan untuk lomba agustusan di kecamatan, karena disitu paguyuban wali murid berkumpul gitu mbak. Kami biasanya juga akan mensosialisasikan pada acara akhirussanah (perpisahan dan penerimaan raport) yang di adakan setahun sekali dalam akhir tahun ajaran, disitu akan penyampaian dari kami tentang prestasi dan kegiata-kegiatan yang pernah diraih dan diikuti oleh anak-anak mbak, yang nantinya akan memunculkan rasa percaya dari wali murid untuk madrasah ini. Dan yang hadir juga kan dari masyarakat umum, bukan hanya dari wali murid saja jadi diharapkan nanti masyarakat umum juga tertarik menyekolahkan anak-anaknya di madrasah ini".[133]

Ditambahkan oleh kepala madrasah

> "Sebelum acara akhirussanah dipagi hari itu ada show dari anak-anak yang ikut drumb band mbak. Biar masyarakat tau juga bahwa ada ekstrakurikuler drumb band di madrasah ini. anak-anak show itu dari lapangan Bangilan samapai Dusun Karang Tengah itu mbak".[134]

> Dan peneliti mengikuti kegiatan akhirussanah pada bulan Juni yang bertempat di lapangan Kecamatan Bangilan yang di hadiri masyarakat umum. Yang pada kegiatan tersebut berisi pengajian dan penyampaian prestasi peserta.[135]

Jadi sosialisasi yang dilakukan pada kegiatan akhirussanah yang dihadiri oleh masyarakat umum dan kegiatan memperingati hari milad. disitu ada penyampaian prestasi yang di peroleh peserta didik dan even-even yang pernah diikuti oleh peserta didik dan juga ada penampilan drumb band dari peserta didik madrasah ini menjelang

[133]Hasil Wawancara dengan Bapak Sutrisno, Waka Humas MI Salafiyah Bangilan Tuban, pada tanggal 5 Desember, pukul 10.25-11.00.
[134]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, pada tanggal 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25
[135]Hasil Observasi, pada tanggal 25 Juni 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

acara akhirrusanah, ini bertujuan agar masyarakat tertarik dan menaruh kepercayaan pada madrasah ini. Hal tersebut diperkuat dengan peneliti melihat hasil dokumentasi milik sekolah pada saat kegiatan akhirussanah (Data terlampir pada lampiran VI).[136]

Selain dalam kegiatan hari milad madrasah dan akhirussanah, pihak madrasah juga menyelenggarakan kegiatan yag bertepatan dengan PHBI juga nantinya sebagai tempat untuk mempromosikan madrasah. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi Isra' Mi'raj, Maulid Nabi, tahun baru hijriyah. Seperti yang diungkapkan waka kesiswaan.

> "Biasanya di kegiatan-kegiatan yang bertepatan dengan PHBI mbak, seperti isra' mi'raj, Maulid Nabi, Tahun baru hijriyah, Bulan Muharram itu melihat kondisi juga mbak, kadang kami mengundang dari pihak luar seperti paguyuban wali murid atau masyarakat sekitar mdrasah dan nanti disitu diselipkan untuk mempromosikan madrasah yang disampaikan kepala madrasaha mbak. Namun jika tidak mengundang pihak luar ya cukup guru-guru sini saja mbak".[137]

Bukan hanya pada kegiatan milad madrasah dan kegiatan akhirussanah saja, namun pada kegiatan yang bertepatan dengan PHBI seperti isra' mi'raj, Maulid Nabi, Tahun baru hijriyah, Bulan Muharram yang biasanya mengundang pihak luar seperti masyarakat sekitar madrasah ataupun paguyuban wali murid dan pada kesempatan tersebut untuk mempromosikan madrasah ke tamu undangan yang akan disampaikan oleh kepala madrasah. Hal tersebut diperkuat

[136]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.
[137] Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 13 Januari 2021, pukul 16.00-16.40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan peneliti melihat hasil dokumentasi milik sekolah terkait kegiatan akhirussanah, milad madrasah dan kegiatan yang bertepatan dengan PHBI (Data terlampir pada lampiran VIII).[138]

> Pada kegiatan milad madrasah peneliti juga ikut hadir dalam acara tersebut yang di selenggarakan pada tanggal 16 Agustus 2020 di gedung sekolah, dalam acara tersebut ada istighasah bersama dan pengajian serta sambutan dari kepala madrasah dan di akhir juga ada penyampaian promosi yang disampaikan kepala madrasah.[139]

Selain sosialisasi yang dilakukan dalam mempromosikan jasa pendidikan, peneliti juga menemukan bahwasanya pihak madasah juga melakukan kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah. Hal tersebut dijelaskan oleh kepala sekolah.

> "Setelah membuat panitia penerimaan peserta didik baru, kami melakukan kerjasama dengan TK/RA disekitar madrasah mbak dengan memberikan SK perihal penerimaan peserta didik baru yang diberikan ke kepala TK/RA, nantinya para guru-guru dibagi dengan sistem penunujukkan langsung sebelum datang untuk silaturrahim ke TK/RA sekitar madrasah untuk mengenalkan madrasah ini. Kemudian selain mensosialisasikan juga mengedarkan formulir pendaftaran ke madrasah ini. Jika nantinya ada wali murid di TK/RA tersebut ada yang bingung untuk pendaftaran bisa tanya guru yang silaturrahim tersebut".[140]

Staf bidang administrasi juga menambahkan.

> "Untuk PPDB sendiri kija juga kerjasama dengan TK/RA. Sebelum awal masuk tahun ajaran baru itu kan kita menyebarkan surat edaran. PPBD MI dimulai ini dan tanggal ini jadi masyarakat tahu lebih awal. TK yang sekitar sini saja. TK yang kira-kira tidak ada madrsahnya. Kalo di TK yang ada

[138]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.
[139]Hasil Observasi, pada tanggal 16 Agustus 2020.
[140]Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala Madrasah MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> madrsahnya nanti kasihan madrasahnya. Seperti TK Dharma wanita, TK Ngrojo, TK Kedungmulyo, TK sidokumpul kita kasih ya yang sekiranya tidak ada madrasahnya mbak. Kalo yang sudah ada madrashahnya ya kita ndak kasih".[141]
>
> Hal demikian diperkuat dengan peneliti ikut serta pada saat silaturrahim menjalin kerjasama ke salah satu TK yang ada di sekitar madrasah yaitu TK Ngrojo.[142]

Jadi dari pemaparan tersebut dapai diambil kesimpulan bahwasanya madrasah untuk mempromosikan jasa pendidikan melalui kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah yang sekiranya tidak ada jenjang selanjutnya baik SD/MI. Hal tersebut diperkuat dengan hasil dokumentasi yang peneliti temukan berupa SK panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB) (Data terlampir pada lampiran XIV).[143]

Selain itu juga mengajak kerjasama dengan pihak pengurus Masjid Jami' dengan melakukan ngaji bersama setiap satu bulan sekali pada hari Ahad pagi di awal bulan dengan mendatangkan penceramah dari luar Bangilan. Yang kedua pada selasa malam rabu ini mengaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh Bangilan sendiri. Dan yang hadir untuk umum masyarakat Bangilan. Penjelasan Kepala Madrasah

> "Ada kerjasama dengan pihak pengurus Masjid sini juga mbak, itu ada ngaji bersama setiap satu bulan sekali pada hari Ahad pagi di awal bulan dengan mendatangkan penceramah dari luar Bangilan mbak. Yang kedua pada hari selasa malam rabu mbak, ini ngaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan

[141]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.
[142]Hasil Observasi, pada tanggal 17 Juli 2020.
[143]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 25 November.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> dari tokoh sini sendiri mbak. Dan yang hadir ikut ngaji umum mbak, siapa yang mau ya monggo dateng langsung".[144]
>
> Hal tersebut diperkuat dengan peneliti mengikuti pengajian umum itu secara langsung pada hari ahad pagi di awal bulan yang mendatangkan penceramah dari luar Bangilan.[145]

Pengaruh perencanaan promosi yang dilakukan madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik bisa dikatakan mengalami peningkatan. Penyampaian dari waka kesiswaan

> "Alhamdulillah setelah adanya kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah ya mengalami penambahan siswa baru mbak, ya meskipun kerjasam itu sifatnya tidak memaksa, ya kita kasih brosur dan formulir buat wali murid di TK/ RA tersebut mbak dan alhamdulillah ya responnya baik. sekarang untuk kelas 1 sampai kelas 3 itu ada rombongan belajar mbak makanya itu ada paralel mbak bergantian masuknya, jadi anak kelas 1 pulang nanti ganti anak kelas 2 masuk. Saking banyaknya minat masyarakat mbak jadi ya di buat bergantian itu mbak, ya itu mulai 2016/2017 sepertinya mbak".

Jadi, untuk bertambahnya menjadi 3 rombongan belajar dari kelas 1 sampai kelas 3 itu setelah adanya promosi berupa kerjasaam dengan TK/RA sekitar madrsah sehiingga saat ini untuk kelas 1 dan kelas 2 masuknya secara bergantian. Dalam pengamatan dan penglihatan peneliti secara langsung melihat data peserta didik selama kurun waktu tersebut mengalami peningkatan (Data terlampir pada lampiran XXIII).[146]

---

[144] Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala MI Salafiyah Bangilan, 5 Desember 2020, pukul 09.35-10.25.
[145] Hasil Observasi, pada tanggal 6 Desember 2020.
[146]Hasil Wawancara dengan Bapak Rohmat Sholihin, Waka Kesiswaan MI Salafiyah Bangilan Tuban, 7 Januari 2020, pada pukul 14.00-14-45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.3

Triangulasi Konsep Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Pertanyaan	Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban	
Wawancara	Kepala madrasah	a. Merencanakan kegiatan-kegiatan penting untuk melakukan sosialiasasi mengenalkan madrsah ke masyarakat luas b. Menggunakan strategi dalam memasarkan jasa pendidikan dengan dua cara yaitu melakukan sosialisasi dan kerjasama dengan TK/RA c. Mengenalkan madrasah melalui penampilan drumb band dari peserta didik menjelang acara akhirussanah d. Melakukan kerjasama dengan TK/RA disekitar madrasah e. Membagi pendidik dan tenaga kependidikan melakukan silaturrahim ke TK/RA sekitar madrasah f. Lokasi madrasah stirategis yang bisa diangkau masyarakat didaerah tersebut g. Pengendalian dan pengawan melalui membangun komunikasi yang baik supaya tidak ada mis komunikasi h. Menjalin komunikasi yang baik dengan Departemen Agama dan Kmeneterian Agama Kabupaten Tuban f. Menerapkan sikap ramah ke walimurid g. Transparansi oleh semua pihak h. Menerima masukan dan kritikan demi kebaikan madrasah i. Ringan tangan dalam melakukan segala hal untuk tujuan bersama Layanan mengantarkan peserta didik yang belum dijemput orang tuanya
	Waka Kesiswaan	a. Menciptakan pembelajaran yang tidak membosankan bagi peserta didik b. Mengajak peserta didik mengenal lingkungan sekitar c. Mengajak peserta didik lebih dekat dengan alam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		d. Penunjang dari perpustakaan dan pengembanagan diri dari peserta didik
	Waka Humas	a. Melakukan sosialisasi di kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan rutin oleh madrasah b. Melakukan sosialisasi dalam acara akihrussanah c. Menyampaikan prestasi peserta didik dalam acara akhirussanah d. Menyampaikan pengalaman even-even yang pernah diikuti peserta didik e. Adanya sosialisasi dalam acara peringatan hari milad madrasah f. Sosialisasi pada paguyuban walimurid dalam agenda persiapan kegiatan lomba agustusan
Dokumentasi	a. Data pendidik dan tenaga kependidikan b. Data sarana dan prasarana c. Data prestasi peserta didik d. Data nama-nama peserta didik keseluruhan	
Observasi	a. Mengamati pihak madrsah berinteraksi dengan wali murid b. Mengamati bapak satpam yang bersedia menyeberangkan peserta didik	

D. Pembahasan

Pada tahap ini peneliti akan menganalisis hasil temuan pada saat penelitian yang dijabarkan pada penyajian data diatas mengenai pembahasan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pesera didik yang meliputi manajemen pemasaran pendidikan dan peningkatan kuantitas peserta didiki. Berikut analisis pembahasan dari penyajian data diatas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Manajemen Pemasaran Pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat *planning, actuating,* pengendalian jasa pendidikan yang terkandung pada pertukaran yang bertujuan menghasilkan *satisfaction* bagi pihak-pihak terkait. Konsep manajemen pemasaran pendidikan disini mengambil konsep dari manajemen dalam bidang *marketing economics*. Pengambilan konsep tersebut karena dirasa lembaga pendidikan merupakan produk yang melayanai jasa.[147]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari seorang tokoh yaitu W.J Stanton. Dia mendefinisikan

> "Pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memberi kepuasan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial".[148]

Ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan pelanggan. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pelanggan. Ruang lingkup yang luas itu kemudian

[147]Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 5.
[148]Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat disederhanakan menjadi 4 aktivitas penting yang sering disebut 4P dalam pemasaran: *Product, price, place* dan *promotion*.[149]

Manajemen pemasaran pendidikan termasuk dalam produk layanan jasa, karena disini pihak lembaga pendidikan memberikan pelayanana jasa dibidang pendidikan. Perlu adanya sebuah pengelolaan dalam memasarkan jasa pendidikan agar rencana yang sudah ditentukan diawal mampu berjalan sesuai yang diharapkan oleh seluruh pihak lembaga pendidikan. Penerapan manajemen pemasaran pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban bisa dikatakan sudah terlaksana sesuai yang direncanakan.

Untuk kegiatan penting dari tokoh W.J Stanton pertama *product*. W.J Stanton mendefinisikan *product* sebagai berikut:

> "*Product* ialah segala hal yang berkenaan dengan penentuan barang atau jasa yang ditawarkan dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen".[150]

Ini sejalan dengan yang dilakukan pihak madrasah yang pertama mengenai *product. product* yang dimaksud disini lulusan yang profesional, guru yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Awalnya madrasah ini berupa kelompok mengaji untuk mendalami ilmu agama yang diasuh oleh K. Ridwan. Banyaknya antusias dari masyarakat akhirnya beberapa tokoh berjuang

[149]Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

[150] Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersama mendirikan lembaga pendidikan. Setelah terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban para tokoh dan ulama merencanakan dan menyiapkan ilmu dan pengetahuan yang akan diberikan kepada peserta didik.

> "Awalnya madrasah ini ya kelompok belajar mengaji untuk mendalami ilmu agama mbak, setelah banyak masyarakat yang berminat, akhirnya beberapa tokoh dan ulama' Bangilan sepakat mendirikan lembaga pendidikan dengan basis islam yang tetap mengajarkan ilmu agama dan ilmu umum juga namun bisa terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban".[151]

Dalam penenlitiannya peneliti menemukan piagam madrasah yang terdaftar di Departemen Agama tahun 1971 pada dokumen milik sekolah (Data terlampir pada lampiran I) .[152]

Dalam hal ini yang dilakukan madrasah mencari lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Bukan hanya melakukan rapat pembagian jam mata pelajaran untuk peserta didik dan menentukan pendidik yang profesional, serta rapat penentuan wali kelas yang lebih berpengalaman, namun ada perencanaan juga mengenai perencanaan RPP dan segala sesuatu yang mendukung proses pembelajaran dan menyampaikan kepada peserta didik apa saja yang perlu disiapkan untuk kegiatan belajar mengajar.

---

[151] Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala Madrasah MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pukul 10.50-11-40

[152]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 5 Desember 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah melakukan perencanan dan mengimplementasikannya, pihak madrasah selanjutnya akan melakukan evaluasi setelah berlangsungnya kegiatan belajar mengajar selama satu semester yang telah dilaksanakan. Pihak madrasah akan melakukan evaluasi untuk perbaikan penyampaian pengetahuan melalui materi-materi yang sudah disiapkan dan direncanakan pihak madrasah.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang kedua *price*. W.J Stanton mendefinisikan *price* sebagai berikut:

> "*Price* ialah semua yang berkenaan dengan penentuan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan mutu produk dan dapat diperoleh oleh pelanggan".[153]

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai perencanaan *price* sendiri diawal berdirinya tidak mematok biaya khusus untuk peserta didik. Jadi untuk biaya madrasah ini tidak menggunakan SPP yang ada infaq seikhlasnya dari wali murid yang bisa dibayarkan tiga atau enam bulan sekali dan memberi kebebasan bisa membayar anatar dua pilihan tersebut.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga *place*. W.J Stanton mendefinisikan *place* sebagai berikut:

[153]Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*Place* juga berkenaan dengan tata letak dan lingkungan dari perusahaan, dalam hal ini tata letak dan lingkungan dari perusahaan tersebut".

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai *place*. Untuk perencanaan tempat madrasah ini awalnya ada didepan pasar Bangilan. Sebelah utara dari letak madrasah saat ini. Dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. yang bisa dijangkau oleh masyarakat dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Bangilan. Dan dan bersebelahan dengan masjid besar Kecamatan Bangilan yang memudahkan praktik sholat dan pembiasaan sholat dhuha berjama'ah serta mengaji bersama sebelum jam pelajaran dimulai.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga *promotion*. W.J Stanton mendefinisikan *promotion* sebagai berikut:

> "*Promotion* ialah semua yang berkenaan dengan penentuan kebijakan mempromosikan secara maksimal sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan".[154]

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai *promotion*. Untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah adalah merencanakan kegiatan-kegiatan besar madrasah untuk melakukan sosialisasi dan menyiapkan panitia penerimaan peserta didik baru dan melakukan kerjasama dengan TK/RA yang ada

[154] Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disekitar madrasah sebelum tahun ajaran baru mulai. Seperti hasil wawancara dengan staff bidang administrasi.

> "Untuk PPDB sendiri kija juga kerjasama dengan TK/RA. Sebelum awal masuk tahun ajaran baru itu kan kita menyebarkan surat edaran. PPBD MI dimulai ini dan tanggal ini jadi masyarakat tahu lebih awal. TK yang sekitar sini saja. TK yang kira-kira tidak ada madrsahnya. Kalo di TK yang ada madrsahnya nanti kasihan madrasahnya. Seperti TK Dharma wanita, TK Ngrojo, TK Kedungmulyo, TK sidokumpul kita kasih ya yang sekiranya tidak ada madrasahnya mbak. Kalo yang sudah ada madrashahnya ya kita ndak kasih dan ada kerjasma dengan pihak masjid mba".[155]

Sosialisasi yang dilakukan dari pihak madrasah ini pada saat kegiatan-kegiatan penting madrasah seperti memperingati hari milad madrasah dan akhirussanah, serta kegiatan yang bertepatan dengan PHBI seperti Isra' Mi'raj, Tahun Baru Hijriyah, Muharram disana mengundang masyarakat umum sekitar madrasah dan nanti pihak madrasah akan ada waktu untuk mempromosikan madrasah.

Dalam mempromosikan jasa pendidikan yang kedua melalui kerjasama ada 2, yang pertama kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah yang sekiranya tidak ada jenjang selanjutnya baik SD/MI. Pendidik yang sudah di bagi akan bersilaturrahim ke TK/RA dan akan membagikan brosur dan persyaratan serta formulir penerimaan peserta didik baru di madrasah. Kerjasama yang kedua dengan pengurus Masjid Besar Bangilan yang mengadakan ngaji bersama setiap satu

[155]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bulan sekali tepat di hari Ahad pagi dan pada selasa malam rabu ini mengaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh Bangilan sendiri yang ikut untuk umum masyarakat Bangilan.

2. Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Dalam layanan jasa pendidikan kesetiaan pelanggan modal utama dalam sebuah kantor. Pendapat Tjiptono mengatakan

> "*Customer satisfaction* adalah kunci untuk produsen, yang mana itu merupakan kesetiaan dari konsumen maksudnya dengan adanya konsumen yang setia dengan produk kita merupakan aset penting untuk produsen agar mampu menambah jumlah pelanggan di kantor".[156]

Dalam peningkatan kuantitas peserta didik diperoleh data dari madrasah yang melakukan 4 kegiatan pemasaran yang mampu memberi pengaruh mengenai peningkatan jumlah dari peserta didik itu sendiri.

Kegiatan pemasaran yang pertama yaitu *product*. Pengaruh produk dalam peningkatan jumlah peserta didik bisa dikatakan menglami peningkatan. Pada awal berdiri madrasah ini berupa kelompok mengaji sehingga akhirnya menjadi lembaga pendidikan yang mengembangkan pengetahuan umum dan pengetahuan agama. Dan mengalami kenaikan yang signifikan pada saat madrasah mendapatkan akreditasi A pada tahun 2016. Dalam catatan madrasah

[156]Munir, *Manajemen Pemasaran*,...11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peserta didik terbanyak pada tahun 2017/2018 peserta didik baru yaitu sampai 96 peserta didik.

Dalam hal ini madrasah ini didukung dengan lulusan yang berkompeten dan pendidik yang profesional. Dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 Pasal 10 tentang guru yang mengatakan

> "Guru mengamanahkan kompetensi yang harus dimiliki guru adalah kompetensi pedagogik, kompetensi kepribdian, kompetensi sosial, dan kompetensi profesional yang diperoleh melalui pendidikan profesi"[157]

Kegiatan pemasaran berikutnya yaitu mengenai *price.* Perencanaan biaya dalam peningkatan jumlah peserta didik diawal berdirinya sampai saat ini mengalami penambahan terus menerus setiap tahun ajaran baru. Fattah mendifinisikan mengenai pembiayaan pendidikan

> "Pembiayaan pendidikan merupakan jumlah uang yang dihasilkan dan dibelanjakan untuk berbagai keperluan penyelenggaraan mencakup: gaji guru, peingkatan profesional guru, perbaikan ruang, alat tulis kantor kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan pengelolaan pendidikan dan supervisi pendidikan".[158]

Untuk biaya sendiri di madrasah ini memang dari awal tidak ada uang gedung untuk peserta didik baru dan tidak ada SPP yang wajib dibayarkan setiap bulannya, namun yang ada infaq pertama kali ditetapkan untuk pembangunan gedung tahun 2010 dan diberlakukan

[157]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Pasal 10 tentang Guru
[158]Ahmad Juhaidi, Arah Baru Kajian Adminstrasi Pendidikan, (Banjarmasin: Antasari Press, 2019), 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

infaq seikhlasnya untuk semua peserta didik dan itu berlaku sampai saat ini.

Kegiatan *marketing* selanjutnya yakni *place*. Perencanaan tempat atau lokasi madrasah dalam peningkatan kuantitas peserta didik mengalami kenaikan. Setelah pemberlakuan infaq seikhlasnya akhirnya madrasah ini ada penambahan untuk ruang kelas. Dan akhirnya peserta didik dari kelas 1 sampai kelas 6 ada 2 rombongan belajar untuk masing-masing kelas.

Upaya untuk memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk, baik jasa maupun barang yang dimiliki kantor. Hal yang perlu diperhatikan oleh seorang pemasar adalah keberhasilan sebuah strategi pemasaran dalam hal komunikasi yang dapat diukur dengan seberapa besar penghasilan dari pemanfaatan jasa atau penjualan produk oleh konsumen. Seperti yang dikatakan Nickels mengenai komunikasi pemasaran.

> "Komunikasi pemasaran sebagai pertukaran informasi dua arah dan persuasif yang memungkinkan proses pemasaran lebih efektif dan efisien".[159]

Untuk kegiatan pemasaran yang terakhir yaitu *promotion*. Perencanaan promosi yang dilakukan madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik bisa dikatakan paling memberi pengaruh dengan membangun dan menjalin komunikasi yang baik seperti yang

[159] Suherman Kusniadji, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods", Jurnal Komunikasi, Vol 8 No 1 (Juli 2016), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikatakan Nickels. Setelah madrasah mendapat akreditasi A pihak madrasah akhirnya melakukann promosi melalui kerjasama dengan TK/RA yang tidak ada jenjang selanjutnya baik MI/SD. Dan juga melakukan kerjasama dengan pengurus Masjid Besar Bangilan yang mengadakan ngaji bersama setiap satu bulan sekali di awal bulan tepat di hari Ahad pagi yang ikut untuk umum masyarakat Bangilan.

Jadi, untuk penambahannya menjadi 3 rombongan belajar untuk kelas 1 sampai kelas 3 sehingga saat ini untuk kelas 1 dan kelas 2 masuknya secara bergantian (Data terlampir pada lampiran XXX).[160] Diperkuat dengan penjelasan staff bidang administrasi.

> "Selama saya mengajar disini dari sebelum tahun 2000 itu mbak ya mengalami kenaikan terus mbak, apalagi setelah mendapatkan akreditasi A itu di tahun 2016. Dari semenjak itu naik nya lumayan mbak, ya paling banyak itu pas tahun 2017/2018 itu siswa baru sampai 96 mbak. Tapi sejauh ini juga mengalami naik terus mbak".[161]

3. Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban

Penerapan manajemen pemasaran pendidikan di MI Salafiyah Bangilan Tuban dalam meningkatkan kuantitas peserta didik bisa dikatakan sudah terlaksana sesuai yang direncanakan. Konsep manajemen pemasaran pendidikan disini mengambil konsep dari manajemen dalam bidang *marketing economics*. Pengambilan konsep

[160] Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 2 Desember 2020
[161] Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut karena dirasa lembaga pendidikan merupakan produk yang melayanai jasa.[162]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari seorang tokoh yaitu W.J Stanton. Dia mendefinisikan

> "*Product* ialah segala hal yang berkenaan dengan penentuan barang atau jasa yang ditawarkan dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen".[163]

Ini sejalan dengan yang dilakukan pihak madrasah yang pertama mengenai *product. product* yang dimaksud disini lulusan yang profesional, guru yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Awalnya madrasah ini berupa kelompok mengaji untuk mendalami ilmu agama yang diasuh oleh K. Ridwan. Banyaknya antusias dari masyarakat akhirnya beberapa tokoh berjuang bersama mendirikan lembaga pendidikan. Setelah terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban para tokoh dan ulama merencanakan dan menyiapkan ilmu dan pengetahuan yang akan diberikan kepada peserta didik.

> "Awalnya madrasah ini ya kelompok belajar mengaji untuk mendalami ilmu agama mbak, setelah banyak masyarakat yang berminat, akhirnya beberapa tokoh dan ulama' Bangilan sepakat mendirikan lembaga pendidikan dengan basis islam yang tetap mengajarkan ilmu agama dan ilmu umum juga

[162]Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol 5, No 1 (Juni 2017), 5.
[163] Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun bisa terdaftar di Departemen Agama Kabupaten Tuban".[164]

Dalam penenlitiannya peneliti menemukan piagam madrasah yang terdaftar di Departemen Agama tahun 1971 pada dokumen milik sekolah (Data terlampir pada lampiran I) .[165]

Dalam hal ini yang dilakukan madrasah mencari lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Bukan hanya melakukan rapat pembagian jam mata pelajaran untuk peserta didik dan menentukan pendidik yang profesional, serta rapat penentuan wali kelas yang lebih berpengalaman, namun ada perencanaan juga mengenai perencanaan RPP dan segala sesuatu yang mendukung proses pembelajaran dan menyampaikan kepada peserta didik apa saja yang perlu disiapkan untuk kegiatan belajar mengajar.

Setelah melakukan perencanan dan mengimplementasikannya, pihak madrasah selanjutnya akan melakukan evaluasi setelah berlangsungnya kegiatan belajar mengajar selama satu semester yang telah dilaksanakan. Pihak madrasah akan melakukan evaluasi untuk perbaikan penyampaian pengetahuan melalui materi-materi yang sudah disiapkan dan direncanakan pihak madrasah.

[164] Hasil Wawancara dengan Bapak Mohlisin, Kepala Madrasah MI Salafiyah Bangilan, 6 Januari 2021, pukul 10.50-11-40
[165]Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 5 Desember 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perencanaan produk dalam peningkatan jumlah peserta didik bisa dikatakan mengalami peningkatan. Pada awal berdiri madrasah ini berupa kelompok mengaji sehingga akhirnya menjadi lembaga pendidikan yang mengembangkan pengetahuan umum dan pengetahuan agama. Dan mengalami kenaikan yang signifikan pada saat madrasah mendapatkan akreditasi A pada tahun 2016. Dalam catatan madrasah peserta didik terbanyak pada tahun 2017/2018 peserta didik baru yaitu sampai 96 peserta didik.

Dalam hal ini madrasah ini didukung dengan lulusan yang berkompeten dan pendidik yang profesional. Dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 Pasal 10 tentang guru yang mengatakan

> "Guru mengamanahkan kompetensi yang harus dimiliki guru adalah kompetensi pedagogik, kompetensi kepribdian, kompetensi sosial, dan kompetensi profesional yang diperoleh melalui pendidikan profesi"[166]

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang kedua *price*. W.J Stanton mendefinisikan *price* sebagai berikut:

> "*Price* ialah semua yang berkenaan dengan penentuan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan mutu produk dan dapat diperoleh oleh pelanggan".[167]

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai perencanaan *price* sendiri diawal berdirinya tidak mematok biaya

[166]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Pasal 10 tentang Guru
[167]Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khusus untuk peserta didik. Jadi untuk biaya madrasah ini tidak menggunakan SPP yang ada infaq seikhlasnya dari wali murid yang bisa dibayarkan tiga atau enam bulan sekali dan memberi kebebasan bisa membayar anatar dua pilihan tersebut..

Perencanaan biaya dalam peningkatan jumlah peserta didik didik diawal berdirinya sampai saat ini mengalami penambahan terus menerus setiap tahun ajaran baru. Fattah mendifinisikan mengenai pembiayaan pendidikan

> "Pembiayaan pendidikan merupakan jumlah uang yang dihasilkan dan dibelanjakan untuk berbagai keperluan penyelenggaraan mencakup: gaji guru, peingkatan profesional guru, perbaikan ruang, alat tulis kantor kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan pengelolaan pendidikan dan supervisi pendidikan".[168]

Untuk biaya sendiri di madrasah ini memang dari awal tidak ada uang gedung untuk peserta didik baru dan tidak ada SPP yang wajib dibayarkan setiap bulannya, namun yang ada infaq pertama kali ditetapkan untuk pembangunan gedung tahun 2010 dan diberlakukan infaq seikhlasnya untuk semua peserta didik dan itu berlaku sampai saat ini.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga *place*. W.J Stanton mendefinisikan *place* sebagai berikut:

[168]Ahmad Juhaidi, Arah Baru Kajian Adminstrasi Pendidikan, (Banjarmasin: Antasari Press, 2019), 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*Place* juga berkenaan dengan tata letak dan lingkungan dari perusahaan, dalam hal ini tata letak dan lingkungan dari perusahaan tersebut".

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai *place*. Untuk perencanaan tempat madrasah ini awalnya ada didepan pasar Bangilan. Sebelah utara dari letak madrasah saat ini. Dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. yang bisa dijangkau oleh masyarakat dari berbagai desa yang ada di Kecamatan Bangilan. Dan dan bersebelahan dengan masjid besar Kecamatan Bangilan yang memudahkan praktik sholat dan pembiasaan sholat dhuha berjama'ah serta mengaji bersama sebelum jam pelajaran dimulai.

Perencanaan tempat atau lokasi madrasah dalam peningkatan kuantitas peserta didik mengalami kenaikan. Setelah pemberlakuan infaq seikhlasnya akhirnya madrasah ini ada penambahan untuk ruang kelas. Dan akhirnya peserta didik dari kelas 1 sampai kelas 6 ada 2 rombongan belajar untuk masing-masing kelas.

Untuk kegiatan penting dalam pemasaran dari tokoh W.J Stanton yang ketiga *promotion*. W.J Stanton mendefinisikan *promotion* sebagai berikut:

> "*Promotion* ialah semua yang berkenaan dengan penentuan kebijakan mempromosikan secara maksimal sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan".[169]

[169] Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai *promotion*. Untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah adalah merencanakan kegiatan-kegiatan besar madrasah untuk melakukan sosialisasi dan menyiapkan panitia penerimaan peserta didik baru dan melakukan kerjasama dengan TK/RA yang ada disekitar madrasah sebelum tahun ajaran baru mulai.

Sosialisasi yang dilakukan dari pihak madrasah ini pada saat kegiatan-kegiatan penting madrasah seperti memperingati hari milad madrasah dan akhirussanah, serta kegiatan yang bertepatan dengan PHBI seperti Isra' Mi'raj, Tahun Baru Hijriyah, Muharram disana mengundang masyarakat umum sekitar madrasah dan nanti pihak madrasah akan ada waktu untuk mempromosikan madrasah.

Dalam mempromosikan jasa pendidikan yang kedua melalui kerjasama ada 2, yang pertama kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah yang sekiranya tidak ada jenjang selanjutnya baik SD/MI. Pendidik yang sudah di bagi akan bersilaturrahim ke TK/RA dan akan membagikan brosur dan persyaratan serta formulir penerimaan peserta didik baru di madrasah. Kerjasama yang kedua dengan pengurus Masjid Besar Bangilan yang mengadakan ngaji bersama setiap satu bulan sekali tepat di hari Ahad pagi dan pada selasa malam rabu ini mengaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh Bangilan sendiri yang ikut untuk umum masyarakat Bangilan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perencanaan promosi yang dilakukan madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik bisa dikatakan paling memberi pengaruh. Setelah madrasah mendapat akreditasi A pihak madrasah akhirnya melakukann promosi melalui kerjasama dengan TK/RA yang tidak ada jenjang selanjutnya baik MI/SD. Jadi, untuk penambahannya menjadi 3 rombongan belajar untuk kelas 1 sampai kelas 3 sehingga saat ini untuk kelas 1 dan kelas 2 masuknya secara bergantian.

Upaya untuk memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk, baik jasa maupun barang yang dimiliki perusahaan. Hal yang perlu diperhatikan oleh seorang pemasar adalah keberhasilan sebuah strategi pemasaran dalam hal komunikasi yang dapat diukur dengan seberapa besar penghasilan dari pemanfaatan jasa atau penjualan produk oleh konsumen. Seperti yang dikatakan Nickels mengenai komunikasi pemasaran.

> "Komunikasi pemasaran sebagai pertukaran informasi dua arah dan persuasif yang memungkinkan proses pemasaran lebih efektif dan efisien".[170]

Untuk kegiatan pemasaran yang terakhir yaitu *promotion*. Perencanaan promosi yang dilakukan madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik bisa dikatakan paling memberi pengaruh dengan membangun dan menjalin komunikasi yang baik seperti yang dikatakan Nickels. Setelah madrasah mendapat akreditasi A pihak

[170] Suherman Kusniadji, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods", Jurnal Komunikasi, Vol 8 No 1 (Juli 2016), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

madrasah akhirnya melakukann promosi melalui kerjasama dengan TK/RA yang tidak ada jenjang selanjutnya baik MI/SD. Dan juga melakukan kerjasama dengan pengurus Masjid Besar Bangilan yang mengadakan ngaji bersama setiap satu bulan sekali di awal bulan tepat di hari Ahad pagi yang ikut untuk umum masyarakat Bangilan.

Jadi, untuk penambahannya menjadi 3 rombongan belajar untuk kelas 1 sampai kelas 3 sehingga saat ini untuk kelas 1 dan kelas 2 masuknya secara bergantian. (Data terlampir pada lampiran XXX).[171] Diperkuat dengan penjelasan staff bidang administrasi.

> "Selama saya mengajar disini dari sebelum tahun 2000 itu mbak ya mengalami kenaikan terus mbak, apalagi setelah mendapatkan akreditasi A itu di tahun 2016. Dari semenjak itu naik nya lumayan mbak, ya paling banyak itu pas tahun 2017/2018 itu siswa baru sampai 96 mbak. Tapi sejauh ini juga mengalami naik terus mbak".[172]

[171] Hasil Dokumentasi Milik Sekolah, pada tanggal 2 Desember 2020
[172]Hasil Wawancara dengan Bapak Darmaji, Staf Bidang Administrasi MI Salafiyah Bangilan, 25 November 2020, pukul 10.15-10.55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah adanya penyajian data dan menganalisi hasil penelitian, kemudian peneliti akan menarik kesimpulan dari pembahasan mengenai manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kauntitas peserta didik. Berikut hasil kesimpulan dari peneliti:

1. Manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan madrasah melalui kegiatan pemasaran yang pertama *product* mengenai lulusan yang profesional, pendidik yang berkompeten, serta wali kelas yang sudah berpengalaman atau senior. Selanjutnya *price*, untuk perencanaan price diawal berdirinya tidak mematok biaya untuk peserta didik baik untuk uang gedung maupun SPP perbulannya. Berikutnya mengenai *place*, untuk perencanaan tempat madrasah awalnya ada didepan pasar Bangilan dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. Yang terakhir yaitu *promotion*, untuk perencanaan promosi melalui sosialisai kegiatan akhirussanah, milad, Isra' Mi'raj, Muharram, Tahun Baru Hijriyah dan melakukan kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah dan pihak pengurus Masjid Besar untuk melakukan ngaji bersama setiap Ahad pagi dan selasa malam .
2. Peningkatan kuantitas peserta didik yang diupayakan madarasah melalui 4 kegiatan pemasaran yaitu *product*, *price*, *place* dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

promotion mengalami peningkatan dari awal berdirinya sampai saat ini. terbukti dengan jumlah peserta didik yang awalnya satu angkatan cuma ada 1 rombongan belajar,namun saat ini ada yang 2 sampai 3 rombongan belajar.

3. Penerapan dari manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik yang dilakukan madrasah melalui 4 kegiatan pemasaran yaitu yang pertama *product* mengenai lulusan berkompeten, pendidik yang profesional, dan lain-lain. *price*, diawal berdirinya tidak mematok biaya untuk peserta didik baik untuk uang gedung maupun SPP perbulannya. *Place*, untuk perencanaan tempat madrasah awalnya ada didepan pasar Bangilan dan sekarang madrasah berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. *promotion*, untuk perencanaan promosi melalui sosialisai kegiatan akhirussanah, milad, Isra' Mi'raj, Muharram, Tahun Baru Hijriyah dan melakukan kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah dan pihak pengurus Masjid Besar untuk melakukan ngaji bersama setiap Ahad pagi dan selasa malam. Keempat kegiatan pemasaran tersebut masing-masing membawa peningkatan peserta didik untuk madrasah yang awalnya 1 kelas 1 rombongan belajar, namun sekarang satu kelas bisa dua sampai tiga rombongan belajar..

B. Saran

Tahapan terakhir peneliti akan memberikan saran yang bisa dijadikan referensi leh pihak madrasah tentang manajemen pemasaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban, sebagai berikut:

1. Untuk pihak madrasah baik kepala madrasah, wakil kepala madrasah, pendidik maupun tenaga kependidikan supaya mampu menggunakan hasil penelitian ii sebagai referensi dari penerapan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik.
2. MI Salafiyah sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja dari semua pihak madrasah agar minat dari masyarakat ke madrasah ini semakin banyak dan bertambah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Muhammad. *Penelitian Kependidikan: Prosedur Dan Strategi,* Bandung, Angkasa, 1987.

Anam, Samsul dkk. *Manajemen Pemasaran.* Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013.

Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.

Ariana, sunda. *Manajemen Pendidikan: Peran Pendidikan dalam Menanamkan Budaya Inovatif dan Kompetitif*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017.

Harahap, Musaddad. "Esensi Peserta Didik dalam Perspektif Pendidikan Islam". Jurnal Al-Thariqah, Volume 01, Nomor 02, Desember 2016.

Haryono, Tulus "Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik dengan Konsumen dalam Masa Krisis", Jejak, Vol 3 No 1, Maret 2010.

Jerome, E, Mc Carthy dan William D. Perreault. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008)

Kristiawan, Muhammad. Manajemen Pendidikan. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017

Kotler, Philip. *Marketing Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994.

Kusniadji, Suherman, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods", Jurnal Komunikasi, Vol 8 No 1, Juli 2016.

Limakrisna, Nandan dan Wihelmus Hary Susilo. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Maya, Rahendra dan Iko Lesmana, " Pemikiran Prof. Mujamil Qomar, M.Ag tentang Manajemen Pendidikan Islam". Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Volume 01, Nomor 02, Juli 2018.

Maulana, Iwan Ridwan. "Konsep Peserta Didik Menurut Al-Ghazali dan Implikasinya terhadap Praktik Pendidikan di Pondok Pesantren Al-Mutawally Desa Bojong Keacamatan Cilimus Kabupaten Kuningan". Jurnal Al-Tarbawi Al-Hadits, Volume 01, Nomor 01.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Muadin, Akhmad. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an”. Ta’allum, Jurnal Pendidikan Islam, Volume 05, Nomor 02, November, 2017.

Munir, M. “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”. Volume 01, Nomor 02, April 2018.

Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Mustari, Mohammad. Manajemen Pendidikan. Jakarta: Rajawali Press, 2015.

Nata, Abuddin. *Sejarah Pendidikan Islam pada Periode Klasik dan Pertengahan*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.

Nuralailah. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.

Shulhan, Muwahid dan Soim. *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Dasar menuju Peningkatan Mutu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Teras, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif (untuk Penelitian Bersifat Eksploratif, Enterpretif Dan Konstruktif)*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Syarifudin dan Rahendra Maya. “Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Falah Bogor”. Jurnal Manajeme Pendidikan Islam, Volume 02, Nomor 02, Juli 2019.

Turmudzi, Imam. “Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di MTs Ihsanniat Jombang)”. Jurnal Manajemen Terapan (PENATARAN), Volue 02, Nomor 02, 2017.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS).

Wahyudi, Kacung. “Manajemen Pemasaran Pendidikan”. Jurnal Manajemen Pendidikan, Volume 05, Nomorr 01, Juni 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id