

**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DI MADRASAH IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO**

SKRIPSI



Oleh :

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
NOVEMBER 2022**

**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DI MADRASAH IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan Pendidikan Islam dan Ilmu Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :
Mega Nur Holilah
NIM : T20183028

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
NOVEMBER 2022**

**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DI MADRASAH IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh :

Mega Nur Holilah
NIM : T20183028

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I.
NUP: 20160386

**STRATEGI PEMASARAN MADRASAH
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DI MADRASAH IBTIDAYAH AT-TAQWA BONDOWOSO**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari : Selasa
Tanggal: 08 November 2022

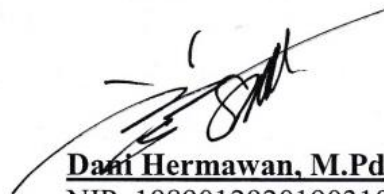
Tim Penguji

Ketua



Dr. H. Moh. Anwar, M.Pd.
NIP. 196802251987031002


Sekretaris



Dani Hermawan, M.Pd
NIP. 198901292019031009

Anggota:

1. Dr. Moh. Dasuki, S.Pd.I., M.Pd.I.

()

2. Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I.

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Prof. Dr. Hj. Mukniah, M. Pd. I
NIP. 19440511999032001

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (QS. Ali ‘Imran | Ayat 159)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

*Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur`an dan Terjemahannya*, (Bandung: sygma (creative media corp), 2014), 277.

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan ridho yang telah Allah STW curahkan, saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua tersayang, Ayah Nur Hatim dan Ibu Nur Hati, yang telah sabar membesarkan, mengasuh, membimbing, memberikan kasih sayang, dan rela berkorban demi kesuksesan penulis, untuk mencapai cita-cita yang tertanam sejak kecil, dan juga ibu Nur Hati yang selalu mengantarkan dan menemani penulis dalam melaksanakan penelitian, sebab karena berkat perjuangan mereka penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, jazakumullah khairul jaza'. Amin yarobbal `alamin.
2. Kepada kakak kandung tercinta Mohammad Nur Holil yang telah mendukung proses pengerjaan tugas akhir serta memberikan doa agar apa yang dikerjakan menjadi berkah manfaat bagi nusa bangsa terutama agama dan menjadi pintu kesuksesan dimasa yang akan datang.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, taufiq serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian dalam bentuk skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah nabi Muhammad SAW, sang pembawa risalah agung berupa agama Islam bagi seluruh umat manusia hingga akhir zaman.

Penulis menyadari masih ada kekurangan yang terdapat pada karya skripsi ini, namun berkat ikhtiar penulis beserta kontribusi berupa dukungan, doa, didikan dan bimbingan dari beberapa pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas, layanan serta bimbingan yang sangat memuaskan kepada penulis selama proses belajar.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Mukni`ah, M.Pd.I. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Rif an Humaidi selaku Kepala Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq yang telah melaksanakan dan mengelola pendidikan dan pengajaran.
4. Bapak Dr. H. Moh. Anwar, S.Pd, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mendukung dan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

5. Bapak Hafidz, S.Ag., M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi terhadap mata kuliah yang akan saya tempuh.
6. Bapak Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi serta telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap dosen pengajar Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya selama proses perkuliahan.
8. Ustadz H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I, selaku Kepala Madrasah MI At-Taqwa Bondowoso yang telah memberikan izin dan memfasilitasi peneliti dalam melakukan penelitian dan menjadi narasumber hingga selesainya skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi, doa serta semangat kepada penulis sampai terselesainya skripsi ini.

Penyusunan laporan penelitian dalam bentuk skripsi ini penulis akui masih terdapat kekurangan. Demi kesempurnaan karya tulis selanjutnya, maka penulis berharap ada saran dan kritik yang bersifat konstruktif. Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Amiiinn

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Jember, 8 November 2022
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R Penulis

ABSTRAK

Mega Nur Holilah, 2022: *Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di Madrasah Ibtidaiyah (MI) At-Taqwa Bondowoso.*

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Madrasah, Daya Saing Lembaga

Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan sangatlah berkembang, yang mana menuntut setiap penyedia jasa pendidikan harus mempunyai strategi efektif dan efisien. Strategi menjadi penting dalam dunia pendidikan mengingat pendidikan mampu memberikan aspek penanaman nilai-nilai sikap dan tingkah laku yang menjadikan manusia memiliki derajat. Maka dari madrasah sebagai salah satu lembaga pendidikan islam harus bertransformasi dengan mencari formulasi dan inovasi sesuai karakter madrasah agar bersaing secara etis untuk menjadi madrasah unggul yang berdaya saing dari sekolah umum melalui strategi pemasaran.

Fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah mencakup: 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso, 2) Bagaimana strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso, 3) Bagaimana strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso, dan 4) Bagaimana strategi bauran pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso. Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan strategi yang berupa strategi pemasaran tempat, harga, promosi dan produk dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

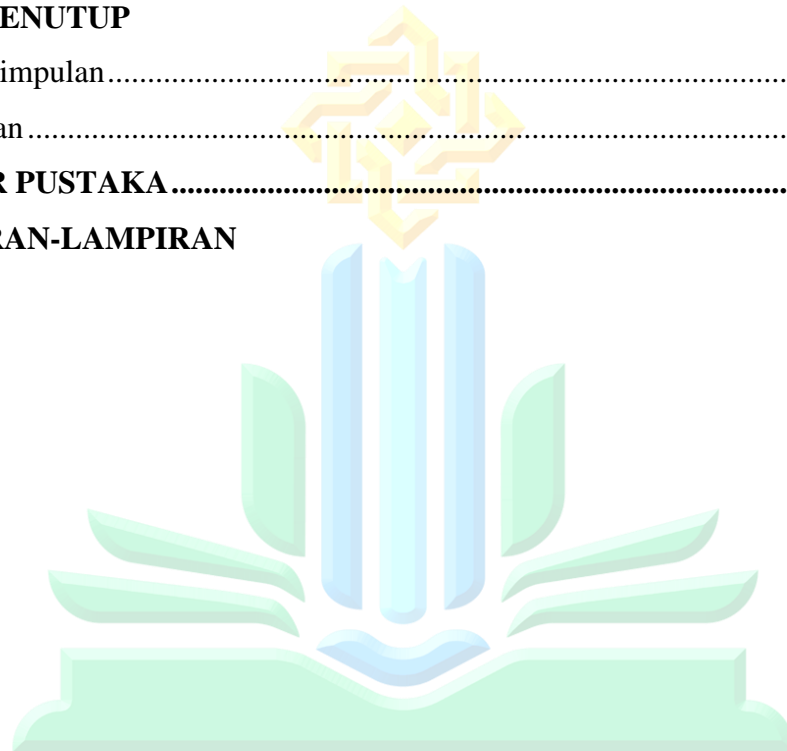
Metode penelitian yang digunakan melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisa yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dilakukan mulai dari tahap pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan Metode keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga adalah dengan letaknya lokasi atau tempat madrasah yang strategis, selain itu ruang kelas yang cukup luas dengan nuansa keindahan disetiap kelasnya yakni adanya sebuah hiasan dari kreativitas siswa yang dapat membangun imajinasi yang baik dan semangat belajarnya. 2) Strategi pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga adalah menggunakan strategi media cetak, media online, *Word of Moth* (mulut Ke mulut), dan promosi secara langsung setiap harinya dengan memberikan inovasi-inovasi baru seperti kegiatan jum'at ramah dan jum'at sedekah. 3) Strategi pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga adalah menawarkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan serta melakukan preferensi pasar menggunakan segmentasi psikografis dan segmentasi demografis, dan menetapkan segmentasi pemasaran harga dengan analisis terukur dengan data konsumen, perilaku masyarakat, aspek keterjangkauan, dan keberlanjutan manfaat. 4) Strategi pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga adalah dengan memunculkan banyak inovasi baru dengan menciptakan pendidikan ala pesantren yakni dengan adanya program unggulan seperti program kelas tahfidz, program menghafal asmaul husna, program menghafal aqidatul awam, program sholat dhuha, program sholat dhuhur berjamaah, dan program sholatawat, selain itu juga meningkatkan kualitas guru dan kualitas sarana dan prasarana yang memadai.

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Istilah	13
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	18
B. Kajian Teori.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian	53
C. Subyek Penelitian	55
D. Teknik Pengumpulan Data	56
E. Analisis Data	58

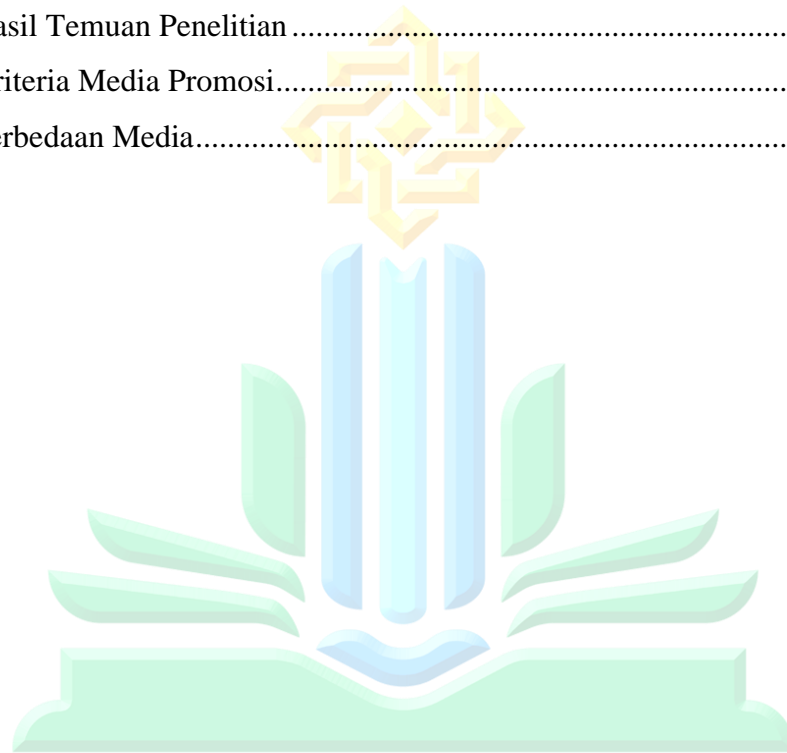
F. Keabsahan Data	61
G. Tahap-tahap Penelitian	62
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	64
B. Penyajian Data dan Analisis	69
C. Pembahasan Temuan	132
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	149
B. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
2.1	Persamaan dan Perbedaan Kajian Peneliti	23
4.1	Profil MI At-Taqwa Bondowoso	65
4.2	Uraian Harga Madrasah	94
4.3	Pembagian Kelas Tahfidz	103
4.4	Hasil Temuan Penelitian	131
4.5	Kriteria Media Promosi.....	136
4.6	Perbedaan Media.....	136



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
3.1	Komponen Dalam Analisis Data Model Interaktif	61
4.1	Lokasi Gedung Satu	74
4.2	Lokasi Gedung Dua.....	74
4.3	Brosur PPDB	77
4.4	Promosi Media Facebook.....	83
4.5	Promosi Media Instagram	84
4.6	Promodi Media Youtube	84
4.7	Jum'at Ramah.....	87
4.8	Jum'at Sedekah	87
4.9	Ciri Khas Madrasah.....	100
4.10	Program Kelas Thafidz	105
4.11	Program Menghafal Asmaul Husna	109
4.12	Program Menghafal Aqidatul Awam	112
4.13	Program Sholat Dhuha	114
4.14	Program Sholat Dhuhur Berjamaah	118
4.15	Program Sholawat	121
4.16	Prestasi Siswa.....	126
4.17	Sarana Dan Prasarana Madrasah.....	129

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GRAFIK

No	Uraian	Hal
3.1	Pendidikan Wali Murid.....	90
4.1	Asal Sekolah Siswa.....	90
4.2	Pekerjaan Wali Murid.....	91



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR LAMPIRAN

No	Uraian	Hal
Lampiran 1	Matrik Penelitian	159
Lampiran 2	Pernyataan Keaslian Tulisan	161
Lampiran 3	Surat Izin Penelitian.....	162
Lampiran 4	Surat Keterangan Selesai Penelitian	163
Lampiran 5	Jurnal Penelitian	164
Lampiran 6	Instrumen wawancara.....	165
Lampiran 7	Denah Madrasah.....	169
Lampiran 8	Struktur Organisasi MI At-Taqwa Bondowoso.....	170
Lampiran 9	Tata Mu'amalah dan Tata Tertib Madrasah	171
Lampiran 10	Daftar Inventaris/Aset Gedung Madrasah	179
Lampiran 11	Data Ustad dan Ustadzah MI At-Taqwa Bondowoso	184
Lampiran 12	Data Siswa dan Siswi MI At-Taqwa Bondowoso	188
Lampiran 13	Koordinator dan Pembina Ekstrakurikuler	190
Lampiran 14	Dokumentasi Penelitian.....	191
Lampiran 15	Biodata Penulis	203



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan didalam dunia pendidikan menjadi tidak bisa dihindari lagi. Agar bisa mempertahankan eksistensinya, madrasah tersebut dituntut agar dapat memasarkan madrasahnyanya, karena betapa pun bagusnyanya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal maka akan berdampak pada minimnyanya jumlah siswa dan tidak dikenalnya madrasah tersebut dilingkungan masyarakat. Pemasaran menjadi suatu yang penting yang harus dilaksanakan oleh sekolah selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran dilembaga pendidikan juga bertujuan untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga dan dapat menarik sejumlah calon peserta didik.

Menurut David Wijaya pemasaran merupakan lembaga pendidikan mutlak yang sangat diperlukan, alasannya yang pertama yaitu sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja yang perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kedua, perlu meyakinkan bahwa dalam layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh sangat relevan dengan kebutuhan konsumen. Ketiga, harus bisa melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran agar jenis dan macam-macam jasa pendidikan yang dilakukan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Keempat, agar

eksistensi lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas terutama para pelanggan setiap lembaga tersebut.¹

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur`an Q.S An-Nisa (58) :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya, Allah memberikan pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah maha mendengar lagi maha melihat.²

Lembaga pendidikan berwenang dalam mengelola pendidikan yang berlangsung pada lembaga tersebut, termasuk dalam pengolahan metode belajar, materi pembelajaran, kegiatan siswa, hingga kegiatan pengenalan lembaga pendidikan ke masyarakat luas. Persaingan dalam dunia pendidikan tidak dapat terelakan lagi sehingga kemampuan administrator untuk memahami strategi pemasaran dalam pendidikan menjadi prasyarat untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas lembaga pendidikan tersebut. Istilah pemasaran didalam pendidikan terdengar sedikit asing ditelinga masyarakat, karena pada umumnya istilah tersebut lebih dikenal didalam dunia bisnis. Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran adalah pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja

¹ David Wijaya, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah", *Jurnal Pendidikan Penabur*, No. 11 (Desember 2008), 42

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Putra Sejati Raya, 1971), 128

dilakukan untuk mempromosi iklan ataupun masyarakat sosial pada umumnya. Pengelolaan pendidikan saat ini menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan suatu lembaga dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan *scanning* lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, mempertimbangkan kompetensi internal dan dapat menciptakan strategi yang mampu untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan ciri khas dari pendidikan itu sendiri.

Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam manajemen madrasah. Strategi pemasaran akan mengantarkan madrasah sebagai institusi pendidikan utama seperti yang diharapkan melalui proses formulasi, implemementasi dan evaluasi secara periodik. Strategi pemasaran adalah kegiatan untuk menemukan cara untuk mencapai nilai tukar yang menguntungkan dengan pelanggan yang menjadi sasaran untuk mencapai tujuan lembaga. Saat ini paradigma telah bergeser berkaitan dengan pendidikan. Awalnya pendidikan dilihat dan dipahami dari aspek sosial akan tetapi saat ini orang melihat lebih banyak pendidikan seperti korporasi. Ini berarti bahwa lembaga pendidikan dianggap sebagai organisasi produksi yang menyediakan layanan pendidikan dan dibeli oleh konsumen.³

Dahulu madrasah merupakan produsen jasa pendidikan yang dimana para calon siswa berlomba-lomba untuk mendaftarkan dirinya untuk masuk ke madrasah tanpa banyaknya persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Namun, beberapa tahun terakhir ini beberapa lembaga pendidikan

³ Imam Turmudzi, "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol. 2 No. 2 (2017), 189.

mulai sedikit merasa kesulitan dalam mencari calon peserta didik, peserta didik sekarang begitu cerdas dalam memilih sekolah yang berkualitas dan sesuai dengan yang diharapkan. Apalagi hal ini diiringi dengan makin bertambah lembaga pendidikan. Contohnya, tantangan daya saing bagi madrasah yaitu bahwa saat ini banyak sekolah umum yang sudah menjadikan pendidikan agama islam menjadi faktor unggulan atau nilai tambah menjadi daya tarik masyarakat islam. Para pemimpin lembaga pendidikan memiliki pendapat bahwa masyarakat islam yang berada di lingkungan sekolah akan sangat mendukung untuk memperkuat pendidikan agama. Sehingga sekolah memperdalam materi pendidikan agama dengan menambah jumlah jam pelajaran agama diluar jam pendidikan umum lainnya sehingga sekolah nampak menjadi *full day*. Dengan demikian pendidikan agama islam dapat dilihat dari aspek kognitif dan afektif sangat menonjol. Sehingga menjadi pendidikan agama sebagai faktor penting atau unggulan, secara tidak langsung juga telah meningkatkan daya saing sekolah terhadap madrasah semakin tinggi.⁴

Dengan adanya persaingan antar lembaga dalam konteks jasa pendidikan ini maka suatu lembaga pendidikan perlu adanya konsep bauran pemasaran madrasah yang merupakan salah satu komposisi penting rencana pemasaran dan merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Dapat dijelaskan dari pengertian diatas bahwa unsur-unsur bauran

⁴ Imam Tholkhah, "Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah: Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Negeri Madiun", *Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Vol. 14 No. 2 (Agustus 2016), 242.

pemasaran yang dimaksud adalah tempat, promosi, harga, dan produk. Konsep bauran pemasaran dipopulerkan pertama kali oleh Jerome McCarthy yang merumuskannya menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*).⁵

Oleh karena itu, adanya pertumbuhan jumlah lembaga pendidikan madrasah seperti ini, para calon peserta didik di beberapa lembaga mulai sedikit demi sedikit berkurang dan mulai terasa adanya persaingan antar lembaga pendidikan. Dengan ini dapat dilihat dari beberapa unsur produk, kualitas dalam pelayanan, kualitas kelulusan, harga, dan lain sebagainya.

Suatu lembaga pendidikan dituntut untuk dapat melakukan strategi dalam hal pemasaran madrasah, yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas Madrasah tersebut.⁶ lembaga pendidikan yang bercitra baik merupakan lembaga pendidikan yang berasal dari budaya madrasah yang kuat, karena dengan budaya madrasah dapat membentuk para warga madrasah menjadi generasi yang berdedikasi terhadap masa depannya, disiplin, percaya diri, bertanggung jawab, berakhlakul karimah dan lain sebagainya. Pencitraan merupakan hasil dari budaya madrasah yang berasal dari nilai-nilai yang menjadi pedoman dan patokan pada lembaga pendidikan nilai-nilai yang telah menjadi pedoman tersebut kemudian dilaksanakan secara konsisten dengan membentuk opini masyarakat tentang lembaga yang berkualitas.⁷

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 41.

⁶ M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 1 No. 2 (April 2018), 79.

⁷ Erwin Indriako, "Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam", *Jurnal Universitas*, Vol. 9 No. 2 (Juli 2015), 266.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, pada tanggal 13 Juli 2021, dapat dilihat bahwasannya Madrasah Ibtidaiyah (MI) At-Taqwa Bondowoso ini, membahas masalah tempat antara gedung satu dan gedung dua bisa dikatakan strategis karena dapat digunakan oleh semua kalangan, selain itu sarana dan prasarana penunjang kegiatan belajar mengajar (KBM) di gedung satu ini memiliki halaman yang cukup luas dan sejuk karena halaman tersebut terdapat kanopi yang menutupi halaman madrasah sehingga sinar matahari tidak langsung menembus ke halaman madrasah tersebut, sedangkan di gedung dua adanya pohon-pohon yang ditanam didepan gedung membuat oksigen yang masuk ke setiap ruangan mendapatkan suasana yang sejuk dan asri. Begitupun suasana didalam kelas gedung satu maupun gedung dua terlihat nyaman dan sejuk karena terdapat beberapa ventilasi dan juga ditunjang dengan adanya kipas angin disetiap kelasnya, selain itu juga terdapat beberapa hiasan hasil kreativitas dari siswa dan siswi sendiri, dengan tujuan agar membuat suasana yang bernuansa indah dan bisa memberikan imajinasi yang baik sehingga membuat semangat siswa dan siswi untuk belajar. Selanjutnya berbicara harga madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso ini menawarkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan serta melakukan preferensi pasar menggunakan segmentasi psikografis dan segmentasi demografis, dan menetapkan segmentasi pemasaran harga dengan analisis terukur dengan data konsumen, perilaku masyarakat, aspek keterjangkauan, dan keberlanjutan manfaat. Lembaga ini juga merupakan lembaga Swasta

dibawah naungan Kementerian Agama yang memiliki kualitas terakreditasi

A. Hal ini dapat dilihat bahwasannya MI At-Taqwa ini selalu melakukan perubahan mengikuti perkembangan teknologi pada era modern ini, sehingga tidak ketinggalan dalam ikut serta memperbaiki kualitas pendidikan di dalam lingkungan Madrasah. Namun Sebagian masyarakat masih menganggap keliru bahwa *image* yang dimiliki oleh lembaga pendidikan yang berbasis Madrasah merupakan lembaga pendidikan yang masih ketinggalan jauh dengan lembaga pendidikan berbasis sekolah pada umumnya, ini dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu diantaranya mulai dari aspek SDM, Kurikulum, Sarana dan Prasarana Madrasah, Input dan Output Siswa dan lain sebagainya. Sehingga anggapan-anggapan ini memacu untuk MI At-Taqwa terus merevolusi atau melakukan perubahan dan mensosialisasikan kepada masyarakat luas tentang *image* yang mereka percayai selama ini. Dengan demikian MI At-Taqwa merupakan salah satu lembaga Madrasah Swasta yang selalu berusaha dalam melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing antar lembaga Sekolah/Madrasah di kabupaten Bondowoso. Sehingga mudah menarik perhatian serta minat calon peserta didik untuk melakukan pendidikan di MI At-Taqwa tersebut.

Dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh MI At-Taqwa Bondowoso ini sudah sangat baik dalam memperkenalkan madrasah dengan *image* yang baik di mata masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari tempat madrasah yang gedung madrasah nya menjadi dua gedung masing-

masing memiliki tingkat keamanan yang kondusif serta kenyamanan dalam proses belajar mengajarnya yaitu adanya ventilasi kelas yang cukup menerangi kelas dan adanya kipas yang menambah suasana sejuk. Harga madrasah pun juga sesuai dengan kualitas pelayanannya. Namun berbicara produk yang membawa madrasah ini sangat dikenal masyarakat luas yaitu dengan adanya sebuah penghargaan yang telah diraih di tahun 2020 bahwa MI At-Taqwa meraih penghargaan yang dapat menjadikan citra dari Madrasah ini semakin berkualitas yakni sebagai *The Best Performance* kategori Madrasah Religi se-Jawa Timur. Tidak hanya itu, tetapi sudah banyak sekali prestasi pendidikan yang dihasilkan oleh MI At-Taqwa tersebut sehingga madrasah ini sudah dikenal sangat luas akan prestasi, kurikulum, SDM, serta sarana dan prasarana pendidikannya yang lengkap. Dengan demikian prestasi-prestasi itu dapat menjadikan salah satu potensial untuk madrasah tersebut agar terus mempertahankan dan mengembangkan kualitas madrasah agar dapat berdaya saing dengan lembaga lainnya.⁸ Hal ini juga dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan Ustadz Mohammad Zakariyah, Selaku Kepala Madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso, yaitu:

“Dalam hal memasarkan tempat, harga, dan produk madrasah MI At-Taqwa ini telah memperkenalkan dengan baik, yang mana tempat dan harga yang diberikan sesuai dengan pelayanan dan kebutuhan madrasah. Produk yang ditawarkan juga produk unggulan ala pesantren yang mana menarik banyak peminat. Dengan begitu pada saat ini mulai banyak sekolah dasar pada umumnya menambah jam kegiatan keagamaan untuk dapat bersaing dengan madrasah yang memang pada dasarnya berkarakter islami seperti halnya madrasah

⁸ Observasi awal di MI At-Taqwa Bondowoso, 10 Agustus 2022.

kita ini , akan tetapi membuat saya dan seluruh *stakeholder* lainnya tetap merasa tidak berkompetisi, tidak bersaing dan disaingi tetapi kita merasa bersanding dengan mereka. Kalau untuk sekolah dasar lainnya sebagai mitra saja, mungkin sebagai pembanding bagi para calon wali murid atau wali murid lainnya, kalau memang seperti publikasi promosi itu cukuplah anak-anak kita sebagai promosinya, kalau banner, spanduk kita tidak terlalu banyak cukup depan sekolah saja. Kita mengikuti arahan dari ketua yayasan dalam mengenalkan produk madrasah, mau diterima dengan baik atau tidaknya di masyarakat, kita cukup memperbaiki program-program yang ada di madrasah dan fokus kepada perkembangannya kedepan”.⁹

Selanjutnya Ustadz Nuhan Ismail menambahkan pernyataannya, beliau mengatakan bahwa:

MI At-Taqwa dari segi mengenalkan madrasah nya memang berbeda dengan yang lainnya, walaupun kita tetap menggunakan strategi pada umumnya yakni dengan menyebarkan lewat media cetak, media social, dan dari mulut ke mulut, namun kita membedakan dengan pelaksanaannya dimana kita memasarkan madrasah ini setiap hari dengan kegiatan positif yang sudah menjadi kebiasaan madrasah ini dari dulu hingga sekarang yakni cara bersalaman dan adanya kegiatan jumat ramah, karena madrasah ini lebih mengedepankan pendidikan karakter siswa serta akhlakul karimah, maka hal itu dapat dilihat langsung oleh masyarakat kegiatan positif tersebut, sehingga membuat masyarakat ini penasaran dengan produk yang sesungguhnya ada didalam madrasah ini. Dari situlah membuat MI At-Taqwa ini sudah banyak dikenal masyarakat dengan madrasah yang kental akan budaya religiusnya. Yang mana banyak sekali program-program pendidikan madrasah yang dirubah ala pendidikan pesantren. Ini merupakan nilai *plus* bagi madrasah yang membuat masyarakat sangat puas dengan pendidikan sekolah dasar yang kental dengan keagamaan.¹⁰

Berdasarkan kenyataan dan konteks penelitian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso”.

⁹ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh peneliti, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

¹⁰ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh peneliti, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka penulis dapat menemukan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Tempat Madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?
2. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Promosi Madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?
3. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?
4. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah gambaran mengenai arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu terhadap masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹¹ Adapun tujuan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.
2. Untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.
3. Untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 45.

4. Untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi terkait kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat penelitian terdiri atas manfaat teoritis dan praktis, seperti manfaat bagi peneliti, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹² Adapun manfaat dari penelitian ini, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam pembelajaran perkuliahan yang ada pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dan juga menjadi bahan kajian selanjutnya terutama dalam penelitian Strategi Pemasaran Madrasah dalam persaingan antar bidang lembaga pendidikan ditingkat Madrasah Ibtidaiyah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi tolak ukur kemampuan peneliti dalam melakukan penulisan karya ilmiah sekaligus rujukan untuk melakukan penelitian penelitian selanjutnya. Serta sebagai bahan masukan dan wawasan baru dalam meningkatkan ilmu

¹² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 45.

pengetahuan mengenai strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman atau acuan dalam meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, serta mempertahankan citra setiap lembaga pendidikan sehingga pendidikan di Indonesia mampu bersaing tidak hanya pada lingkup nasional tetapi juga internasional. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran kepada kepala MI At-Taqwa Bondowoso mengenai strategi yang tepat untuk mencapai sasaran dalam pemasaran pendidikan.

c. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi serta khasanah keilmuan yang baru serta positif sehingga bisa menambah teori baru yang dapat membangun nuansa baru dalam dunia pendidikan mengenai strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan dari rangkaian teori tentang strategi generik perspektif Michal E. Porter sebagai motivasi dalam mengembangkan madrasah yang lebih aktual serta modern di era globalisasi ini sehingga masyarakat memiliki wawasan dalam hal strategi pemasaran dalam

meningkatkan daya saing lembaga dan juga pandangan luas mengenai cara mempertahankan organisasi.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yang berisikan mengenai pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Hal tersebut dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹³ Definisi istilah tersebut merupakan suatu bentuk kerangka pembahasan yang akan mengarah kepada masalah-masalah yang berhubungan dengan penelitian nantinya.

Tujuan dari adanya definisi istilah tersebut adalah agar bisa memudahkan para pembaca dalam memahami secara komprehensif terhadap maksud kandungan serta alur pembahasan, dan untuk menghindari kekurangan jelasan dalam memahami kata kunci dan konsep pokok yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti perlu memberikan batasan pengertian terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran madrasah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan suatu cara dalam mewujudkan rencana yang terarah dalam bentuk hubungan antara produsen dengan individu atau kelompok yang didalamnya menyampaikan suatu jasa pendidikan yang ada di dalam MI At-Taqwa Bondowoso. Pemasaran jasa merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi pendidikan. Sebaik apapun kualitas pendidikan madrasah akan mengalami masalah apabila tidak memiliki

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 45-46.

strategi pemasaran yang baik. Dalam penelitian ini, agar meningkatkan daya saing antar lembaga di MI At-Taqwa melakukan berbagai strategi pemasaran dengan memberikan kualitas-kualitas baik guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana strategi pemasaran di MI At-Taqwa Bondowoso dilakukan dengan cara langkah-langkah strategis yang ditempuh secara sistematis dan terencana. Tempat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lingkungan sekolah yang penulis teliti yaitu MI At-Taqwa yang ada di kabupaten Bondowoso. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah cara untuk memasarkan lembaga pendidikan agar sesuai dengan sasaran fokus penelitian. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya yang harus dibayarkan dalam proses pembelajaran serta fasilitas penunjang yang diberikan. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah beberapa program unggulan yang dipasarkan dalam menarik minat masyarakat.

2. Daya saing lembaga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terkait dengan suatu kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan lembaga lainnya. Sehingga faktor yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah keunggulan atau kualitas yang ada di dalam madrasah itu sendiri. Dalam penelitian ini kualitas pendidikan di MI At-Taqwa harus diprioritaskan dengan meningkatkan mutu layanan dan produk-produk unggulan mulai dari system

pembelajaran ataupun prestasi yang dihasilkan tujuannya agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya, karena di masa sekarang banyak lembaga baru yang menawarkan keunggulan-keunggulan yang menarik minat masyarakat dengan program yang berkualitas dengan berbagai inovasi dan kreatifitas sumber daya manusia yang dimilikinya.

Jadi judul penelitian strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-taqwa Bondowoso adalah penelitian yang mengkaji terkait strategi yang digunakan dalam memasarkan madrasah dengan memunculkan berbagai keunggulan yang ada di dalam madrasah, tujuannya agar dapat bersaing dengan lembaga atau instansi lainnya. Dilihat dari lembaga MI At-Taqwa ini merupakan madrasah yang sangat dikenal baik oleh lapisan masyarakat karena dengan berbagai keunggulan yang dimiliki dapat menarik minat masyarakat dalam menggunakan jasa pendidikan yang ada di MI At-Taqwa untuk anak-anaknya. Untuk itu penelitian ini lebih dikaji lagi karena saat ini mulai muncul berbagai lembaga baru yang menawarkan keunggulan-keunggulan yang lebih menarik minat masyarakat dengan program-program pembelajaran yang sudah bisa mengimbangi kualitasnya dengan lembaga-lembaga yang sudah lama.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi terkait alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup. Sistematika pembahasan ini bertujuan agar seorang peneliti bisa menulis narasi yang akan diteliti

sesuai dengan alur yang telah ditetapkan. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab satu pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan. Masalah yang diangkat adalah strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

Bab dua kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu dan kajian teori yang diambil dari teori Jerome McCarthy yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Untuk memperoleh originalitas penelitian maka dalam bab ini dicantumkan kajian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain serta berisi landasan teori untuk memberikan arah pembahasan yang lebih kompleks.

Bab tiga metode penelitian yang berisi mengenai metode yang akan dilakukan yaitu meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab empat hasil dan pembahasan yang berisi terkait penyajian data dan analisis data yang meliputi terkait gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan yang diperoleh selama penelitian.

Bab lima penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti. Bab ini merupakan akhir dari penulisan karya ilmiah serta kesimpulan dari

penelitian yang telah di laksanakan. Dan terdapat saran-saran yang berkaitan dengan pokok bahasan obyek penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam bagian ini menyajikan tentang berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Pada bagian ini juga menyajikan persamaan dan perbedaan terkait pembahasan yang akan diteliti dengan pembahasan yang sudah diteliti oleh peneliti-peneliti lain. Dengan ini akan diketahui letak perbedaan yang akan dikaji oleh peneliti dengan penelitian lain, yang nantinya akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan.¹⁴

Berikut terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, yakni:

1. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Imam Faizin dari STIT Pematang, pada tahun 2017 dengan judul “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*”, Jurnal Madaniyah: Volume 7 Nomor 2.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, dapat disimpulkan bahwa upaya meningkatkan eksistensi dan citra sebuah lembaga pendidikan, hendaknya para pengelola pendidikan dapat menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. pemasaran jasa pendidikan merupakan langkah pembaruan

¹⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 46.

lembaga pendidikan dalam rangka memasarkan produk layanan jasa pendidikan kepada masyarakat dengan menciptakan dan menawarkan inovasi produk jasa yang sesuai dengan harapan dan tuntutan pasar. Tujuan pemasaran dalam pendidikan adalah (1) memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan, (3) membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain, (4) memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan (5) menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.¹⁵

2. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Abdillah Mundir dari Universitas Yudharta Pasuruan, pada tahun 2016 dengan judul “ *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*”, Jurnal Malia: Volume 7 Nomor 1.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi pendidikan. sebaik apapun kualitas pendidikan madrasah akan mengalami masalah apabila tidak memiliki strategi pemasaran yang baik. Lembaga pendidikan madrasah sebaiknya memiliki tim marketing yang memikirkan khusus bagaimana langkah-langkah startegis yang akan ditempuh secara sistematis dan terencana. Lembaga

¹⁵ Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Madaniyah*, Volume 7 Nomor 2 (Agustus 2017).

pendidikan madrasah sebaiknya punya data-data berkenaan peta persaingan, data calon konsumen dan data-data perilaku konsumen sebagai bahan untuk mengambil keputusan berkenaan dengan strategi marketing yang akan dijalankan.¹⁶

3. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Imam Turmudzi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar, pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (studi kasus di MTs Ihsanniat Jombang)”, jurnal penelitian manajemen terapan (PENATARAN): Volume 2 Nomor 2.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang strategi pemasaran di lembaga pendidikan Islam (studi kasus di MTs Ihsanniat Jombang) dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan atau implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam di MTs Ihsanniat dimulai dengan pelaksanaan program unggulan MIPA dan pendaftaran dengan menggunakan saluran bakat dan minat disamping sarana dan prasarana yang memadai dan seleksi calon siswa sesuai dengan kemampuan dan kompetensi yang dimiliki siswa.¹⁷

4. Jurnal penelitian yang ditulis oleh M. Munir dari STAI Darussalam Krempeyeng Nganjuk, pada tahun 2018 dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserata Didik”, INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam: Volume 1 Nomor 2.

¹⁶ Abdillah Mundir, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”, *Jurnal Malia*, Volume 7 Nomor 1 (Februari 2016).

¹⁷ Imam Turmudzi, “Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTS Ihsanniat Jombang)”, *Jurnal Penelitian Manajemen Penerapan (PENATARAN)*, Volume 2 Nomor 2 (2017).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah/lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa pendidikan (orang tua/wali murid). Meningkatnya kuantitas peserta didik baru, pasti tidak akan terlepas dari kualitas yang dimiliki oleh sekolah, karena kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sekolah yang telah memenuhi target.¹⁸

5. Skripsi yang ditulis oleh Neni Triana, pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MTs Al-Ikhwaniyah Pondok Aren”.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan di MTs Al-Ikhwaniyah masih belum dilakukan dengan baik, untuk menentukan segmentasi pasar yang dituju madrasah memilih segmentasi geografis dengannya melihat kondisi lingkungan sekitar kecamatan pondok aren yaitu SD/MI terdekat, segmentasi demografi hanya melihat usia lulus

¹⁸ M. Munir, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”, *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 1 Nomor 2 (April 2018).

SD yang akan masuk SMP/MTS, segmen psikografi dilihat dari keadaan lingkungan yang mayoritas agamis. Selanjutnya dalam target madrasah ini memprioritaskan santri-santri pondok pesantren dan lulusan SD/MI terdekat untuk dijadikan sebagai calon siswa, lalu *positioning* nya memposisikan dirinya dengan program unggulan serta madrasah juga menggunakan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran untuk menentukan target sasaran. Promosi juga menjadi salah satu bentuk pemasaran jasa yang yang sering digunakan oleh MTS untuk mengkomunikasikan keunggulan yang dimiliki, namun promosi yang paling efektif berdasarkan hasil temuan yaitu berupa pemasaran yang dilakukan *mouth of mouth*.¹⁹

6. Skripsi yang ditulis oleh Felinda Krela, pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan secara keseluruhan tentang strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik dilakukan suatu perencanaan terlebih dahulu, dimana didalam perencanaan melakukan pembentukan tim PPDB, menentukan perangkat pemasaran luai waktu ke waktu, menentukan alat atau media yang akan digunakan, dan menentukan biaya madrasah, setelah itu implementasi dari perencanaan itu berjalan sesuai dengan perencanaan

¹⁹ Neni Triana, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTS Al-Ikhwaniyah Pondok Aren*, (Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 70.

awal serta evaluasi dalam kegagalan perencanaan dalam pelaksanaan sebelumnya.²⁰

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Kajian Peneliti

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Imam Faizin (2017) dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”.	Upaya meningkatkan eksistensi dan citra sebuah lembaga pendidikan, hendaknya para pengelola pendidikan dapat menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. pemasaran jasa pendidikan merupakan langkah pembaruan lembaga pendidikan dalam rangka memasarkan produk layanan jasa pendidikan kepada masyarakat dengan menciptakan dan menawarkan inovasi produk jasa yang sesuai dengan harapan dan tuntutan pasar	a. Sama sama membahas tentang strategi pemasaran madrasah agar mampu meningkatkan kualitas madrasah dan minat konsumen.	Terfokus pada nilai jual madrasah yang harus mampu masuk dalam bursa kompetisi pendidikan. selain itu juga harus mampu mencapai keseimbangan dalam operasionalisasi pengajaran dalam kondisi memperebutkan pasar dari banyak penyelenggara sekolah. Tujuannya agar madrasah tidak mengalami masalah kekurangan murid tidak terjadi lagi. Sedangkan dalam penelitian ini akan membahas bagaimana strategi dalam memasarkan madrasah agar tetap mampu bersaing dengan lembaga lain baik secara daerah

²⁰ Felinda Karela, “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MTS Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”, (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020), 77.

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				ataupun nasional melalui peningkatan prestasi dan layanan yang berkualitas.
2	Abdillah Mundir (2016) dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”	Pemasaran jasa merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi pendidikan. sebaik apapun kualitas pendidikan madrasah akan mengalami masalah apabila tidak memiliki strategi pemasaran yang baik. Lembaga pendidikan madrasah sebaiknya memiliki tim marketing yang memikirkan khusus bagaimana langkah-langkah startegis yang akan ditempuh secara sistematis dan terencana.	a. Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran Madrasah.	Dalam penelitian ini berfokus pada cara memasarkan jasa pendidikan yakni dengan membentuk citra yang baik. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran madrasah agar lebih meningkatkan daya saing dengan lembaga lain dan tetap unggul walaupun ada lembaga baru.
3	Imam Turmudzi (2017) dengan judul “Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)”.	pelaksanaan atau implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam di MTs Ihsanniat dimulai dengan pelaksanaan program unggulan MIPA dan pendaftaran dengan menggunakan saluran bakat dan minat disamping sarana dan prasarana yang memadai dan seleksi calon siswa sesuai	a. Sama sama membahas tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan.	Dalam penelitiannya berfokus pada melakukan strategi pemasaran yang melaksanakan program unggulan MIPA dan pendaftarannya menggunakan saluran bakat dan minat serta tujuannya untuk meningkatkan pengguna layanan

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dengan kemampuan dan kompetensi yang dimiliki siswa.		pendidikan di MTS Ihsanniat Jombang saja. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran madrasah agar mampu bersaing dengan lembaga lain dengan berbagai kualitas pembelajaran, prestasi dan layanan lainnya dan agar tetap unggul walupun bermunculan lembaga baru.
4	M. Munir (2018) dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”.	Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah/lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan memakai jasa pendidikan (orang tua/wali murid).	a. Sama sama membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan.	Dalam penelitiannya berfokus pada peningkatan kuantitas dari peserta didik dengan menerapkan 7 elemen penting yaitu <i>product</i> (produk), <i>price</i> (harga), <i>place</i> (lokasi), <i>promotion</i> (promosi), <i>people</i> (orang/guru dan staf), <i>physical evidance</i> (bentuk fisik). Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran madrasah agar lebih meningkatkan daya saing dengan

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Meningkatnya kuantitas peserta didik baru, pasti tidak akan terlepas dari kualitas yang dimiliki oleh sekolah, karena kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sekolah yang telah memenuhi target.		lembaga lain dan tetap unggul walaupun ada lembaga baru.
5	Neni Triana (2018) dengan judul “strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTS Al-Ikhwaniyah Pondok Aren”.	strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan di MTs Al-Ikhwaniyah masih belum dilakukan dengan baik, untuk menentukan segmentasi pasar yang dituju madrasah memilih segmentasi geografis dengannya melihat kondisi lingkungan sekitar segmentasi demografi hanya melihat usia lulus SD yang akan masuk SMP/MTS, segmen psikografi dilihat dari keadaan lingkungan yang mayoritas agamis. dalam <i>targetting</i>	a. Sama sama membahas tentang strategi pemasaran madrasah	Dalam penelitiannya berfokus pada strategi pemasaran yakni segmentasi pasar, targetting dan positioning. Sedangkan penelitian ini berfokus pada bauran pemasaran 4P yakni <i>Place</i> (Tempat), <i>Promotion</i> (Promosi), <i>Price</i> (Harga) dan <i>Product</i> (Produk) yang ada di madrasah.

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<p>madrasah ini memprioritaskan santri-santri pondok pesantren dan lulusan SD/MI terdekat untuk dijadikan sebagai calon siswa, lalu <i>positioning</i> nya memposisikan dirinya dengan program unggulan.</p>		
6	<p>Felinda Krela (2020) dengan judul “Strategi Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”.</p>	<p>Strategi manajemen pemasaran yang dilaksanakan di MTS Masra’atul Ulum dilakukan sesuai dengan manajemen pemasaran yakni dilakukan perencanaan terlebih dahul yakni dengan menentukan tim PPDB, menentukan target, menentukan alat yang harus digunakan serta harga madrasah yang harus dikeluarkan. Setelah itu melaksanakan perencanaan lalu mengevaluasi hasil dari perencanaan yang telah dibuat.</p>	<p>a. Sama sama membahas tentang strategi manajemen pemasaran dalam lingkup pendidikan</p>	<p>Dalam penelitiannya membahas strat manajemen pemasaran yakni dengan menggunakan metode perencanaan, implementasi, dan evaluasi sedangkan peneltian ini menggunakan metode bauran pemasaran 4P yakni <i>Place</i> (Tempat), <i>Promostion</i> (Promosi), <i>Price</i> (Harga) dan <i>Product</i> (Produk) yang ada di madrasah.</p>

Berdasarkan beberapa uraian penelitian terdahulu di atas, akan dipaparkan terkait kelemahan dari tiap penelitian yang telah dikaji sebelumnya, sehingga dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Kelemahan dari penelitian terdahulu yang telah

dipaparkan, yakni permasalahan yang diangkat kurang lebih berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan yakni lebih menggunakan strategi keunggulan produk yang ada didalam madrasah nya saja untuk menarik minat masyarakat. Sedangkan pada realitanya untuk memaksimalkan pengenalan madrasah nya agar lebih diminati dan mampu berdaya saing dengan lembaga lain, itu perlu adanya strategi pemasaran madrasah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran, yang mana menjadi salah satu alat bagi pemasar untuk membantu mengembangkan madrasah nya agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Maka dari itu, peneliti disini mengembangkan penelitian dengan mengangkat permasalahan terkait strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing, yang mana menggunakan strategi bauran pemasaran dengan menggunakan teori dari Jerome McCarthy yang disebut dengan strategi bauran pemasaran 4P (*Place, Promotion, Price, dan Product*).

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah

a. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Strategi menurut kamus Bahasa Indonesia berarti cara.²¹

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi,

²¹ YS Marjo, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Surabaya: Beringin Jaya Surabaya, 1997), 214.

tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional. Efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan yang efektif.

Menurut Bittel, strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.²² Sedangkan dalam KBBI, diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²³ Strategi dipandang sebagai sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin dicapai, disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha merespon lingkungannya.

Tujuan utama dari sebuah strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.²⁴

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), 201.

²³ Tim Redaksi KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

²⁴ Abdillah Mundir, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah", *Jurnal Malia*, Vol. 7 No. 1, (Februari 2016): 29.

Pemasaran memiliki arti yang beragam. Dari sudut manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.²⁵ Adapun pemasaran madrasah berarti proses yang disosialisasikan dengan mempromosikan barang atau jasa pendidikan.

Mendengar kata pemasaran atau *marketing*, pemikiran kita selalu tertuju pada dunia bisnis. Hal ini wajar karena kata atau istilah “*marketing*” seringkali muncul dan berkembang dikalangan bisnis manufaktur maupun jasa yang artinya jasa pendidikan berarti suatu proses mempersiapkan, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah lembaga pendidikan untuk

²⁵ Syamsudin Noor, “Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Malang”, *Jurnal INTEKNA*, No. 2 (November 2014): 102-209.

memenuhi kebutuhan tersebut.²⁶ menurut Indradjaja dan Karno, pemasaran jasa pendidikan mutlak diperlukan karena hal-hal berikut:

- (1) Perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan (siswa, orang tua siswa, dan pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis.
- (2) Perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa jasa pendidikan yang kita lakukan relevan dengan kebutuhan mereka.
- (3) Perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar jenis jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat, terutama pelanggan jasa pendidikan.
- (4) Perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar eksistensi sekolah tidak ditinggalkan oleh masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan potensial.²⁷

Jasa merupakan suatu kegiatan yang bersifat melayani, membantu dan melakukan hal yang bermanfaat bagi orang lain. jasa digambarkan sebagai suatu kegiatan yang seringkali diukur berdasarkan waktu. Kotler mengemukakan bahwa jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

²⁶ Dudung Juhana dan Ali Mulyawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung", *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship*, Nomor 1, (Desember 2015): 5.

²⁷ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 2.

mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.²⁸

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pendidikan sebagai produk jasa dan merupakan suatu yang tidak berwujud, akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

Madrasah mempunyai kapasitas dan potensi besar dalam upaya meningkatkan kualitas, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia. Jika dilihat dari kaca mata marketing, pasar madrasah termasuk dalam segmen pasar emosional. Jasa pendidikan (persekolahan) di Indonesia dari sudut pandang marketing secara umum dapat dikelompokkan ke dalam dua segmen pasar yaitu segmen pasar emosional dan segmen pasar rasional. Maksud segmen pasar emosional adalah kumpulan pelanggan atau “nasabah” yang datang mendaftar atau bergabung ke sebuah lembaga pendidikan (sekolah) karena pertimbangan religiusitas. Pasar ini kurang memperhatikan harga, kualitas, mutu dan ketersediaan jaringan (*networking*) yang memadai. Dengan kata lain pasar ini benar-benar emosional religious “asal banyak muatan agamanya”. Sedangkan segmen pasar rasional

²⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran terjemah*, Wilhelmus W Bakowatun (Jakarta: Intermedia, 1992), 382.

adalah pelanggan atau “nasabah” sekolah yang benar-benar sensitif terhadap perkembangan dan kualitas mutu pendidikan.²⁹

Jadi Pemasaran jasa pendidikan madrasah dalam pengertian kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan madrasah penting memikirkan ulang model pemasarannya (rethinking madrasah) pada era dan zaman sekarang ini. Madrasah dalam perspektif ini kurang melakukan inovasi, dan pembaruan dalam merespons berbagai perubahan dan perkembangan zaman.

b. Tujuan dan Fungsi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah

Pemasaran jasa pendidikan bertujuan untuk memberikan keseimbangan kehidupan semi memenuhi kebutuhan para pelanggan dan pengguna jasa pendidikan. dari kegiatan jasa yang dilakukan akan terjadi timbal balik yang salib menguntungkan satu sama lain, karena produsen telah berhasil mendapatkan banyak pelanggan dari kegiatan promosi. Sedangkan para pelanggan atau konsumen mendapat pelayanan yang sesuai dengan program yang ditawarkan. Kotler dan Fox dalam buku yang ditulis oleh David Wijaya mendefinisikan bahwasannya tujuan utama dari pemasaran pendidikan yaitu untuk³⁰:

- 1) Memenuhi nilai sekolah dengan tingkat keberhasilan yang benar.

²⁹ Imam Machali, “Rethinking Marketing Madrasah (Menimbang Pola dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah)”, *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Vol. 13 No. 1, (April 2015): 6-7.

³⁰David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 16-17.

- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan
- 3) Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan
- 4) Meningkatkan efisiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan.

Secara umum Kasmir menjelaskan tujuan pemasaran adalah sebagai berikut³¹:

- 1) Memaksimalkan atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik pelanggan jasa untuk memenuhi produk yang ditawarkan organisasi secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan
- 3) Memaksimalkan pemilihan produk jasa
- 4) Memaksimalkan mutu hidup dan menciptakan iklim yang efisien.

Berdasarkan tujuan pemasaran jasa pendidikan, aktivitas pemasaran jasa pendidikan lebih dari aktivitas penjualan jasa pendidikan, periklanan dan promosi, untuk menciptakan pemasaran jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan adalah keterampilan perencanaan dan pengelolaan hubungan pertukaran antara lembaga pendidikan dengan kelompok masyarakat.

Jadi tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk

³¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 197.

pendidikan atau jasa pendidikan itu cocok dengan pelanggan jasa pendidikan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran jasa pendidikan harus menghasilkan pelanggan jasa pendidikan yang siap membeli dan dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk pendidikan atau jasa pendidikan itu sendiri.

Sebagaimana pengertian yang dikemukakan oleh Barmawi dan Muhammad Arifin “proses pengelolaan pendidikan dalam kegiatan pertukaran nilai-nilai untuk memenuhi kepentingan sekolah dan kepentingan peserta didik berdasarkan harapan dan kebutuhan stakeholder”.³² Dari pendapat tersebut dikatakan bahwa pemasaran bisa berfungsi dalam membentuk citra sekolah, citra sekolah dapat digunakan untuk menarik minat calon peserta didik dan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah agar mampu bersaing dengan lembaga lainnya.

Selain itu pemasaran berfungsi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dibuktikan dengan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dirasakan pelanggan pendidikan dalam pemasarannya.³³ Fungsi pemasaran yang diberikan kepada para pelanggan menjadi hal penting dalam konsep manajemen pemasaran, karena para pelanggan hanya bisa merasakan kepuasan dari para kinerja produsen dalam menyediakan produk, layanan dan harga. Dapat disimpulkan bahwa

³² Barnawi dan Muhammad Arifin, *Buku Pintar Mengelola Sekolah Swasta* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 14.

³³ Rohmitriasih Hendayat Soetopo, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Edukasi*, Vol. 2 No. 4 (Agustus 2015): 403.

fungsi pemasaran jasa pendidikan adalah untuk menentukan strategi yang harus dilakukan sekolah dalam memasarkan kualitas jasa pendidikan yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan dalam rangka meningkatkan eksistensi sekolah agar mampu bersaing dengan lembaga lainnya serta menjaga loyalitas pelanggan jasa pendidikan.

c. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah

Suksesnya pemasaran pendidikan islam tergantung pola pikir pemimpin yang mempunyai pandangan kedepan dan kebelakang dalam kaitannya dengan pemasaran pendidikan, sehingga dapat mempersiapkan karyawan lembaga pendidikan dan siswa untuk menyongsong masa depan lembaga yang dipimpinnya. Seorang pemimpin harus selalu berusaha agar lembaga pendidikan yang dipimpinnya tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing dengan lembaga lain. Untuk itu, pemimpin perlu menentukan dan menerapkan

strategi, serta melakukan aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Strategi pemasaran jasa yang dimaksud adalah sebuah cara, upaya, dan langkah-langkah praktis yang dilakukan oleh pemimpin sekolah atau madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui pemberian informasi kepada masyarakat dan penawaran layanan jasa pendidikan

serta meyakinkan pengguna jasa pendidikan agar tetap menggunakan layanan jasa pendidikan.³⁴

1) Bauran pemasaran jasa pendidikan madrasah (*Marketing Mix*)

Menurut Lupiodi dan Hamdani sebagaimana, bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar impementasinya strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Dalam konteks pendidikan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.³⁵

Pemimpin harus mengetahui cara mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif adalah melalui pemanfaatan unsur-unsur bauran pemasaran jasa pendidikan yang disebut dengan marketing mix. Unsur-unsur utama dalam strategi

pemasaran jasa pendidikan di populerkan pertama kali oleh Jerome McCarthy yang dikenal dengan sebutan “4P”, yaitu *product* (produk jasa pendidikan), *place* (tempat/metode penyampaian), *price* (harga jasa pendidikan), dan *promotion* (promosi jasa pendidikan).³⁶

³⁴ Dian, Iis Rosbiah dan Ari Prayoga, “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah”, *Jurnal Dirasah*, Vol. 3 No. 1 (Februari 2020): 6.

³⁵ Abdillah Munder, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”, 32.

³⁶ Nurliyati Rahayu, “Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta”, *Jurnal Qurrod: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, Volume 2 Nomor 1, (April 2020): 98.

Adapun bauran pemasaran jasa pendidikan yang dimaksud adalah konsep 4P yaitu:

a) *Product* (Produk)

Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam lingkungan pendidikan, produk jasa yang dapat ditawarkan adalah jasa layanan akademik seperti kurikulum atau ekstra kurikulum. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sedangkan kompetensi lulusan adalah yang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.³⁷

b) *Price* (Harga)

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang diberikan. Harga adalah komponen yang sangat penting dari definisi bauran pemasaran. Penentuan harga merupakan titik

³⁷ Afidatun Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden", *Jurnal El-Tarbawi*, Volume 8 Nomor 2, (2015): 166.

kritis dalam bauran pemasaran karena harga pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Produsen harus pandai menetapkan kebijaksanaan tinggi atau rendahnya harga, yang berpedoman pada:

- (1) Keadaan atau kualitas harga
- (2) Konsumen yang dituju
- (3) Susunan pasar apakah produk sudah melekat dihati konsumen atau banyak saingan.³⁸

c) *Place* (Lokasi/Tempat)

Lokasi strategis yang mudah dijangkau dari segala arah dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, juga kemudahan akses menuju sekolah merupakan faktor pendukung kenyamanan siswa, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah. Ada banyak strategi penempatan atau distribusi, termasuk³⁹:

- (1) Distribusi intensif
- (2) Distribusi eksklusif
- (3) Distribusi selektif
- (4) Waralaba

d) *Promotion* (Promosi).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Promosi yaitu kemampuan

³⁸ Ratih Huriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 51.

³⁹Fitria Halim, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2021), 5.

mengkomunikasikan manfaat yang didapat dari organisasi bagi para pelanggan potensial. Promosi yang dilakukan sekolah, dapat juga diarahkan kepada komposisi dan kualifikasi tenaga pengajar, termasuk pola perekrutan guru yang terencana baik. Sekolah dapat mempromosikan bahwa mereka terus berupaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di antara kegiatan promosi sendiri dapat dilakukan melalui media komunikasi massa misalnya; koran, majalah, televisi, papan reklame, dan gambar tempel serta media sosial yang masih digandrungi oleh semua kalangan. Adapun program yang sering diinput adalah ketika ada even-even tertentu, seperti ketika mendapatkan prestasi atau penghargaan dari pemerintah dan lain-lain. Selain itu promosi juga bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni-alumni yang senantiasa ikut mempromosikan kepada masyarakat. Hal ini sangat memberikan dampak yang sangat signifikan karena masyarakat lebih percaya dengan kesaksian orang-orang yang pernah terlibat didalamnya.⁴⁰

2. Daya Saing Lembaga Pendidikan

a. Pengertian Daya Saing

Secara umum daya saing terdiri dari 2 kata, yaitu daya artinya kekuatan, sedangkan saing bermakna berlomba-lomba atau

⁴⁰ M. Dian Wahyudi, dkk, "Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan", Jurnal Inspirasi: *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Volume II Nomor 12 (April 2017): 6.

lebih baik dari yang lainnya, atau berbeda dari pesaing baik secara kualitas, kepuasan maupun keunggulan dari berbagai aspek lainnya. Makna keunggulan bersaing juga bisa dilihat dari sisi proses yang efektif dan efisiensi, ditandai juga dengan eksistensi organisasi yang memiliki sasaran tepat, menentukan kebijakan, rencana, strategi, arah, dan hasil yang sesuai dengan harapan serta tujuan akhir dalam menghadapi kompetisi. Hal senada dijelaskan, Sumihardjo (2008) bahwa daya saing dimaknai dengan kekuatan, dorongan, usaha untuk menjadi lebih baik dari kompetitor yang lainnya atau memiliki keunggulan dalam hal-hal tertentu, baik yang dilakukan orang per orang (*personal*), komunitas (*communal*) bahkan institusi tempatnya bekerja.⁴¹

Dalam Permendiknas No. 41 Tahun 2007 Tentang standar proses, dinyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat dan lebih bermakna.

Kemampuan tersebut yakni kemampuan memperkokoh posisi pasar, kemampuan menghubungkan dengan lingkung, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan. Daya saing adalah potensi atau kemampuan lembaga untuk mengungguli persaingan yaitu keunggulan disatu bidang yang tidak dimiliki oleh pihak lain. daya saing madrasah dalam konteks era kekinian merupakan suatu hal yang mutlak. Daya

⁴¹ Arwildayanto, dkk, *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi* (Bandung: CV Cendekia Press, 2020), 1.

saing ini berkolerasi dengan mutu madrasah, semakin berkualitas dan professional pengelolaan madrasah maka ia akan semakin kompetitif.⁴²

b. Indikator Daya Saing

Michael E. Porter menyatakan beberapa indikator daya saing, yaitu: 1) Harga Bersaing, 2) Kualitas Produk, 3) Keunggulan Produk. Dalam persaingan, harga, kualitas dan keunggulan produk merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam persaingan. Umumnya, seseorang dalam memilih lembaga pendidikan, akan melihat harga terlebih dahulu, setelah harga, yang dipertimbangkan adalah kualitas dan keunggulan lembaga pendidikan tersebut. ketika ketiga poin tersebut dimiliki oleh lembaga pendidikan, maka pasti lembaga tersebut akan memiliki daya saing yang tinggi dibandingkan dengan lembaga lain.

1) Harga Bersaing

Adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyesuaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan. Harga kompetitif adalah dimana harga tersebut dipandang layak oleh calon konsumen karena

⁴² Siti Umayah, "Upaya Guru dan Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah", *Mudarrisa: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, Volume 7 Nomor 2 (Desember 2015): 269.

sesuai dengan manfaat produk dan terjangkau, serta diharapkan mampu bersaing dengan harga produk dari perusahaan lain. pada dasarnya, konsumen menginginkan harga yang pantas dan sesuai dengan produk atau jasa.⁴³

2) Kualitas Produk

Aspek yang perlu diperhatikan mengenai produk adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Kotler dan Keller kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴⁴

3) Keunggulan Produk

Cooper dan Kleinshmidt menyatakan bahwa keunggulan produk sangat ditentukan oleh keunikan produk dan keunikan manfaat yang diberikan produk kepada pelanggan, kelebihan produk (*product superiority*), inovasi produk yang terus menerus, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan

⁴³ Laylani Lenggogeni dan Augusty Tae Ferdinand, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian", *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 5 Nomor 3 (2016): 2.

⁴⁴ Aditya Wahyu Ramadhan, "Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S7 (Studi Pada Pengunjung Plasa Marina dan WTC Surabaya)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 5 Nomor 4 (2017): 3.

pelanggan, kecanggihan teknologi produk, dan desain produk itu sendiri.⁴⁵

Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan, yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

Keunggulan produk mungkin dikaitkan secara positif dengan kinerja pasar produk, yang mengacu pada tingkat hasil kompetitif dan financial dipasar, seperti ditunjukkan dalam laba, return on invesment dan pangsa pasar. Pembeli biasanya membentuk persepsi yang menyenangkan dari suatu produk dengan ciri-ciri superior dan mereka memilih produk tersebut dalam hal preferensi pembelian dan perilaku sebenarnya ketika keunggulan produk ini melampui harganya.

Secara praktis indikasi adanya daya saing madrasah adalah kepemimpinan, inovasi pembelajaran madrasah, kualitas pendidik, kualitas sarana, kualitas kerjasama, prestasi madrasah dan minat madrasah.⁴⁶

Ada beberapa faktor yang berkaitan erat dengan kuat lemahnya daya saing yang ada dilembaga pendidikan. menurut

⁴⁵ Imron Munfaat, "Membangun Keunggulan Produk", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume II Nomor 3 (Desember 2003): 223.

⁴⁶ Imam Tolkhah, *Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah: Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Negeri Madiun*, 246.

Ham & Haydun sebagaimana dikutip oleh Buckhori Alma, ada tiga faktor utama yang mempengaruhi daya saing lembaga pendidikan, yakni:

- (1) Kualitas layanan (*service quality*)
- (2) Kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*)
- (3) Kesadaran diri (*behavioral intentions*).⁴⁷

Jika ditarik dalam dunia pendidikan, maka kepuasan pelayanan dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia di sekolah/madrasah, komitmen kepala madrasah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan terkait mutu, kesediaan untuk membantu para pelanggan pendidikan, profesionalisme kepala madrasah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, serta perhatian yang tinggi terhadap pelanggan pendidikan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah/madrasah kepada para pelanggannya (siswa khususnya) akan membuat siswa tersebut merasa nyaman, dihargai dan diperhatikan.

Perasaan yang dirasakan oleh para siswa membuat siswa menjadi puas. Sedangkan kesadaran diri yang dapat meningkatkan daya saing sekolah/madrasah adalah kesadaran untuk terus melakukan peningkatan mutu.

Secara praktis, indikasi adanya daya saing sekolah adalah: 1) jumlah pendaftar melampaui kapasitas ruang belajar

⁴⁷ Buchari Alma, *Manajemen Coporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2009), 99.

yang tersedia. Dengan demikian semakin besar jumlah pendaftar pada sekolah semakin tinggi daya saing yang dimiliki sekolah tersebut. 2) memiliki prestasi kejuaran setiap tahun, baik pada akademik atau non akademik, serendah-rendahnya tingkat kota/kabupaten, dan tertinggi bidang prestasi pada tingkat internasional.⁴⁸

Pendapat lain terkait komponen yang mempengaruhi kuatnya daya saing lembaga pendidikan adalah produktivitasnya/outputnya. Sekolah/madrasah yang dimiliki daya saing tinggi adalah sekolah yang laku di pasar, dimana kualitas outputnya diminati pasar. Dengan kata lain, bahwa produktivitas dianggap sebagai ujung tombak dalam peningkatan daya saing organisasi.⁴⁹

Munculnya sekolah/madrasah baru dan program/layanan baru yang dibuat oleh lembaga pendidikan yang tingkat akan mendorong timbulnya persaingan. Itu artinya bahwa hanya sekolah yang bermutu dan sesuai keinginan pelangganlah yang nantinya akan diminati di pasar. Disamping itu keberadaan alumni juga menjadi tolak ukur daya saing lembaga pendidikan.

⁴⁸ Imam Tholikhah, *Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah Ibtidaiyah Negeri Madiun*, 246.

⁴⁹ Anita Santi, "Inovasi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah", (Tesis, IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2016), 42.

Hal ini dikarenakan alumni merupakan *output* dari pendidikan yang dijadikan salah satu tolak ukur sekolah bermutu.⁵⁰

c. Pentingnya Peningkatan Daya Saing

Usaha untuk meningkatkan daya saing sangatlah penting untuk menjaga eksistensi sekolah dalam kancah persaingan merebut atensi masyarakat. Perkembangan pola pemikiran masyarakat dan kebutuhannya membawa dampak pada tingkat kebutuhan dan penentuan sekolah yang dijadikan sebagai kawah candradimuka bagi anak-anak mereka. Masyarakat sudah dapat menemukan kelanjutan dari setiap keputusan yang diambilnya, termasuk dalam hal pemilihan sekolah untuk anak-anak mereka. Mereka mengetahui kredibilitas dan kualitas sekolah yang ada dilingkungannya. Sekolah seharusnya dapat membaca fenomena seperti ini agar dapat mempertahankan keberadaannya di masyarakat. Jika tidak, secara berangsur dan pasti akan mengalami keterpurukan dengan berkurangnya atensi masyarakat secara drastis.⁵¹

Dalam era persaingan yang ketat, setiap lembaga dipaksa berhadapan dengan lembaga lainnya dalam era persaingan. Semua lembaga umumnya berkeinginan untuk dapat tampil yang terbaik guna menarik perhatian pasar. Dalam arena persaingan, boleh jadi setiap lembaga melakukan berbagai hal guna memenangkan

⁵⁰ Barnawi dan Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 57.

⁵¹ Mohammad Sahroni, *Analisis dan Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah* (Jogjakarta: Ar-Ruzz, 2017), 25.

persaingan. Mungkin ada yang menggunakan cara kotor dan ada pula yang menggunakan cara-cara baik dalam memenangkan persaingannya.⁵²

Untuk memenangkan persaingan para penyelenggara pendidikan harus memiliki spirit selalu berada didepan perubahan dengan jaminan bahwa mereka akan sampai lebih dulu digaris finis, karena persaingan adalah adu cepat untuk mencapai garis finis. Oleh karena itu penyelenggara pendidikan setidaknya memiliki sikap kompetitif dalam menjalankan tugas kelebagaannya.⁵³

Menurut Ham dan Hayduk terdapat tiga faktor yang menjadi global issues dan berpengaruh kepada semua organisasi besar maupun kecil termasuk juga lembaga pendidikan. ketiga faktor tersebut adalah kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*), dan minat berperilaku (*behavioral intertions*). Di indonesia masalah daya saing merupakan masalah menarik dan dipandang perlu untuk dikaji mengingat dampaknya yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat kedepan.⁵⁴

Indonesia membuat lompatan signifikan dalam daya saing di tingkat dunia dengan menempati urutan 34 dari 114 negara. Dalam laporan daya saing global (*The Global Compettiveness Repost/ GCR*) tahun 2014-2015 yang dimuat di *website World Economic*

⁵² Siti Umayah, *Upaya Guru dan Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah*, 260-261.

⁵³ Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 184.

⁵⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 98.

Forum (WEF). Posisi daya saing Indonesia membaik dibandingkan laporan yang sama tahun 2013-2014, pada posisi 38. Sebelumnya, dalam laporan tahun 2012-2013 Indonesia berada pada posisi 50. Naiknya ranking indeks daya saing Indonesia pada periode ini dikarenakan perbaikan di beberapa kriteria seperti infrastruktur dan konektivitas, kualitas tata kelola sektor swasta dan publik, efisiensi pemerintahan, dan pemberantasan korupsi. Oleh karena itu dengan adanya daya saing dalam pendidikan, sekolah-sekolah yang ada pada saat ini akan berkompetensi memperbaiki dan memajukan kualitas sekolah mereka masing-masing dengan program peningkatan mutu.⁵⁵

Kaitannya dengan daya saing, seperti diketahui bahwa sekolah merupakan bagian tak terpisahkan dari sistem pendidikan nasional. Peningkatan mutu, kualitas, dan kinerja layanan pendidikan adalah tuntutan bagi lembaga pendidikan dalam konteks pendidikan dasar dan menengah untuk mengacu pengelola, penyelenggara, dan satuan pendidikan agar dapat meningkatkan kinerjanya dalam memberikan layanan pendidikan yang bermutu maka ditetapkan Standar Nasional pendidikan. Standar Nasional Pendidikan berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pendidikan dalam rangka mewujudkan pendidikan nasional yang bermutu.⁵⁶

⁵⁵ Sulistya Umie Rukmanasari, "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan", *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Volume 3 Nomor 1, (Juli-Desember 2016), 23-24.

⁵⁶ Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, 236.

Standar Nasional Pendidikan diatur dalam PP Nomor 19 tahun 2005 tetapi sudah diperbarui dan diubah dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan. ada delapan standar yang diatur dalam Standar Nasional Pendidikan, yaitu standar Isi, standar kelulusan, standar proses, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian.⁵⁷

Kedelapan Standar Nasional Pendidikan tersebut merupakan kriteria minimal mutu pendidikan dalam sistem pendidikan diseluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, oleh karena itu sebuah lembaga pendidikan harus terus berusaha meningkatkan dan memenuhi standar nasional tersebut.⁵⁸

d. Penerapan Strategi Daya Saing

Ada beberapa faktor yang perlu adanya strategi untuk meningkatkan daya saing sekolah, yaitu:

- 1) Meningkatkan peran aktif warga sekolah, salah satu strategi yang harus dikembangkan dan diterapkan di lingkungan sekolah untuk meningkatkan daya saing sekolah adalah dengan meningkatkan peran aktif warga sekolah pada setiap kegiatan yang diselenggarakan sekolah/madrasah.

⁵⁷ Mochammad Hermanto, "Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah (Studi Multi Situs di SD Islam An-Nur dan SDIQ Al-Bahjab Karangrejo)", 71.

⁵⁸ Mochammad Hermanto, 237.

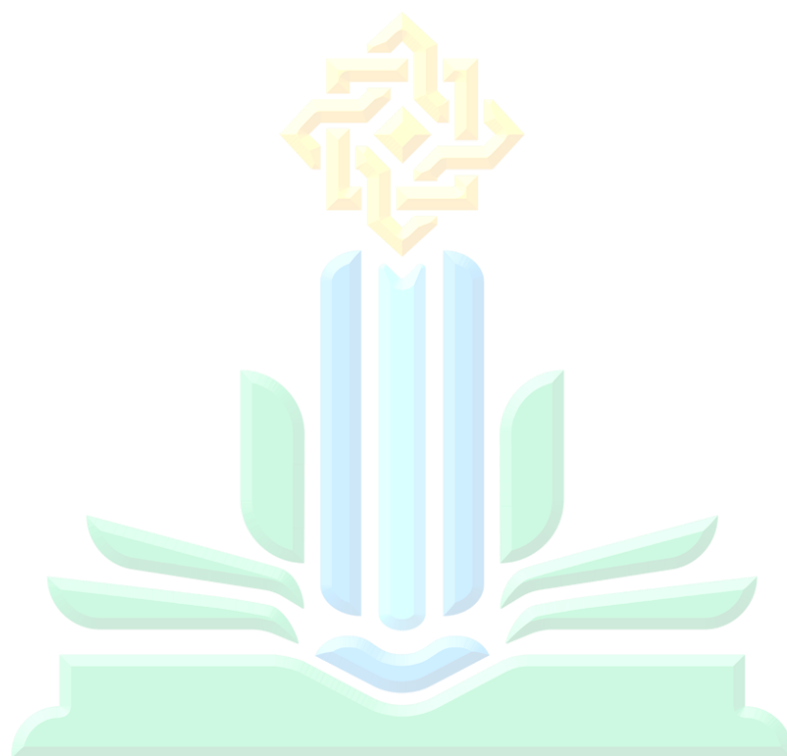
2) Meningkatkan peran aktif orang tua siswa, orang tua siswa merupakan kolega kita dalam penyelenggaraan proses pendidikan dan pembelajaran untuk anak didik. Orang tua adalah pihak yang secara penuh menyerahkan proses pendidikan dan pembelajaran anak-anaknya ke sekolah dengan harapan dapat memperoleh pengembangan kemampuan, baik kemampuan afekif, kognitif, maupun psikomotorik.

3) Meningkatkan peran masyarakat, masyarakat adalah komunitas dan habitat dimana sekolah menyelenggarakan proses pendidikan dan pembelajaran. masyarakat menjadi kolega utama bagi sekolah untuk mengupayakan pencapaian tujuan sekolah. Dalam konteks lainnya, masyarakat adalah wilayah kerja sekolah. Sebagai kolega, keberadaan masyarakat bagi sekolah merupakan lahan untuk mengaktualisasi diri dan mengimplementasikan diri dan mengimplementasikan segala

program yang disusun bersama warga sekolah. Dengan adanya masyarakat, sekolah dapat menyelenggarakan proses pendidikan dan pembelajaran secara optimal.

4) Meningkatkan peran serta dunia usaha dan dunia industri, salah satu *stakeholder* yang berkaitan dengan proses pendidikan dan hasilnya adalah dunia usaha dan dunia industri. Keduanya merupakan *stakeholder* yang menjadi mitra dalam pemberdayaan lulusan sekolah. Dunia usaha dan dunia industri

merupakan wahana bagi lulusan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan hasil mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran disekolah/madrasah.⁵⁹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁵⁹ Mohammad Sahroni, *Analisis dan Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, 250.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengambil pendekatan kualitatif dengan maksud menggambarkan atau menjelaskan masalah dan fokus penelitian. Yang mana menurut peneliti menunjukkan bahwa dalam pendekatan kualitatif sangat berguna untuk menganalisis konteks penelitian pada penelitian ini. Berdasarkan data induktif, penelitian kualitatif ini mengembangkan konsep yang menekankan proses dari pada hasil.

Adapun jenis penelitian menggunakan jenis penelitian studi kasus. Studi kasus ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan peneliti untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang terjadi. akan tetapi, meskipun tidak ada masalah, sesuatu bisa dijadikan kasus karena keberhasilan atas keunggulannya.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini pada tanggal 13 Juli 2021 mengambil lokasi MI At-Taqwa Bondowoso yang beralamatkan JL. Letnan Sutarman No. 80 Kotakulon, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur, 68217. Lokasi tersebut dipilih dengan beberapa pertimbangan, diantaranya:

1. MI At-Taqwa Bondowoso merupakan lembaga pendidikan formal berstatus swasta yang memiliki tempat atau lokasi yang strategis serta gedung yang berjumlah dua dengan nuansa keindahan yang mana masing-masing gedung terdapat hiasan menarik didalam kelasnya

sehingga dapat mendukung proses belajar mengajar dengan tujuan dapat membangun imajinasi yang baik.. selain gedung yang memiliki nuansa keindahan disetiap kelasnya harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan serta sarana dan prasarana yang diberikan juga sesuai dengan kebutuhan dalam proses belajar mengajar. Mulai dari tempat dan harga yang disajikan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, MI At-Taqwa pada segi produknya pun menyediakan beberapa produk pendidikan yang dikemas dalam bentuk sistem pendidikan ala pesantren. MI At-Taqwa Bondowoso terus berkembang dan mendapat pengakuan dan kepercayaan masyarakat baik ditingkat kabupaten, provinsi, Nasional. Hal tersebut ditunjukkan dengan beberapa prestasi yang di raih baik ditingkat regional maupun nasional. Prestasi yang diraih oleh MI At-Taqwa Bondowoso yakni sebagai Nominator dalam kategori Madrasah Religi pada Lomba Inovasi Pengelolaan Madrasah (LIPM) Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

2. MI At-Taqwa Bondowoso juga mampu meraih prestasi pada jalur pendidikan umum tidak hanya pada pendidikan agama islam. Prestasi yang diraih salah satunya adalah pada KSM (Kompetisi Sains Madrasah) tingkat Nasional yang diselenggarakan di Manado memperoleh perunggu pada ajang perlombaan tersebut.
3. MI At-Taqwa dalam hal pemasaran madrasahnyanya sangatlah dikenal dengan baik karena MI At-Taqwa ini dalam proses mempromosikan atau

memperkenalkan madrasahny sesuai dengan keadaan yang ada dimadrasahny. Yang mana dalam melakukan promosi madrasahny tidak hanya melibatkan orang-orang didalam madrasah saja, melainkan juga melibat beberapa peran wali murid dan beberapa angkutan umum seperti tukang becak dan angkot yang tujuan transportasinya pada daerah-daerah pelosok desa.

C. Subyek Penelitian

Dalam subyek penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* merupakan sumber data yang dipilih melalui pertimbangan serta tujuan tertentu. Yang dimaksud disini yakni orang-orang yang dianggap mampu memberikan informasi terkait situasi sosial yang ada didalam lokasi penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dijadikan subyek pada penelitian ini, diantaranya:

1. H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I. (Kepala Madrasah MI-At-Taqwa Bondowoso)
2. Nuhan Ismail Saleh, S.Pd.I. (Waka Kesiswaan MI At-Taqwa Bondowoso)
3. Ach. Norkhotim, S.Pd.I. (Waka Humas MI At-Taqwa Bondowoso)
4. Alvin Amrina Rosyada, Hafidzah Zuhrah Abdillah, Dian Fudi Nabila, Dzakiyah Afifatunnisa (Siswi kelas 6D MI At-Taqwa Bondowoso)
5. Diana Rosyidah, Halimatus Sa'diah, dan kurniadi (Masyarakat atau Orang tua siswa).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang relevan dan memenuhi standar data yang ditetapkan. Karena penelitian ini merupakan penelitian studi kasus maka untuk memperoleh data kemudian peneliti menggunakan beberapa teknik, diantaranya:

1. Observasi

Dalam hal ini jenis observasi yang peneliti gunakan adalah observasi berperan serta (*Participant Observation*) bersifat pasif. Maksudnya peneliti mengamati secara langsung kegiatan strategi pemasaran MI At-Taqwa Bondowoso, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Adapun tujuan dilakukannya metode observasi ini adalah untuk mendapatkan data tentang:

- a. Strategi bauran pemasaran tempat MI At-Taqwa Bondowoso
- b. Strategi bauran pemasaran promosi MI At-Taqwa Bondowoso
- c. Strategi bauran pemasaran harga MI At-Taqwa Bondowoso
- d. Strategi bauran pemasaran produk MI At-Taqwa Bondowoso

2. Wawancara

Pada penelitian yang menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat melakukan wawancara dengan mengadakan Tanya jawab secara lisan serta dilakukan secara tatap muka dengan informan dengan menggunakan panduan wawancara. Adapun wawancara yang peneliti gunakan adalah jenis wawancara semi terstruktur yang bertujuan untuk menggali

permasalahan secara lebih mendalam dengan melibatkan subyek penelitian yang sudah ditentukan yaitu kepala sekolah, waka kesiswaan, waka humas, siswa dan siswi, serta wali murid (orang tua siswa).

Adapun data yang diperoleh oleh peneliti saat melakukan wawancara adalah:

- a. Strategi bauran pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso
 - b. Strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso
 - c. Strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso
 - d. Strategi bauran pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso
3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh catatan-catatan peristiwa penting yang telah diarsipkan baik dalam bentuk tulisan maupun gambar. Adapun beberapa dokumentasi yang peneliti peroleh dilokasi penelitian diantaranya:

- a. Strategi bauran pemasaran tempat madrasah
 - 1) Letak lokasi madrasah dilihat pada google maps
 - 2) Gedung madrasah satu (Barat) dan Gedung Madrasah dua (Timur)
 - 3) Sarana dan Prasarana yang menunjang kegiatan belajar mengajar

- b. Strategi bauran pemasaran promosi madrasah
 - 1) Media cetak (brosur dan spanduk)
 - 2) Media Online (Facebook, Instagram, dan website)
- c. Strategi bauran pemasaran harga madrasah
 - 1) Rincian Biaya Daftar Ulang
 - 2) I'tanah Syariah (SPP Bulanan)
 - 3) Data penentuan Segmentasi Pemasaran Harga
- d. Strategi bauran pemasaran produk madrasah
 - 1) Ciri khas madrasah
 - 2) Program unggulan madrasah
 - 3) Kualitas guru
 - 4) Struktur organisasi
 - 5) Data pendidik dan tenaga kependidikan
 - 6) Data jumlah siswa dan siswi
 - 7) Data ekstrakurikuler madrasah

E. Analisis Data

Diperlukannya analisis data adalah sebagai tindak lanjut dalam proses pengolahan data, untuk dapat memecahkan masalah berdasarkan data yang diperoleh. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles, Huberman dan Saldana, yang mana dalam analisis data ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam waktu tertentu. Disaat wawancara, peneliti telah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh narasumber. Jika telah

dianalisis jawaban yang diberikan narasumber kurang memuaskan, maka peneliti melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu dan diperoleh data yang dianggap kredibel.⁶⁰

1. Kondensasi Data

Kondensasi data adalah suatu proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, serta mentransformasikan data yang terdapat dalam catatan lapangan atau transkrip.⁶¹

a. Menyeleksi

Di tahap ini peneliti harus mampu memilih serta menentukan mana saja data yang penting dan tidak penting, yang mana pada tahap ini peneliti hanya membatasi data berdasarkan rumusan masalah, yakni bagaimana strategi bauran pemasaran produk madrasah, bagaimana strategi bauran pemasaran harga madrasah, serta bagaimana strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

b. Memfokuskan

Pada tahap ini peneliti hanya memfokuskan yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan lanjutan dari tahap seleksi data. Seperti yang dikatakan Miles dan Huberman bahwa memfokuskan data adalah bentuk dari pra analisis. Maka dari itu peneliti membatasi data berdasarkan rumusan masalah penelitian.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 246.

⁶¹ Miles, Huberman dan Saldana, *Qualitative Data Analysis* (America: SAGE Publications, 2014), 12.

c. Mengabstraksikan

Tahap ini merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka membuat sebuah rangkuman yang inti proses pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Dalam tahap ini data yang terkumpul di analisis, terlebih yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data.

d. Menyederhanakan dan Mentransformasikan

Pada tahap ini data penelitian ditransformasikan dengan cara di seleksi dengan ringkasan atau diuraikan secara singkat, dan nantinya data yang diperoleh disederhanakan dan digolongkan dalam satu pola yang lebih luas dan sebagainya.

2. Penyajian Data

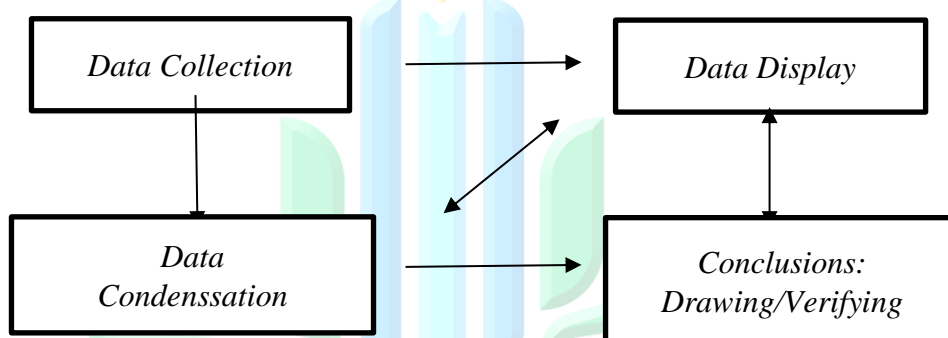
Setelah data di kondensas, maka tahap selanjutnya yakni mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kegiatan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.⁶²

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 249.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dan penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.⁶³

Berikut beberapa komponen analisis data model interaktif sesuai teori Miles, Huberman dan Saldana:



Gambar 3.1

Komponen dalam analisis data model Interaktif⁶⁴

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi diartikan sebagai pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Dengan ini peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dari beberapa sumber data. Tujuan dari triangulasi ini menurut Susan Stainback yakni bukan untuk mencari suatu kebenaran terkait fenomena yang terjadi,

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 252.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 247.

melainkan lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah di temukan.⁶⁵

Triangulasi sumber yakni peneliti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda namun dengan teknik yang sama. Sedangkan triangulasi teknik yakni peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda guna untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁶⁶

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan penelitian ini merupakan rencana dalam menyusun langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti, yang meliputi tahap pra lapangan, tahap kegiatan lapangan dan tahap analisis data.

1. Tahap pra lapangan, yang dilakukan pada tanggal 13 Juli 2021 yakni tentang orientasi yang meliputi kegiatan penentuan fokus penelitian, penyesuaian paradigma dengan teori serta disiplin ilmu, peninjauan dengan MI At-Taqwa Bondowoso. Penyusunan usulan penelitian dan seminar proposal penelitian, selanjutnya dilanjutkan dengan mengurus perizinan penelitian kepada subyek penelitian.
2. Tahap kegiatan lapangan, yang dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2022 yakni tahap yang meliputi pengumpulan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yaitu strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing di MI At-Taqwa Bondowoso.
3. Tahap analisis data, yang dilaksanakan pada tanggal 18 September 2022 yakni tahapan yang meliputi kegiatan mengolah dan mengorganisir data

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 241.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 241.

yang didapatkan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi, setelah itu dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti. Kemudian melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data dan metode yang digunakan untuk memperoleh data sebagai data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

MI. At-Taqwa adalah lembaga pendidikan yang dilahirkan dari hasil Riyadhah dan ikhtiar para ulama di Bondowoso khususnya para Kyai yang ada di Masjid Agung At-Taqwa diantaranya, KH. Masyur Masyhud, KH. Imam Barmawi Burhan, KH. M. Kholil Syafi'I, KH. SA. Khodari HS, KH. Achmad Shodiq, KH. Anwar Adnan, merupakan sosok dan tokoh kunci sukses berdirinya lembaga pendidikan di At Taqwa. Adalah KH. Masyur Masyhud orang pertama yang dengan keteguhan, kerja keras dan tauladan yang diberikannya, maka berdirilah MI At-Taqwa pada tahun 1994 yang terus menoreh sukses hingga sekarang.

Dengan komitmen untuk memberikan pendidikan alternatif yang mengedepankan akhlaqul karimah, maka konsentrasi pendidikan di MI. At-Taqwa tidak hanya sekedar pada proses pencerdasan intelektual (IQ) pada ranah kognitif saja, tapi juga pada kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ).

Beberapa program rutin yang membuktikan komitmen tersebut diantaranya adalah, pembiasaan sholat berjamaah, yaitu sholat dhuha dan sholat dzuhur, pembacaan ayat-ayat suci al-quran di setiap awal pembelajaran bagi siswa dan guru. Terdapat pula beberapa rangkaian kegiatan yang bertujuan meningkatkan spiritualitas siswa, guru, serta wali

siswa yaitu pengajian, Sholat Hajat dan Istigosah bersama yang dilaksanakan sebulan sekali setiap malam Sabtu.

Sistem pendidikan ala pesantren yang diterapkan di MI At-Taqwa turut menambah peningkatan kemampuan siswa yang tidak hanya mampu di bidang IPTEK, namun lebih dari itu memiliki kepribadian yang kuat dilandaskan pada tuntunan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan terbaik bagi umat.

Kini MI At-Taqwa Bondowoso terus berkembang dan mendapat pengakuan dan kepercayaan masyarakat baik di tingkat Kabupaten, Provinsi, Nasional. Hal tersebut ditunjukkan dengan beberapa prestasi yang diraih baik di tingkat regional maupun nasional.

2. Profil Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

Tabel 4.1

Profil MI At-Taqwa Bondowoso

Nama Madrasah	: MI At-Taqwa Bondowoso
Status	: Swasta – Terakreditasi A
Tahun Berdiri	: 1994
NSM / NPSN	: 111235110003 / 60716082
Nama Yayasan Penyelenggara	: At – Taqwa
Alamat Sekolah	: Jalan Letnan Sutarman No. 08
Kelurahan	: Kotakulon
Kecamatan	: Bondowoso
Kabupaten	: Bondowoso
Propinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 68213
Telepon	: 0332 – 423247
Email	: miabond94@gmail.com

Website	: www.miaattaqwabondowoso.sch.id
Status Tanah	: -
Luas Tanah	: 2.500 m ²
Kepala Sekolah	
Nama	: H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I
NIP	: 197506272005011002
Alamat Rumah	: Jl. Santawi Gang Masjid Al Ikhlas No.14 Nangkaan Bondowoso
No. HP	: 085 257 681 618
Waktu Penyelenggara	: Pagi

Sumber: *Dokumentasi dan Arsip Profil Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso*⁶⁷

3. Visi, Misi dan Motto Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso adalah sebuah lembaga pendidikan swasta yang berbasis islam yang memiliki visi dan misi madrasah untuk dapat dijadikan sebagai kebijakan guna mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan.

a. Visi MI At-Taqwa Bondowoso

Visi Madrasah adalah moral yang dijadikan dasar atau rujukan dalam menentukan tujuan atau keadaan masa depan sekolah yang secara khusus diharapkan oleh sekolah. Visi sekolah merupakan turunan dari visi pendidikan Nasional, yang dijadikan dasar atau rujukan untuk merumuskan misi, tujuan sasaran untuk pengembangan sekolah di masa depan yang di impikan dan terus terjaga kelangsungan hidup dan perkembangannya.

⁶⁷ MI At-Taqwa Bondowoso, “*Dokumentasi dan Arsip Profil Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso*”, 2022. 19 Agustus 2022.

Adapun visi MI At-Taqwa Bondowoso adalah “*Terwujudnya Generasi Yang mantap Aqidahnya, Khusyu’ Ibadahnya, Cerdas Akal Fikirannya, Luas dan Luwes Pergaulannya serta Terpuji Akhlaqnya*”

Berikut ini beberapa indikator pencapaian visi MI At-Taqwa Bondowoso:

- 1) Memperbaiki bacaan Al Quran (*Tahsinul Qiroah*)
- 2) Memantapkan Iman (*Ad Dien*)
- 3) Mengembangkan intelektual (*Al Aql*)
- 4) Membangun Karakter (*Al Haya’*)
- 5) Meraih Prestasi (*Al Amalussholih*)
- 6) Memupuk sikap terpuji (*Al Adab*)

b. Misi MI At-Taqwa Bondowoso

Dalam upaya mewujudkan visi tersebut di atas, Misi MI At-Taqwa Bondowoso sebagai berikut :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang berorientasi pada terbentuknya peserta didik yang beriman, bertaqwa, dan berakhlaq mulia atas dasar nilai-nilai Islam ala *Ahlus Sunnah Wal Jama’ah* an Nahdliyah
- 2) Menerapkan manajemen pendidikan yang profesional untuk mengembangkan intelektual peserta didik yang siap berkompetisi dan berprestasi.
- 3) Membangun kultur keteladanan, kebersamaan, kedisiplinan, dan keikhlasan dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

4) Berorientasi masa depan yang lebih baik, lebih bermakna, lebih bermanfaat dengan tujuan menjadi orang yang mulia dunia dan mulia akhirat.

c. Motto MI At-Taqwa Bondowoso

Setiap madrasah atau sekolah tentunya memiliki motto yang akan digunakan sebagai penyemangat dalam mencapai visi maupun misi yang ada di madrasah tersebut. Motto dari MI At-Taqwa Bondowoso sendiri adalah:

“Menjaga tradisi lama yang baik dan mengambil perkembangan baru yang lebih baik”.

4. Tujuan MI At-Taqwa Bondowoso

Tujuan madrasah sebagaimana uraian visi dan misi tersebut yakni Membekali Peserta Didik :

a. Membentengi aqidah siswa dan siswi serta *stakeholder* madrasah khususnya dan masyarakat Bondowoso pada umumnya dengan aqidah

Ahlu Sunnah Wal Jamaah an Nahdliyah.

b. Memiliki kemampuan dan kesadaran melaksanakan ibadah kepada Allah SWT.

c. Memiliki ilmu dan pengetahuan yang luas sebagai bekal kehidupannya

d. Membiasakan diri mewujudkan pola hidup Islami serta mampu berperilaku yang baik sebagai cermin akhlaqul karimah di lingkungannya.

- e. Membekali siswa untuk siap berkompetisi meraih prestasi duniawi dan ukhrowi.

5. Letak Geografis MI At-Taqwa Bondowoso

MI At-Taqwa Bondowoso memiliki 2 gedung yang berlokasi berbeda dimana lokasi madrasah gedung 1 (Gedung Barat) terletak di bagian tengah kota Bondowoso tepatnya di jalan Letnan Sutarman Nomor 08, Kotakulon, Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Provinsi Jawa Timur. Madrasah Gedung 1 ini berdekatan dengan alun-alun Bondowoso, berdampingan dengan Kodim 0822 Bondowoso dan SDN Kotakulon 1. Sedangkan lokasi madrasah gedung 2 (Gedung Timur) terletak di bagian timur kota Bondowoso tepatnya di jalan HOS Cokroaminoto, Kademangan, Kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso Provinsi Jawa Timur. Madrasah gedung 2 ini berdekatan dengan MTS At-Taqwa Bondowoso dan STAI At-Taqwa Bondowoso, serta berseberangan dengan Rumah Sakit Mitra Medika Bondowoso.⁶⁸

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis merupakan hasil dan penelitian yang dilakukan di MI At-Taqwa Bondowoso. Data ini diperoleh berdasarkan observasi, wawancara, dengan kepala madrasah dan beberapa informan lainnya, analisis terhadap pendidik di madrasah, sampai dengan dokumentasi yang sesuai dengan fokus penelitian berikut.

⁶⁸ MI At-Taqwa Bondowoso, "Letak Geografis MI At-Taqwa Bondowoso," 19 Agustus 2022.

1. Strategi Bauran Pemasaran Tempat Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Pada konteks lembaga jasa pendidikan *place* adalah lokasi sekolah berada, dimana sekolah berdiri dan melangsungkan kegiatannya. Tempat merupakan hal utama yang dilihat oleh pengguna jasa pendidikan, apakah tempat tersebut berada di lokasi yang strategis, apakah tempat tersebut memiliki suasana halaman yang rindang, ruang kelas yang indah dan ventilasi yang cukup sehingga oksigen masuk dengan menimbulkan kesejukan disaat proses pembelajaran berlangsung, dan apakah tempat tersebut berada di lokasi yang memiliki tingkat keamanan yang kondusif saat digunakan untuk proses pembelajaran. Sehingga hal ini sangat penting diperhatikan agar pemberian layanan pendidikan sesuai dengan keinginan pengguna jasa pendidikan.

Berdasarkan observasi peneliti strategi bauran pemasaran tempat di MI at-Taqwa dalam meningkatkan daya saing adalah lokasi atau tempat MI At-Taqwa ini sudah sangat terbilang strategis sehingga mudah di jangkau oleh semua kendaraan. Selain itu letak geografisnya berada di tengah-tengah kota dan merupakan jalan raya utama dan ramai akan pengguna jalan lainnya. Suasana pada gedung satu dan dua memiliki tingkat kesejukan yang sama, dimana pada gedung satu pada halaman madrasah nya tertutup kanopi yang menghindari masuknya sinar matahari secara langsung, pada gedung dua terdapat beberapa pohon yang ditanam untuk mendapatkan kerindangan dan oksigen yang cukup untuk masuk

ke setiap kelasnya, serta keindahan disetiap kelasnya yang memiliki hiasan yang menarik dan menambah nuansa kelas yang dapat membangun imajinasi yang baik pada saat proses pembelajaran berlangsung. Gedung barat dan gedung timur sama-sama dilengkapi kamar mandi yang cukup banyak dan ada disetiap lantainya sehingga memudahkan siswa dan siswi untuk ke kamar mandi. Selain itu untuk tingkat keamanan di MI At-Taqwa Bondowoso ini sangatlah aman karena bersampingan dengan kantor kodim 0822 dan berdekatan dengan kompetitor sekolah dasar lainnya.⁶⁹

Hal ini sesuai dengan pendapat dari ustadz Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso, yang mengemukakan bahwa:

Lokasi atau tempat MI At-Taqwa ini mulai dari gedung satu dan gedung dua menurut saya sudah sangat strategis karena letaknya dipinggir jalan dan berada di jantung kota. Untuk tingkat kamanan dan kenyamanannya MI At-Taqwa ini aman dan nyaman bisa dilihat dari pendaftar ditahun 2022/2023 ini sudah mencapai 1810 yang membuktikan bahwa madrasah ini sudah aman dalam pantauan ketat oleh seluruh pendidik serta pemberian kenyamanan fasilitas yang menunjang sehingga dapat memenuhi proses belajar mengajar. Selain itu bisa dilihat outputnya setelah anak-anak lulus kembali kerumahnya orang tua tidak susah-susah menyuruh untuk sholat karena anak tersebut sudah bisa memanage waktunya sendiri.⁷⁰

Pendapat tersebut selaras dengan pendapat yang disampaikan oleh ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan:

⁶⁹ Obsevasi di MI At Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

⁷⁰ Mohammad Zakariyah di wawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

Kalau urusan strategis menurut saya itu tergantung rasa, kadang banyak orang menilai tempat strategis itu merupakan tempat yang ramai dengan kendaraan akan tetapi dimanapun tempatnya jika memang memberikan pelayanan dengan baik maka akan semakin banyak yang menggunakan jasa pendidikan di madrasah tersebut, dan alhamdulillahnya MI At-Taqwa ini kan mempunyai dua gedung yang jaraknya berjauhan, akan tetapi antara gedung satu dan dua ini masih sangatlah strategis karena berada di pusat kota dan keramaian kendaraan. Untuk tingkat kemanan dan kenyamanan MI At-Taqwa ini bisa dibilang aman ya aman walaupun dekat dengan jalan raya yang ramai kendaraan sehingga mudah adanya kecelakaan akan tetapi kita sebagai guru selalu waspada dan hati-hati dalam menjaga anak didik. Namun dengan letaknya madrasah yang bertepatan di pinggir jalan raya tidak menutup kemungkinan adanya kebisingan kendaraan, akan tetapi sejauh ini tidak begitu mengganggu proses pembelajaran karena kelas yang memiliki 3 lantai sehingga minim suara terdengar dari luar. Kalau kenyamanannya ini nyamanlah buat digunakan belajar, ruang kelasnya yang cukup luas, hiasan-hiasan setiap kelas itu bagus-bagus hasil dari kreasi anak-anak sendiri, sehingga dengan adanya seperti tercipta suasana yang indah dan menambah semangat anak-anak untuk belajar lebih giat lagi.⁷¹

Sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Dzakiyah Afifatunnisa salah satu siswi dari kelas 6D di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan:

Menurut saya ya kak, jarak rumah saya dengan madrasah ini lumayan jauh, tetapi masih bisa dijangkau pakai angkot yang menjemput khusus daerah rumah saya, tempat berhentinya angkotnya waktu digedung barat juga tidak terlalu jauh dari madrasah, apalagi di gedung dua ini yang langsung berhenti didepan madrasah. Kalau tentang ruangan kelas digedung barat sama timur itu sama enakya kak, ruangan kelasnya juga luas, trus banyak hiasan kreasi dari kita sekelas kak, jadi kelasnya terlihat bagus, selain itu juga bersih kan kita ada jadwal piketnya untuk membersihkan kelas. Kalau halaman gedung barat enak juga tidak panas kalau lagi upacara dan main, kalau halaman gedung timur agak panas tapi karna ada pohonnya jadi masih ada sedikit buat berteduh waktu panas.⁷²

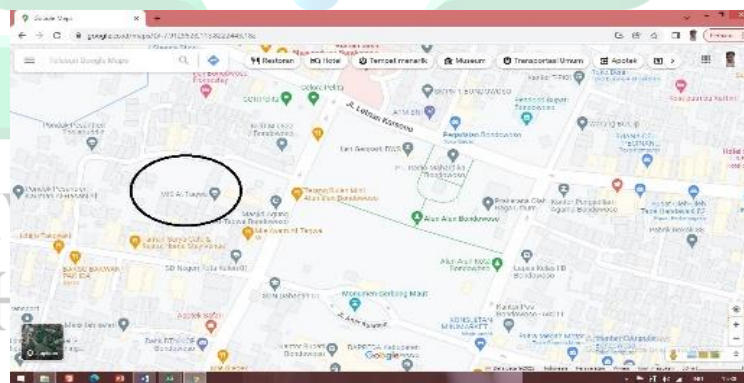
⁷¹ Nuhan Ismail Saleh, di wawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

⁷² Dzakiyah Afifatunnisa, di wawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 7 September 2022.

Selaras dengan pendapat dari adik Alvin Amrina Rosyada dan Hafidzah Zuhrah Abdillah yang merupakan siswi dari kelas 6D yang berpendapat bahwa:

Kalau katanya saya ya kak, ruangan kelasnya itu sejuk dan terang, karena kan jendela banyak dan ada kipasnya juga, trus setiap kelasnya itu kan banyak kreasi-kreasi dari kita, jadi setiap kelas itu bagus-bagus kerajinannya, dengan adanya kerajinan itu membuat kelas kita ini terlihat indah untuk dipandang dan buat kita itu semangat belajar, untuk kamar mandinya juga enak kak, kan kita dilantai 3, nah kamar mandinya itu juga ada di lantai 3 dekat tangga, jadi kita tidak usah jauh-jauh ke lantai 1, itupun kamar mandinya juga ada 2 setiap lantai.⁷³

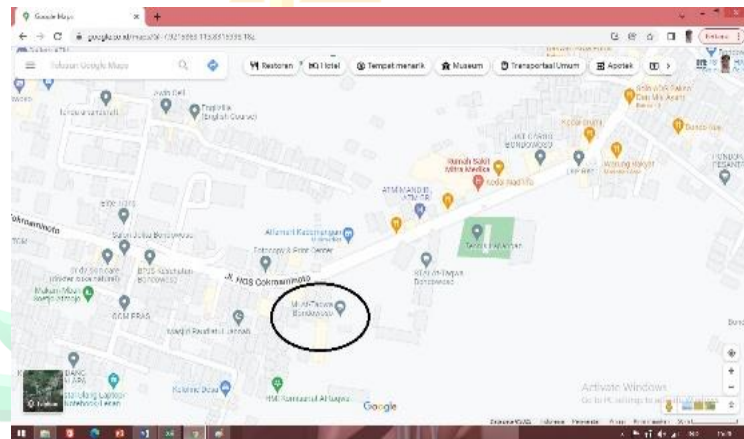
Dari beberapa hasil wawancara dan observasi tersebut dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi lokasi atau tempat MI At-Taqwa mulai dari gedung satu dan gedung dua yang berlokasi sangat strategis atau mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi dan angkutan umum lainnya.



⁷³ Alvin Amrina Rosyada dan Hafidzah Zuhrah Abdillah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 7 September 2022.



Gambar 4.1
Lokasi Gedung Satu (Barat)⁷⁴



Gambar 4.2
Lokasi Gedung Dua (Timur)⁷⁵

⁷⁴ Dokumentasi Penelitian, didokumentasikan pada 15 September 2022.

⁷⁵ Dokumentasi Penelitian, didokumentasikan pada 15 September 2022.

Pada gambar diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi atau tempat MI At-Taqwa sudah sangat strategis, hal itu bisa dikatakan karena lokasi atau tempat MI At-Taqwa mulai dari gedung satu dan dua ini berada di jantung kota, kemudian akses jalannya itu merupakan jalan raya utama, walaupun berada di jalan raya utama juga sangat jarang terjadi kemacetan. Selain itu suasana pada gedung satu dan dua memiliki tingkat keindahan masing-masing, pada gedung satu halaman yang luas dengan tertutup oleh kanopi dapat menghindari masuknya matahari secara langsung dan terhindar dari percikan air disaat hujan datang, pada gedung dua halaman madrasah terdapat beberapa tanaman pohon yang dapat menaungi dari paparan sinar matahari khususnya pada lantai satu serta oksigen yang dihasilkan beberapa pohon tersebut mampu memberikan kesejukan pada setiap ruangnya, dan setiap ruang kelasnya pada gedung satu maupun gedung dua sama-sama memiliki ventilasi yang cukup, dan hiasan dalam kelas yang menarik dan mampu memberikan nuansa yang dapat mengembangkan imajinasi dan juga mampu meningkatkan semangat belajar siswa.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti mengenai strategi bauran pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah dengan keadaan tempat atau lokasi yang digunakan MI At-Taqwa Bondowoso ini sangat strategis, suasana madrasah dengan kesejukan dan keindahan yang ada di masing-masing gedung madrasah, maka dari itu

tempat yang strategis dan suasana yang sejuk dan indah inilah yang menjadi strategi bagi madrasah dalam memasarkan madrasahnyanya bahwasannya tempat MI At-Taqwa ini sangat mudah dijangkau oleh angkutan umum ataupun kendaraan pribadi, serta kesejukan dan keindahan yang ada didalam madrasah mampu memberikan kenyamanan sendiri bagi setiap orang-orang yang ada didalam madrasah tersebut. Selain itu tempat MI At-Taqwa ini juga bisa dikatakan kondusif dengan letaknya yang berada ditengah-tengah kota, serta pantauan dari ustadz dan ustadzah yang sangat ketat sehingga membuat madrasah ini bisa memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengguna jasa pendidikan.

2. Strategi Bauran Pemasaran Promosi Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di Mi At-Taqwa Bondowoso

Promosi adalah kegiatan inti bagi aktifitas pemasaran jasa pendidikan untuk memperkenalkan serta menyalurkan informasi kepada masyarakat sebagai konsumen jasa pendidikan dengan melakukan kegiatan promosi periklanan. Adapun beberapa hal yang dipromosikan oleh MI At-Taqwa Bondowoso yakni mengenai keunggulan tempat madrasah, harga yang bersaing, dan produk unggulan ala pesantren.

Berikut merupakan beberapa promosi yang digunakan oleh MI At-Taqwa Bondowoso:

a. Media Cetak

MI At-Taqwa Bondowoso menggunakan beberapa media cetak sebagai promosi jasa pendidikan, antara lain:

1) Brosur

Brosur merupakan salah satu media cetak yang digunakan MI At-Taqwa Bondowoso dalam menyalurkan informasi tentang madrasah kepada masyarakat. Brosur yang disebarakan kepada masyarakat didalamnya menginformasikan visi misi sekolah, sistem kegiatan belajar mengajar di MI At-Taqwa Bondowoso, program unggulan, fasilitas, kegiatan pengembangan diri atau ekstrakurikuler, syarat-syarat pendaftaran, syarat-syarat penerimaan calon siswa baru, foto kegiatan siswa, dan rincian biaya pendaftaran hingga biaya masuk ke MI At-Taqwa Bondowoso. Berikut adalah bentuk dari brosur yang digunakan oleh MI At-Taqwa Bondowoso:

MI AT TAQWA BONDOWOSO

PANITIA PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) Tahun Ajaran 2021 - 2022

Ayo...!!! Sekolah Ke MI At-Taqwa

Madrasah Hebat, Bermartabat Berstandart Dunia & Akhirat

MEMBUKA KELAS

- Program Kelas Tahfidz
- Program Kelas Reguler

KEUNGGULAN

KELAS TAHFIDZ

- Touchel yang luas dan nyaman yang memiliki ruang tercemah dalam amalan sholah, keikhlasannya mendorong keikhlasannya para peserta
- Fasilitas membaca al-quran dengan terdapat
- Kelengkapan standar fasilitas belajar-mebel
- Gempur modernisasi dan kelas-kelas (dulu dan sekarang) full
- Hafidh al-quran 10 juz (juz 1-5 dan juz 6-10)
- Hafidh al-quran harian serta dapat mengimamkannya
- Mengajar dan belajar bahasa Arab dan bahasa Inggris dengan menggunakan audio-visual
- Diskon di sekolah lapangan olahraga baik negeri, swasta

KELAS REGULER

- Touchel yang luas dan nyaman yang memiliki ruang tercemah dalam amalan sholah, keikhlasannya mendorong keikhlasannya para peserta
- Fasilitas membaca al-quran dengan terdapat
- Kelengkapan standar fasilitas belajar-mebel
- Gempur modernisasi dan kelas-kelas (dulu dan sekarang) full
- Hafidh al-quran 10 juz (juz 1-5 dan juz 6-10)
- Hafidh al-quran harian serta dapat mengimamkannya
- Mengajar dan belajar bahasa Arab dan bahasa Inggris dengan menggunakan audio-visual
- Diskon di sekolah lapangan olahraga baik negeri, swasta

FASILITAS

KELAS TAHFIDZ

- Berdinding berakrilik setiap hari
- Pemantauan dan evaluasi oleh kerohanian full
- Berdinding berakrilik setiap 24 jam pelajaran setiap minggu
- Ruang belajar full AC
- Team teaching (dua guru pendamping)

KELAS REGULER

- Berdinding berakrilik setiap hari
- Pemantauan dan evaluasi oleh kerohanian full
- Berdinding berakrilik setiap 24 jam pelajaran setiap minggu
- Single sex class untuk kelas di

TEMPAT PENDAFTARAN
KANTOR SEKRETARIAT MI AT TAQWA
Jl. Letnan Sutarnan No.08 Kotakulon Bondowoso

PERSYARATAN

1. USIA MINIMAL 6 TAHUN PER 1 JULI 2021
2. PRONDI ORU BUKU TIKWA
3. FOTOKOPY AKTE KELAHIRAN & KK 1 LEMBAR
4. SURAH KE TERANGAN AKTIF 100% 1 LEMBAR
5. SURAH PENGHUTAN Rp.100.000

WAKTU PENDAFTARAN
Tanggal 8-9 Maret 2021
(Jam 07.00 - 11.00 WIB)

WAKTU PELAKSANAAN TES
Tanggal 3-4 April 2021

MATERI TES

1. BACA AL-QUR'AN
2. BACA, TULIS DAN MENGHITUNG
3. PENGETAHUAN UMUM
4. HAFALAN AL-QUR'AN (khusus Kelas Tahfidz)

NUHAN ISMAIL SALEH, S.Pd.I (085-236-606-470)
YULY SECONDARY, S.Pd (082-931-978-331)

Gambar 4.3
Brosur PPDB MI At-Taqwa Bondowoso⁷⁶

⁷⁶ Dokumentasi Penelitian, didokumentasikan pada 15 September 2022.

Pada gambar diatas, merupakan bentuk brosur yang digunakan oleh MI At-Taqwa sebagai bentuk promosi terhadap masyarakat luas agar jasa pendidikan yang ada di MI At-Taqwa ini dapat diketahui oleh masyarakat. Proses menyebarkan brosur tersebut sudah dilakukan oleh beberapa tim di MI At-Taqwa. Berdasarkan observasi peneliti strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa adalah menggunakan salah satu strategi media cetak yakni menggunakan brosur. Dimana brosur tersebut disebarakan melalui beberapa tim, namun tim tersebut berbeda dengan sekolah lainnya, yakni disebarakan melalui para wali murid hingga juga melibatkan orang-orang terdekat yakni pangkalan becak yang selalu menetap di depan madrasah MI At-Taqwa.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dijelaskan oleh ustadz Mohammad Zakariyah selaku Kepala Madrasah di MI At-

Taqwa yang mengatakan bahwa:

Dalam melakukan promosi ini salah satu media cetak yang kami gunakan adalah brosur, dimana brosur ini kami sebar melalui wali murid ketika pelaksanaan penerimaan hasil belajar siswa. Selain itu kita sebarakan melalui beberapa tim angkutan umum seperti becak dan mobil angkot khusus siswa MI At-Taqwa yang rumahnya berada di pelosok desa. Dari beberapa tim tersebut setiap tahunnya kita beri hadiah sebagai ucapan terima kasih telah membantu dan memberikan antusias terhadap madrasah agar lebih dikenal seluruh masyarakat kota ataupun pelosok desa.⁷⁷

⁷⁷ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

Selaras dengan pendapat yang diberikan oleh ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso berpendapat:

Memang kita menggunakan brosur sebagai bahan dan strategi kita dalam memasarkan atau mengenalkan jasa pendidikan yang ada di madrasah kita ini, tujuannya agar masyarakat diluar sana mengetahui yang sebenarnya tentang jasa pendidikan yang ada di dalam madrasah kita ini. Dan untuk cara menyebarkan disini kita menggunakan wali murid yang utama dan yang kedua kita menggunakan tim angkutan umum. Kalau angkutan umum itu kan dari berbagai desa jadi dari situlah kita memberikan brosur untuk diberitahukan kepada tetangga-tetangga para angkutan umum ini.⁷⁸

2) Spanduk

Spanduk juga merupakan salah satu sarana media cetak untuk melakukan kegiatan promosi MI At-Taqwa Bondowoso. Informasi yang di cantumkan di spanduk tidak jauh berbeda dengan yang ada di brosur.

Berdasarkan prakteknya sebagaimana di nyatakan oleh

ustadz Mohammad Zakariyah selaku Kepala Madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso menyatakan bahwa:

Media cetak selain brosur disini yang digunakan oleh madrasah adalah spanduk atau banner yang dipajang hanya di depan madrasah saja, karena tidak perlu lah kita memasang banyak spanduk cukup dengan membuktikan hasil dari belajar melalui berbagai prestasi di segala event apapun.⁷⁹

⁷⁸ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

⁷⁹ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan dari ustadz Ach.Norkhotim selaku Waka Humas di MI At-Taqwa Bondowoso menyatakan bahwa:

Media cetak berupa spanduk itu hanyalah bentuk dunia nyata semata, namun lebih tepatnya lagi dalam mempromosikan madrasah kita ini jangan hanya mengandalkan dunia nyatanya saja, akan tetapi kita juga lebih mengandalkan kepada Dzat yang menciptakan yaitu Allah SWT. jadi kami seluruh dewan guru beserta jajarannya melaksanakan sholat hajat dan istigotsah bersama ketua yayasan untuk meminta datangkan orang-orang baik dan mau menjadi lebih lagi.⁸⁰

3) Promosi melalui orang tua siswa/ *Word Of Mouth*

Promosi melalui orang tua siswa atau promosi *Word of Mouth* (dari mulut ke mulut) juga salah satu strategi promosi yang terbilang sangat berpengaruh dan bahkan sudah sangat banyak orang menggunakan penyampaian informasi suatu lembaga pendidikan itu melalui strategi WoM (mulut ke mulut) tersebut, sehingga dengan menggunakan strategi promosi WoM ini didalam menarik minat masyarakat sangat terbilang mudah mempengaruhi konsumen lain agar tertarik menyekolahkan anaknya di suatu lembaga pendidikan.

Menurut penuturan ustadz Ach.Norkhotim selaku Waka Humas di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan:

Promosi melalui mulut ke mulut itu bisa dibilang efektif juga meskipun tidak menutup kemungkinan bahwa informasi yang didapat bisa tidak sepenuhnya, tetapi

⁸⁰ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

setidaknya itu memberikan dampak bagi peningkatan peserta didik yang mendaftar. Apalagi di pelosok desa sana yang kekurangan informasi sehingga disitulah kami mempromosikan lewat para sopir mobil angkot yang menjadi langganan bagi siswa MI At-Taqwa Bondowoso. Disitulah merupakan salah satu publikasi kita.⁸¹

Penuturan tersebut sesuai dengan pernyataan Ibu Diana Rosyidah salah satu wali murid dari siswi kelas 5i di MI At-Taqwa menyatakan bahwa:

Dulu sebelum anak saya sekolah di MI At-Taqwa ini, saya mendapatkan beberapa informasi tentang MI At-Taqwa dari tetangga saya yang kebetulan anaknya sudah menjadi alumni di MI At-Taqwa, dan disitulah saya mendapatkan informasi mengenai programnya-programnya, pembelajarannya seperti apa, dan pelayanannya terhadap siswa itu juga seperti apa.⁸²

Hal tersebut juga sesuai dengan penuturan dari ibu Haliamtus Sa'diah salah satu wali murid dari siswa kelas 3G yang menuturkan bahwa:

Awal mula anak saya sekolah di MI At-Taqwa ini berawal dari semua sepupu anak saya ini alumni MI At-Taqwa, karena melihat perkembangan mereka selama belajar di MI At-Taqwa mulai dari baca tulis Al-Qur'annya ini sangat lancar, selalu melaksanakan sholat dhuha, cara bersalaman dengan orang tuanya, dan banyak lagi hal positif yang dijadikan kebiasaan walaupun di luar sekolah, dari situ saya mempunyai keinginan nanti anak saya juga akan di sekolahkan di MI At-Taqwa Bondowoso ini. Selain itu informasi yang lain mengenai tempatnya seperti apa, harganya berapa dan bagaimana cara masuknya, itu semua saya dapat informasinya dari orang tua mereka dan

⁸¹ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

⁸² Diana Rosyidah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

juga mereka selalu menjelaskan dan mengarahkan saya cara mendaftar dan sebagainya.⁸³

b. Media Online

MI At-Taqwa juga melakukan promosi lewat media online dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, Instagram dan youtube. Didalam penyebaran informasi melalui media sosial ini dilakukan oleh seluruh *stakeholder* MI At-Taqwa Bondowoso.

Sebagaimana ungkapan ustadz Mohammad Zakariyah selaku Kepala Madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso mengatakan bahwa:

Seluruh sumber daya kita libatkan dalam promosi digital, mulai dari yayasan, para guru, karyawan, siswa, bahkan wali murid kita mintai tolong untuk memposting pamflet atau kegiatan-kegiatan kita yang tidak ada di sekolah lain. Promosi lewat media sosial ini menurut saya terbilang sangat efektif karena cukup dengan memposting foto atau video yang berisi informasi tentang madrasah, itu sudah dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat bahwasannya MI At-Taqwa ini terdapat program-program yang tidak ada di sekolah lain.⁸⁴

Hal tersebut sesuai juga dengan penuturan dari bapak Kurniadi

salah satu wali murid dari siswi kelas 6D yang menuturkan bahwa:

Sebelum anak saya sekolah di MI At-Taqwa ini, dulu saya mencari beberapa informasi mengenai sekolah-sekolah yang ada di Bondowoso ini lewat media facebook, kan facebook ini media pertama yang digunakan sebelum adanya intagram dan youtube, jadi saya mencari informasi MI At-Taqwa ini di akun facebooknya, dan makin kesini saya lebih mengetahui informasi yang ada didalam madrasah ini di postingan instagram yang selalu memberikan informasi setiap harinya tentang perkembangan madrasah ini, yang mana informasinya

⁸³ Halimatus Sa'diah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

⁸⁴ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

dijadikan dalam bentuk majalah bulletin yang sangat menarik siapapun untuk membacanya, apalagi dilengkapi dengan gambar-gambar yang sesuai dengan narasinya, sehingga membuat mengerti maksud dari apa yang di posting.⁸⁵

Dari beberapa wawancara dan observasi tersebut dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi promosi melalui media sosial, berikut salah satu contoh promosi melalui akun media sosial milik pribadi MI At-Taqwa Bondowoso:



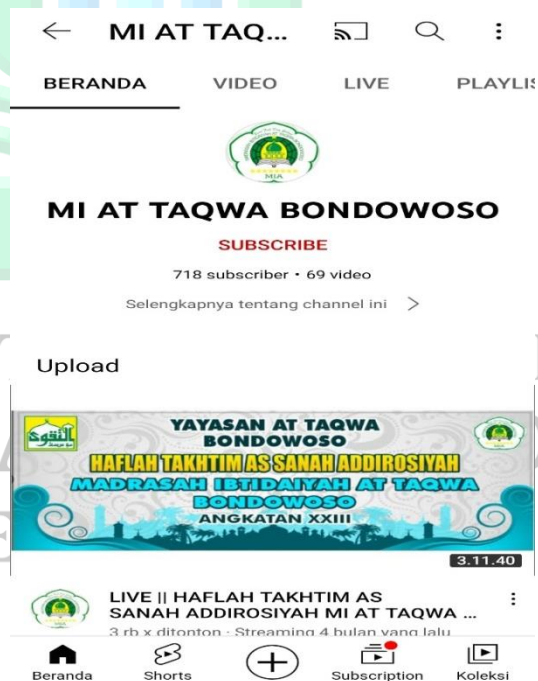
Gambar 4.4
Promosi Media Facebook⁸⁶

⁸⁵ Kurniadi, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

⁸⁶ Dokumentasi Penelitian, Didokumentasikan pada 15 September 2022.



Gambar 4.5
Promosi Media Instagram⁸⁷



Gambar 4.6
Promosi Media Youtube⁸⁸

⁸⁷ Dokumentasi Penelitian, didokumentasikan pada 15 September 2022.

Pada gambar tersebut menunjukkan bahwasannya MI At-Taqwa juga mempromosikan atau memberikan informasi seputar PPDB dan kegiatan-kegiatan madrasah yang menjadi program menarik sampai event-event yang pernah diraih oleh MI At-Taqwa Bondowoso ini semua di informasikan melalui beberapa media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, dan youtube. Masing-masing media sosial memberikan informasi yang akurat mengenai seperti apa tempat atau lokasi madrasah, harga yang diberikan apakah sesuai dengan pelayanannya, dan apa saja produk unggulan yang dimiliki MI At-Taqwa ini.

Dari uraian strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa ini, ada beberapa perbedaan dengan sekolah lainnya. Berdasarkan observasi peneliti strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa terlepas dari

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh MI At-Taqwa dari segi pada umumnya memang menggunakan penyebaran brosur, memasang spanduk didepan madrasah, mengiklankan di media sosial, dan menginformasikan melalui mulut ke mulut. Namun ada beberapa perbedaan, salah satunya dari pelaksanaannya, jikalau sekolah lain

⁸⁸ Dokumentasi Penelitian, didokumentasikan pada 15 September 2022.

mempromosikan saat mendekati PPDB, akan tetapi MI At-Taqwa ini dilakukan setiap hari.⁸⁹

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari ustadz Mohammad Zakariyah selaku Kepala Madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso beliau mengatakan bahwa:

Strategi pemasaran madrasah yang kita gunakan sebenarnya sama dengan sekolah-sekolah lain dengan menggunakan brosur, spanduk, media sosial dan lain sebagainya. Namun perbedaannya disini kita memasarkan produk-produk kita itu setiap hari. Setiap hari ini kita jual inovasi-inovasi kita misalnya seperti di hari jumat pagi ada yang namanya jumat ramah, semua guru-guru itu menyambut anak-anak dipintu gerbang depan. Sehingga menjadi tontonan bahkan mungkin jadi tuntunan bagi semua orang tua bahkan ada yang sampai memvideo. Sepertinya hal ini tidak ada ditempat lainnya dimana guru-guru diperintahkan satu tangan bersalaman ditangan kanan dan satunya tangan kiri naik diatas kepala anak yang kita salami sambil dibacakan sholawat. Tujuannya dari sholawat itu agar membawa perubahan terhadap anak tersebut yang biasanya tidak aktif dengan barokahnya sholawat anak tersebut bisa aktif.⁹⁰

Selaras dengan pernyataan yang dikatakan oleh ustad Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Ada sebuah aktivitas kegiatan yang sudah menjadi kebiasaan madrasah dimana dijadikan sebuah salah satu strategi promosi kita dalam menghadapi adanya persaingan ketat dengan kompetitor lain. Dimana setiap hari jumat kita membuat inovasi jumat ramah dan jumat beramal. Dengan adanya inovasi tersebut membuat sebuah informasi kepada orang tua dan orang-orang diluaran sana bahwa anak-anak MI At-Taqwa ini tidak hanya diajarkan ilmu dunia saja melainkan juga diimbangkan ilmu akhiratnya. Maka dari situlah yang membuat madrasah ini memiliki perbedaan dalam membeikan informasi

⁸⁹ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

⁹⁰ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

tentang madrasah tidak hanya dengan tulisan ataupun ketikan saja melainkan dengan bukti-bukti nyata dengan inovasi-inovasi baru yang ditampilkan dan ditontonkan kepada seluruh masyarakat.⁹¹

Dari hasil wawancara dan observasi tersebut dapat dikuatkan dengan beberapa bukti dokumentasi promosi dengan menjual inovasi-inovasi yang menjadi program terbaik di MI At-Taqwa ini.



Gambar 4.7
Jum'at Ramah⁹²



Gambar 4.8
Jum'at Sedekah⁹³

⁹¹ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

⁹² Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

⁹³ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

Dari gambar diatas dapat kita lihat, pada gambar 4.5 ini merupakan bentuk promosi secara langsung dengan bukti kegiatan yang menjadi kebiasaan dan kewajiban para asatidz dan asatidzah menyambut anak didik dengan tujuan agar bisa menjadi contoh bentuk keramahan terhadap sesama umat muslim serta memberikan doa terhadap anak didik supaya dalam kegiatan belajarnya mendapatkan ilmu yang barokah. Dimana kegiatan jumat ramah ini dapat dilihat langsung oleh semua wali murid bahkan semua orang. Pada gambar 4.6 mengajarkan kepada anak didik untuk selalu bersedekah, hal ini merupakan sebuah inovasi kegiatan yang menjadi sebuah strategi promosi madrasah di era gempuran persaingan ketat, sehingga membuat kegiatan rutin sejak dulu dan dilakukan setiap hari jumat, dengan begitu anak didik di MI At-Taqwa tidak hanya diajarkan ilmu dunia melainkan akhiratnya juga. Dari kedua gambar tersebut menjadi Bentuk inovasi yang menjadikan informasi baru bagi masyarakat dengan melihat adanya kegiatan positif dan sangat berbeda dengan madrasah lainnya.

Dari beberapa observasi, wawancara dan dokumentasi dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso ini menggunakan strategi pada umumnya yakni dengan menyebarkan informasi menggunakan media cetak, media online, serta mulut ke mulut. Akan tetapi ada beberapa perbedaan dalam

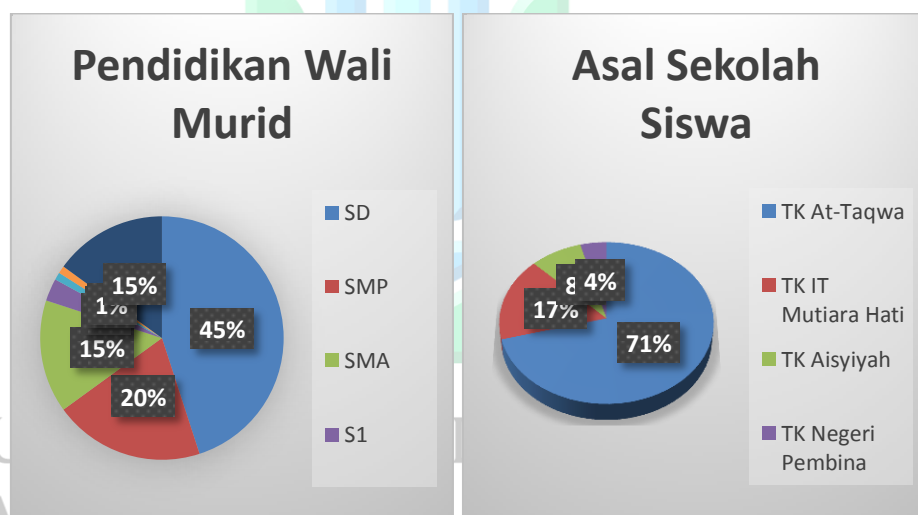
pelaksanaan kegiatan promosi dimana pada sekolah lain memberikan informasi sekolahnya pada saat mendekati PPDB, sedangkan di MI At-Taqwa Bondowoso ini memberikan beberapa informasi mengenai madrasahny dilakukan setiap hari yakni dengan memberikan inovasi-inovasi yang jarang dan bahkan tidak dilakukan disekolah lain seperti contohnya pada hari jumat ada yang namanya kegiatan jumat ramah dan jumat beramal. Kegiatan tersebut merupakan bentuk promosi secara langsung kepada seluruh masyarakat baik dari wali murid sampai masyarakat yang lewat di depan madrasah. Promosi secara langsung inilah yang bisa dikatakan sangat efektif dalam memperkenalkan madrasah, dengan begitu membuat rasa ingin tahu masyarakat menjadi lebih besar, seperti apah sih MI At-Taqwa itu.

3. Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Harga atau biaya pendidikan yang harus dikeluarkan oleh orang tua untuk menyekolahkan anaknya juga menjadi pertimbangan penting bagi setiap orang tua. Harga dalam konteks pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Setiap orang tua mempertimbangkan harga yang diberikan oleh sekolah dengan fasilitas dan program unggulan sekolah yang nantinya akan diterima oleh anaknya. Dalam menetapkan suatu harga agar sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan madrasah, setiap tahunnya pasti diadakannya suatu rapat kerja yang dilakukan bersama ketua yayasan.

Ketetapan harga setiap tahunnya sangatlah penting untuk dilakukan, karena disetiap tahunnya kebutuhan yang ada di madrasah pasti tidak sama.

Berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 19 Agustus 2022 penetapan harga madrasah disesuaikan dengan menggunakan analisis segmentasi pemasaran yaitu 1) segmentasi psikografis dalam melihat perilaku dan karakter masyarakat sehari-hari dengan lingkungannya, dan 2) segmentasi demografis untuk melihat latar belakang pendidikan siswa dan orang tua serta pekerjaan orang tua. Seperti ditampilkan di grafik dibawah ini⁹⁴:



Grafik 4.1
Pendidikan Wali Murid⁹⁵

Grafik 4.2
Asal Sekolah⁹⁶

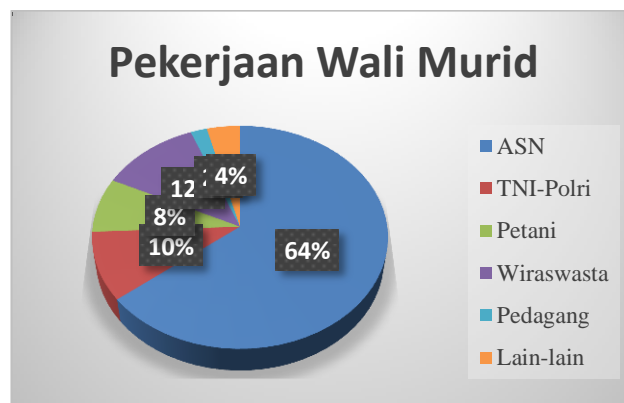
Dari data grafik ini madrasah dalam menetapkan segmentasi pemasaran menggunakan beberapa langkah yaitu: 1) analisis terukur (akurasi) dengan data konsumen, 2) perilaku masyarakat dalam

⁹⁴ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

⁹⁵ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

⁹⁶ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

mengakses pendidikan, 3) aspek keterjangkauan (aksebilitas), dan 4) keberlanjutan manfaat.



Grafik 4.3
Pekerjaan Wali Murid⁹⁷

Seperti yang tergambar pada grafik 4.3, latar belakang pekerjaan orang tua siswa yang beragam membuat madrasah dalam skema pembiayaan menggunakan metode pembayaran i'alah syariah setiap bulannya disama ratakan oleh ketentuan ketua yayasan, jika melihat keadaan ekonomi orang tua siswa dari madrasah sendiri ada bantuan pendanaan bagi yang tidak mampu dengan syarat pengajuan kepada madrasah dengan ketentuan-ketentuan yang harus terpenuhi dari madrasah itu sendiri.

Berdasarkan pernyataan dari ustad Mohammad Zakariyah selaku Kepala Madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso beliau menyatakan bahwa:

Penetapan harga di MI At-Taqwa ini ditentukan sesuai dengan arahan ketua yayasan dan ditetapkan bersama dalam rapat program kerja dengan kondisi real yang ada sekarang, dimana pada saat ini seperti naiknya harga BBM dan harga kebutuhan

⁹⁷ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

lainnya juga naik, maka itu semua pasti jadi ukuran bagi kita, Cuma kita meminimalisir jangan sampai lebih jauh dari tahun kemarin mulai dari daftar ulang, Syari'ah (SPP), dan lain sebagainya. Justru dulu pada saat pandemi Covid-19 kita menaikkan Syari'ah (SPP) itu, yang lain malah menurunkan tetapi kita menaikkannya. Kenapa kita menaikkannya, karena kita menyelamatkan murid-murid kita dari pandemi ini dengan memperbanyak shodaqoh. Dengan begitu untuk menghilangkan bala' nya. Ya jika ada orang tua anak-anak yang tidak mampu bisa mengajukan diri dengan syarat-syarat yang telah ditentukan untuk dikumpulkan ke madrasah agar mendapat bantuan keringanan⁹⁸

Penentuan harga sangat penting sebab kegiatan madrasah akan berjalan sesuai dengan adanya biaya pendidikan. Berdasarkan hasil observasi peneliti Berikut penjelasan dan data mengenai biaya pendidikan yang ada di MI At-Taqwa Bondowoso:

a. Sumber Dana

Sumber dana pendidikan merupakan pendapatan dari semua pihak-pihak yang memberikan bantuan subsidi dan sumbangan yang diterima oleh lembaga sekolah, baik dari lembaga sumber resmi ataupun dari masyarakat sendiri. Sumber dana juga merupakan keseluruhan biaya yang berasal masyarakat, orang tua, dan pemerintah.

Berdasarkan observasi peneliti strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah terdapat beberapa sumber dana yang ada di MI At-Taqwa Bondowoso yakni berasal dari *I'ana*h Syari'ah

⁹⁸ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

(SPP), Dana Bantuan Operasional Sekolah, serta para Donatur dari wali murid dan masyarakat.⁹⁹

Hal tersebut sesuai dengan pendapat ustad Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah MI At-Taqwa Bondowoso yakni:

Sumber dana kita ini dari Dana BOS, kemudian dari komite biaya SPP, dan juga dari para donatur, misalnya ketika ada pembangunan madrasah yang membutuhkan biaya ratusan juta itu pasti ada donatur dari luar madrasah yang tanpa diminta, kita ketuk hati mereka dalam ikut serta melancarkan pembangunan madrasah. Syukur alhamdulillah dengan adanya donatur yang ikut serta dalam pembangunan madrasah ini seperti pembangunan gedung 2 yang perbulannya menembus biaya 3 Miliar, atas izin Allah kita mampu membangun gedung 2 dengan lancar.¹⁰⁰

Selaras dengan pendapat dari ustadz Ach.Norkhotim selaku Waka Humas di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan:

Sumber dana yang ada di MI At-Taqwa Bondowoso ini kalau dari pemerintah itu berasal dari dana BOS. Diluar pemerintahan kita dapat dari infaq orang tua siswa dan juga SPP. Infaq dari orang tua tersebut biasanya kami adakan setiap hari jumat yakni setiap kelas disediakan kotak amal, dari infaq tersebut kami kumpulkan menjadi satu lalu kami setorkan setiap tahunnya ke yayasan, dan ketika ada kepentingan seperti uang bisyarah (gaji guru) kami langsung minta ke yayasan.¹⁰¹

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat dikuatkan dengan bukti rincian dari harga yang harus dikeluarkan oleh orang tua siswa/siswi di MI At-Taqwa Bondowoso:

⁹⁹ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso 19 Agustus 2022.

¹⁰⁰ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

¹⁰¹ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

Tabel 4.2
Uraian Harga Madrasah

No	Uraian	Rincian Biaya
1	Biaya Pendaftaran (Siswa Putra)	Rp. 3.931.000
	Biaya Pendaftaran (Siswi Putri)	Rp. 3.949.000
2	I'anah Syariah (SPP Bulanan)	Rp. 175.000
3	Daftar Ulang Kelas 2	Rp. 1.354.000
	Daftar Ulang Kelas 3	Rp. 1.420.000
	Daftar Ulang Kelas 4	Rp. 1.556.000
	Daftar Ulang Kelas 5	Rp. 1.591.000
	Daftar Ulang Kelas 6	Rp. 1.555.000

Sumber: *Dokumentasi dan Arsip Harga MI At-Taqwa Bondowoso*¹⁰²

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya pendaftaran masuk di MI At-Taqwa Bondowoso untuk siswa putra sebesar Rp. 3.931.000,-, dan untuk siswi putri sebesar Rp. 3.949.000,-, biaya tersebut sudah mencakup biaya seragam lengkap dengan badge serta atribut lainnya untuk putra seperti dasi, kopyah, asduk pramuka dan kolong, kaos kaki dan ikat pinggang. Untuk putri seragam lengkap dengan badge serta dengan atribut lainnya seperti kerudung, kaos kaki, asduk dan kolong pramuka. Selain seragam biaya tersebut juga mencakup SPP satu bulan, Buku paket, buku penunjang, raport dan foto, infaq kebersihan masjid, infaq/Dana Pengembangan Pendidikan (DPP), kalender, dan kartu siswa. Terkait biaya I'anah Syariah (SPP) yang dibayarkan setiap bulannya sudah sama rata mulai dari kelas 1 sampai kelas 6 yakni sebesar Rp. 175.000,-. Untuk daftar ulang pada tabel diatas mulai dari kelas 1 sampai kelas 6 berbeda-beda karena sesuai dengan kebutuhan kelas masing-masing.

¹⁰² MI At-Taqwa Bondowoso, "Dokumentasi dan Arsip Harga MI At-Taqwa Bondowoso", 2022. 15 September 2022.

Berdasarkan observasi peneliti mengenai biaya/harga pendidikan di MI At-Taqwa ini dibandingkan dengan sekolah dasar lainnya bisa terbilang mahal di pandangan masyarakat luar. Namun jika dilihat dari rincian harganya sudah sangat sesuai dengan kebutuhan dan pelayanan yang diberikan oleh madrasah ini. Maka dari situlah yang membuat MI At-Taqwa ini tercover madrasah yang memiliki biaya yang mahal tetapi sesuai dengan mutu yang diberikan sehingga menghasilkan siswa-siswi yang berprestasi.¹⁰³

Berdasarkan pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat dari ustadz Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Biaya pendidikan di MI At-Taqwa ini yah terlalu kecil lah, dibandingkan dengan kota jember, SD unggulan itu yang prestasi masih di bawahnya MI At-Taqwa itu SPP nya sudah Rp. 1.500.000, ada yang Rp. 750.000, tetapi kita hanya Rp. 175.000 itupun masih banyak yang belum bayar, jadi MI At-Taqwa ini termurah lah tapi bukan murahan, tapi intinya banyak prestasi ya.¹⁰⁴

Selaras dengan pendapat dari ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Menurut saya dari biaya pendaftaran disini itu ideal, artinya tidak terlalu murah-murahan dan tidak terlalu mahal yang sangat berlebihan, kiranya dapat dijangkau oleh masyarakat, toh suatu saat ada yang tidak mampu disana ada bantuan untuk biaya pendidikan. saya ingin yang namanya ilmu itu di hargai jangan sampai ada orang bangga dengan biaya gratis. Ilmu itu mahal tau istilah mahal, mahal itu biar barokah, apalagi menyumbang untuk pendidikan insyaallah di balas dengan rizki yang berlimpah. Selain itu pelayanan yang

¹⁰³ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

¹⁰⁴ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

diberikan sangat sesuai dengan harganya, kalau ada kekurangan manusiawi lah.¹⁰⁵

Adapun pendapat lain dari ibu Diana Rosyidah salah satu wali murid siswi kelas 5i mengenai opini masyarakat terkait harga di MI At-Taqwa:

Menurut saya biaya pendidikan di MI At-Taqwa ini sangat sesuai dengan pemberian pelayanan kepada pengguna jasa pendidikan termasuk anak saya sendiri, walaupun lumayan mahal lah ya, tidak menutup kemungkinan bagi saya yang pekerjaannya sebagai wiraswasta saja, yang penting pendidikan agamanya yang sangat luar biasa jauh banget dengan sekolah-sekolah dasar yang pernah saya ketahui sebelumnya. Disini itu benar-benar seimbang antara ilmu umum dan ilmu agamanya, tetapi paling sangat berbeda dengan yang lainnya mengenai kegiatan program-program keagamaan yang dilaksanakan disini itu banyak sekali, sehingga membuat anak saya itu lebih banyak mengetahui ilmu keagamaan dan juga sekaligus dengan prakteknya setiap hari dirumah, seperti sopan santun terhadap orang tua, cara salaman yang baik itu seperti apa, sholat dhuhnya juga dipraktekan kalo sedang libur itu mbak.¹⁰⁶

Pendapat lain juga di tuturkan oleh Ibu Halimatus Sa'diah salah satu wali murid dari siswa kelas 3G yang menuturkan bahwa:

Permasalahan biaya di MI At-Taqwa ini menurut saya bisa dibilang mahal bagi yang tidak tau akan kebutuhan dan pelayanan madrasah yang diberikan kepada anak kita, bisa dibilang standart harganya karena orang tua melihat bagaimana cara ustad dan ustadzah di MI At-Taqwa ini dalam mengayomi dan menuntun anak-anak ini dengan sikap yang sabar, lemah lembut, dan benar adanya saya melihat sendiri ketika ustad dan ustadzah menuntun anak-anak ini dalam praktek sholat dhuha yang benar, mengaji yang sesuai dengan hukum bacaannya, dan masih banyak lagi lainnya. Harga bagi kami itu tidak masalah jika anak saya bisa berkembang dengan baik disekolahnya dan mendapatkan

¹⁰⁵ Nuhan Ismail Saleh, diwawancara oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

¹⁰⁶ Diana Rosiyadah, diwawancara oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

pelayanan baik sehingga kami sebagai orang tua merasa puas dengan harga yang telah dibayarkan kepada madrasah ini. Rezeki itu bisa datang kapan saja, apalagi masalah pendidikan, saya sebagai orang tua yang pekerjaannya bukan dari PNS saja mampu membayar, ya dengan selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak agar tidak buta pendidikan di masa depan dan bisa mencapai cita-citanya¹⁰⁷

Dari beberapa observasi, wawancara dan dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso ini yakni dengan menentukan harga sesuai dengan mutu/kualitas yang ada di madrasah ini. Walaupun masih banyak opini masyarakat mengenai harga di MI at-Taqwa itu terbilang mahal, tetapi MI At-Taqwa tidak menghiraukan kompetitor lain yang menggunakan strategi adanya biaya gratis, karena bagi madrasah ini harga itu sudah sangat ideal dengan ilmu yang diberikan, ilmu itu sifatnya mahal, dan dari kita ikhlas membayar biaya pendidikan maka kita mendapat ilmu yang barokah dan dilancarkan rizki nya.

Maka dari itu MI At-Taqwa tetap berada di harga yang terbilang murah tetapi tidak murahan, terbilang mahal tapi tidak berlebihan, namun segudang prestasi yang telah dicapai setiap event apapun didalam kota ataupun diluar kota sekaligus, baik di tingkat kabupaten, provinsi, dan nasional sekalipun. Intinya meminimalisirkan antara ilmu yang diberikan dengan biaya yang

¹⁰⁷ Halimatus Sa'diah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

harus dibayarkan, itu semua tergantung dengan kebutuhan para pengguna jasa pendidikan.

4. Strategi Bauran Pemasaran Produk Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Produk adalah hal yang sangat utama yang ditawarkan dan dijual sekolah kepada pelanggan jasa pendidikannya. Dalam jasa pendidikan, yang dijadikan produk oleh sekolah yakni berupa reputasi, prospek, dan layanan pendidikan yang bervariasi. Dalam hal ini, sekolah harus memperhatikan segala kualitas produknya serta terus meningkatkan layanan pendidikan sehingga berdampak pada perkembangan siswanya. Produk sekolah juga merupakan ciri khas tersendiri bagi sekolah dalam meningkatkan daya saing lembaga serta mempertahankan eksistensi sekolah di mata masyarakat. Adapun produk MI At-Taqwa Bondowoso terlahir dari tujuan madrasah yang tertuang dari visi dan misi madrasah yakni Terwujudnya Generasi Yang mantap Aqidahnya, Khusyu' Ibadahnya, Cerdas Akal Fikirannya, Luas dan Luwes Pergaulannya serta Terpuji Akhlaqnya.

Berdasarkan observasi peneliti strategi pemasaran produk dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa mengenai ciri khas dalam madrasah ditemukan bahwasanya ada beberapa ciri khas yang sangat kental dipandangan masyarakat ketika mendengar kata MI At-Taqwa yakni dimana dalam madrasah ini memiliki ciri khas madrasah yang berjiwa karakter islami dan akhlakul karimah. Di MI At-Taqwa

lebih mengedepankan karakter siswa yang memiliki jiwa akhlak yang baik serta kental akan ilmu agama islam. Dalam prakteknya ketika membentuk karakter siswa di MI At-Taqwa ini dijadikan suatu kebiasaan setiap harinya, dengan kebiasaan tersebut sehingga terbawalah hingga ke lingkungan masyarakat.¹⁰⁸

Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari ustadz Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah di MI At-Taqwa berpendapat bahwa:

Ciri khas dalam madrasah ini Ya dimulainya dengan karakter, walaupun karakter ini sekarang lebih ditekankan lagi karena memang karakter ini sudah mulai dari dulu sejak awal madrasah ini didirikan maka sampai sekarang pun harus tetap diterapkan, misalnya sikapnya anak-anak kepada guru dan orang tua, cara bersalaman anak-anak ketika anak-anak itu bertemu dengan gurunya atupun dengan orang tuanya, ketika mereka sholat dan sebagainya. Ini kan punya karakter ciri khas tersendiri, oh ini berkopyah anak MI At-Taqwa, ini juga merupakan karakter mereka, itu sudah sangat berkarakter sekali, justru di madrasah itu pendidikan itu sangat berkarakter, mereka-mereka SD lain baru mulai, kita sudah dulu, seperti hal lainnya kurikulum merdeka ini, kita sudah merdeka dari dulu.¹⁰⁹

Selaras dengan pendapat dari ustad Nuhan Ismail Saleh selaku

Waka Kesiswaan di Mi At-Taqwa Bondowoso berpendapat bahwa:

Ciri khas yang sangat kental di MI At-Taqwa ini yaitu akhlak daripada anak-anak, yang kita miliki harus bisa lain daripada yang lain, termasuk salaman dengan guru dan orang tua yang tidak hanya menggunakan satu tangan melainkan menggunakan kedua tangan dan menempelkan antara dahi dan hidung bukan di tempelkan di pipi, cara berjalan ketika melewati guru dan orang tua yaitu dengan sedikit menundukkan kepala dan badan, serta cara bertutur kata yang sopan dan baik tidak dengan urak-urakan.¹¹⁰

¹⁰⁸ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

¹⁰⁹ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

¹¹⁰ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

Dari beberapa hasil wawancara dan observasi dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi ciri khas yang dimiliki MI At-Taqwa yang menjadi perbedaan jauh dengan madrasah lainnya:



Gambar 4.9
Ciri Khas Madrasah¹¹¹

Dari gambar tersebut dapat kita lihat, cara bersalaman dengan guru dan berjalan didepan gurunya, ciri khas inilah yang ada di MI At-Taqwa yakni pendidikan yang paling utama adalah pendidikan pembentukan karakter siswa-siswi MI At-Taqwa Bondowoso. Maka dari itu MI At-Taqwa ini dapat mencetak generasi-generasi bangsa yang pandai dan paham akan sopan santun dan akhlak yang baik terhadap sesama umat muslim, dimana MI At-Taqwa Bondowoso ini ketika

¹¹¹ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

memberikan contoh bagaimana menjadi manusia yang berakhlakul karimah, tidak hanya semata-mata dalam ucapan saja melainkan sudah di praktekkan setiap harinya, dengan praktek tersebut dapat menjadikan siswa-siswi ini terbiasa dan terbawa hingga mereka di lingkungan masyarakat. Maka dari situlah tercipta opini yang baik di mata masyarakat ketika mendengar kata MI At-Taqwa, yang terkenal dengan keislaman yang begitu kental seperti halnya pendidikan di pesantren.

Selain produk yang menjadi ciri khas tersebut, dapat diketahui lebih dalam lagi mengenai kualitas madrasah sehingga madrasah ini mampu bersaing dengan sekolah dasar lainnya. Selain itu juga menjadi strategi bagi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga, jika melihat keadaan sekarang banyak sekali bermunculan madrasah baru. Sehingga tidak menutup kemungkinan bagi madrasah ini dalam menghadapi persaingan yang ketat, maka MI At-Taqwa ini mengeluarkan strategi pemasaran produknya dengan memunculkan inovasi-inovasi baru dan juga lebih meningkatkan kualitas-kualitas produk dalam madrasah nya, sebagaimana diantaranya sebagai berikut:

a. Program Unggulan

Setiap madrasah memiliki program keunggulan produknya masing-masing, dimana program keunggulan disini merupakan salah satu strategi madrasah dalam meningkatkan kualitas madrasah di pangsa pasar pada era persaingan yang ketat. Adapun program

unggulan yang menjadikan MI AT-Taqwa ini mampu bersaing dengan kompetitor lain yakni

1) Program Tahfidzul Qur'an

Program kelas tahfidz merupakan program unggulan ditingkat sekolah dasar pertama di kabupaten bondowoso, jika dilihat bersama kebanyakan program tahfidz ini berada di lingkungan pesantren, akan tetapi disini MI At-Taqwa mengangkat program tahfidz diluar area pesantren dan diterapkan di pendidikan sekolah dasar, jika dilogikakan program tahfidz di usia anak sekolah dasar ini bisa mengganggu proses belajar ilmu pendidikan umum lainnya, akan tetapi di MI At-Taqwa sangat mampu menyeimbangkan kelas tahfidz nya dengan pendidikan umumnya. Akan tetapi tidak semua kelas diterapkan sekolah tahfidznya hanya ada kelas-kelas tertentu yang menggunakan program kelas tahfidz ini.

Adapun kelas-kelas yang terpilih menjadi program unggulan kelas tahfidz yakni sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tabel 4.3
Pembagian Kelas Tahfidz

No	Kelas
1	Kelas 1I
2	Kelas 2I
3	Kelas 3I
4	Kelas 4H
5	Kelas 5G

Sumber: *Dokumentasi dan Arsip Pembagian Kelas Tahfidz MI At-Taqwa Bondowoso*¹¹²

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa setiap angkatan itu hanya satu kelas saja yang ada program tahfidznya. Pemilihan kelas tahfidz ini sudah bisa dipilih di awal masuk sekolah pada saat pendaftaran, itu semua sesuai keinginan para pengguna jasa pendidikan masing-masing tidak ada unsur paksaan dari madrasah.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari ustadz Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso beliau menyatakan bahwa:

Disini ada yang namanya kelas tahfidz yang tidak dimiliki oleh sekolah lain mungkin, dimana kelas tahfidz ini sudah berjalan dari kelas 1 sampai kelas 5 dan anak-anak sudah menghafal sampai 5 sampai 6 jus, untuk kelas 6 masih belum karena masih merintis dulu kelas satu sampai 5 nya saja. Kelas tahfidz ini dalam satu jenjang hanya ada satu kelas saja agar dalam proses menghafalnya dapat berjalan dengan lancar, jika semua diterapkan kelas tahfidz itu kan kadang ada yang tidak mampu dalam hafalan, jadi kita jadi satukan bagi yang mampu hafalan menjadi satu kelas saja.

¹¹² MI At-Taqwa Bondowoso, "Dokumentasi dan Arsip Pembagian Kelas Tahfidz MI At-Taqwa Bondowoso", 2022. 15 September 2022.

Kelas tahfidz ini tidak ditentukan dari sekolah melainkan dari awal sudah pilihan dari siswa dan siswi.¹¹³

Selaras dengan pernyataan dari ustad Ach. Norkhotim

selaku Waka Humas di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Yang menjadi keunggulan di MI At-Taqwa ini yaitu kelas tahfidz, dimana kelas tahfidz ini setiap jenjangnya satu kelas saja. Bagi saya siswa-siswi ini sangat mampu menyeimbangkan antara hafalan al-qur'annya dengan pelajaran yang dipelajari pada umumnya. Setiap harinya satu kelas ini disamaratakan hafalannya yaitu sehari satu atau dua ayat saja, jika ada yang mampu lebih dari ketentuan itu, maka tidak diperbolehkan, tujuannya agar bisa sama rata hafalannya hingga lulus nanti. Intinya sistemnya tidak kebut-kebutan antara siswa satu dengan yang lain, akan tetapi menghafal sama-sama, dan lulus bersama-sama.¹¹⁴

Adapun pendapat mengenai program unggulan tahfidzul

qur'an dari Bapak Kurniadi salah satu wali murid kelas 6D di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Menurut saya program tahfidz ini sangat bagus di MI At-Taqwa Bondowoso ini, selain mengajarkan bagaimana cara menghafal al-qur'an dengan baik juga mengajarkan lebih dalam mengenai manfaat dari menghafal al-qur'an dan juga mengajarkan bagaimana menjaga hafalan al-qur'annya. Dengan adanya program tahfidz ini juga bisa membuat kita sebagai orang tua itu bangga kepada anak usia yang masih terbilang kecil itu sudah bisa menghafal al-qur'an dengan tahapan-tahapan yang dituntun baik oleh guru-guru tahfidznya. Maka bagi saya program tahfidz ini agar lebih di kembangkan lagi sebagai salah satu program terbaik di tingkat sekolah dasar dan lain daripada yang lain.¹¹⁵

¹¹³ Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

¹¹⁴ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

¹¹⁵ Kurniadi, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

Dari beberapa hasil wawancara dan observasi peneliti dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi mengenai program unggulan kelas tahfidz di MI At-Taqwa, berikut salah satu kelas tahfidz di kelas 5G:



Gambar 4.10
Program Kelas Tahfidz¹¹⁶

Pada gambar diatas dapat dilihat, kegiatan program kelas tahfidz di salah satu kelas yakni pada kelas 5G. Program kegiatan tahfidz tersebut dilaksanakan setiap pagi selama dua jam, jadi

¹¹⁶ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

disaat kelas lain memulai pelajaran pertama dengan pelajaran yang lain, namun dikelas tahfidz pada saat jam pertama langsung dimulai menghafal al-qur'an. Tetapi sebelum menyetorkan hafalannya, siswa-siswi membaca doa sebelum belajar terlebih dahulu, lalu mengulang hafalan kemarin secara bersama-sama, dan juga sambil membenahi bacaan-bacaan ayat al-qur'an agar sesuai dengan tajwidnya. Setelah selesai menyempurnakan hafalan kemarin dan menyempurnakan bacaan sesuai dengan tajwid, kemudian siswa-siswi maju satu-satu untuk menyetorkan hafalannya yang sebelumnya sudah di hafalkan dari rumah. Pada kelas tahfidz ini untuk gurunya terdapat dua guru dalam satu kelas, dengan adanya dua guru dalam satu kelas tujuannya agar dalam proses menyetorkan hafalannya dapat dilaksanakan secara efektif. Metode hafalannya sehari antara 2 ayat atau 3 ayat saja dan dibaca secara tartil. Jadi pada kelas tahfidz ini tidak semata-

mata menghafalkan begitu saja, melainkan bacaannya juga harus sesuai dengan tajwid dan dibaca secara tartil, tujuannya agar siswa-siswi ini tidak hanya mengetahui metode hafalan biasa saja melainkan juga dapat mengetahui bacaannya sesuai dengan tajwidnya.

Dari beberapa observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa program unggulan kelas tahfidz merupakan program unggulan tingkat sekolah dasar pertama di

kabupaten bondowoso yang hanya ada di MI At-Taqwa saja. Program kelas tahfidz ini merupakan program paling bagus, karena anak di usia tingkat sekolah dasar ini masih mempunyai tingkat ingatan yang cukup tinggi, sehingga sangat dianjurkan dalam menghafal Al-Qur'an dimulai secepatnya. Program kelas tahfidz ini dalam satu angkatan hanya ada 1 kelas saja, dan kelas tahfidz ini sifatnya tidak memaksa, jadi pada awal pendaftaran menjadi siswa, para calon siswa ini diberi pilihan akan masuk kelas tahfidz atau kelas regular saja, dengan persetujuan dari orang tua. Program kelas tahfidz ini nanti jika sudah kelas 6 akan menjalankan proses munaqosah sebagai bentuk penghargaan telah lulus menghafal Al-Qur'an 30 Juz. Program ini lah menjadi salah satu strategi bagi MI At-Taqwa dalam menghadapi ketatnya persaingan diluar sana.

2) Program menghafal asmaul husna

Pada program menghafal asmaul husna ini dilaksanakan oleh kelas 1, 2 dan 3. Hafalan ini memang dilaksanakan oleh siswa-siswi jenjang bawah, karena siswa-siswi jenjang bawah masih terbilang lemah akan hafalan, jadi diharuskan menghafal dari yang termudah terlebih dahulu. Dengan adanya hafalan asmaul husna ini, agar siswa-siswi pada saat awal pembukaan pelajaran itu tidak perlu membuka buku, agar menjadi kebiasaan ketika akan memulai pelajaran. Untuk kegiatan pembacaan

asmaul husna ini diikuti oleh semua kelas karena pembacaan asmaul husna ini menjadi pembuka awal dalam kelas, tujuannya agar siswa-siswi mengetahui sifat-sifat Allah dengan penjelasannya.

Sesuai dengan pernyataan dari Ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI AT-Taqwa Bondowoso menyatakan bahwa:

Selain program tahfidz ada juga program unggulan kami yang tidak ada di sekolah lain, yaitu menghafal asmaul husna. Dimana yang menghafal asmaul husna ini dari kelas 1 sampai kelas 3. Mengapa harus kelas 1 sampai 3?, karena membaca asmaul husna ini akan dibaca setiap hari sebelum memulai pelajaran. Jadi kelas satu wajib menghafalkan dulu agar nanti bisa membaca bersama tanpa membuka buku sampai kelas 6 nanti. Tujuan dari membaca asmaul husna ini agar anak-anak ini tau sifat-sifat Allah itu apa saja, kan anak-anak ini dari TK jadi masih belum mengetahui sifat-sifat Allah sepenuhnya, jadi pada saat masuk madrasah ini kita tuntun menghafal asmaul husna agar menjadi kebiasaan dan pedoman tentang sifat-sifat Allah dan penjelasannya setiap harinya hingga dibawa keluar madrasah.¹¹⁷

Dari hasil wawancara dan observasi dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi program menghafal asmaul husna:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹¹⁷ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.



Gambar 4.11
Program Menghafal Asmaul Husna¹¹⁸

Dari gambar diatas dapat dilihat, setiap pagi sebelum memulai pelajaran, ada pembacaan-pembacaan doa terlebih dahulu seperti membaca doa sebelum belajar, serta membaca asmaul husna bersama. Kegiatan membaca asmaul husna ini rutin dilaksanakan setiap hari oleh semua kelas mulai dari kelas satu sampai kelas enam.

Dari beberapa observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa program menghafal asmaul husna merupakan program yang akan menjadi kegiatan wajib pembacaan asmaul husna dipagi hari sebelum dimulainya jam pelajaran, tujuannya agar siswa dan siswi mengetahui nama-nama yang menjelaskan sifat-sifat Allah yang indah lagi baik. Nama-nama ini tidak hanya menunjukkan keindahan, namun juga mewakili keagungan serta kesempurnaan-Nya. Selain menghafalnya di MI At-Taqwa ini juga membahas isi kandungan dari nama-nama Allah tersebut, sehingga siswa dan siswi tidak

¹¹⁸ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada, 26 Agustus 2022.

hanya tau melainkan faham dibalik nama-nama asmaul husna tersebut

3) Program Aqidatul Awam

Program ini merupakan program unggulan madrasah yang dilaksanakan oleh kelas 4 sampai kelas 6. Diadakannya program menghafal syi'ir aqidatul awam ini sesuai dengan namanya yang berarti aqidah untuk orang awam, kitab ini diperuntukkan bagi umat islam dalam mengenal ke tauhid-an, khususnya tingkat permulaan (dasar), karena itu, isi dari kitab ini sangat perlu dan penting untuk diketahui setiap umat islam. Aqidatul awam ini ditulis dalam bentuk syair (nazham), berisi tentang sifat-sifat wajib dan mustahil bagi Allah, sifat wajib dan mustahil bagi Rasul, nama-nama nabi dan Rasul, nama-nama malaikat dan tugas-tugasnya. Selain itu juga dibahas tentang pentingnya mengenal nama-nama keluarga dan keturunan Nabi Muhammad

SAW dan perjalanan hidup beliau dalam membawa ajaran islam.

Maka dari itu diadakannya program menghafal aqidatul awam ini untuk siswa-siswi MI At-Taqwa Bondowoso sebagai bentuk mengenali ilmu tentang tauhid, darimana asal kita, siapa yang menciptakan, dan siapa yang hidup sebelum kita.

Berdasarkan penjelasan diatas sesuai dengan pendapat dari ustad Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Di madrasah ini selain program tahfidz dan menghafal asmaul husna juga ada program unggulan yang namanya menghafal aqidatul awam dengan metode membaca berulang kali. Untuk yang dapat menghafal aqidatul awam ini yaitu kelas tinggi dari kelas 4,5, dan 6. Hafalan ini dengan metode membaca dengan buku kecil yang sudah disediakan oleh madrasah, pelaksanaan hafalan ini dilakukan setiap hari, dipagi hari sebelum memulai pelajaran, jika jam pertama kelas tahfidz itu hafalan al-qur'an maka kelas lainnya membaca aqidatul awam ini. Dan bacaan aqidatul awam ini dibaca bersama juga pada akhir pelajaran sebagai penutup.¹¹⁹

Selaras dengan pendapat dari ustad Ach. Norkhotim selaku

Waka Humas di MI At-Taqwa Bondowoso bahwa:

Di MI At-Taqwa itu terkenal aqidatul awam, yang disini bondowosona kita dikenal untuk sahabatnya, disini ada aqidatul awam, yang mana aqidatul awam itu bukan karangannya syekh marzuki tetapi syekh marzuki itu hanya penulis dan penyusunnya saja, yang mana beliau menurut cerita beliau itu didawuhi kanjeng Nabi. Dan faedahnya aqidatul awam itu bagi yang hafal aqidatul awam akan dijauhkan dari siksa api neraka, yang hafal aqidatul awam akan dicerdaskan akalanya. Terbukti itu ustadz zaka sebelum jadi kepala sekolah ditunjuk menjadi wali kelas kelas 1 biasanya kelas 1 itu perempuan dan ini pertama kali wali kelas itu laki-laki, kelasnya sangat terkenal anak-anaknya yang aktif dan sulit untuk menerima ilmu, dan pada saat ustadz zaka diangkay menjadi kepala sekolah maka dimunculkan adanya program aqidatul awam ini, alhamdulillah anak yang super ini satu bulan atau satu bulan setengah ini hafal, ya alhamdulillah setelah di cek hasil ulangan itu grade nya tinggi, ini barokahnya aqidatul awam. Dan alhamdulillah beberapa tahun kemarin sering dibaca setiap hari, yah karena terdampak covid ini pas lupa aqidatul awamnya, sekarang di kelas saya balik lagi menghafalnya. Pelaksanannya itu setiap hari bahkan mau sholat dhuha baca aqidatul awam.¹²⁰

¹¹⁹ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

¹²⁰ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat dikuatkan dengan bukti dokumentasi sebagai berikut:



Gambar 4.12
Program Menghafal Aqidatul Awam¹²¹

Dari gambar diatas dapat dilihat, bahwa kegiatan menghafal dengan metode membaca setiap harinya akan membuat siswa-siswa hafal sedikit demi sedikit. Maka dari itu program aqidatul awam ini menjadi program unggulan di MI At-Taqwa, gunanya sebagai membantu membuka pikiran anak didik, serta sebagai ilmu tauhid yang mengenal siapa tuhanmu, siapa nabimu, dan bagaimana kisah sebelum adanya kita.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa program menghafal aqidatul awam ini juga merupakan salah satu program unggulan yang tidak ada di sekolah dasar lainnya, karena program aqidatul awam ini menjadi salah satu program yang bagus untuk dilaksanakan, dimana program ini sebaga bentuk pengenalan kepda siswa dan siswi

¹²¹ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 26 Agustus 2022.

tentang ke tauhid-an. Aqidatul awam yang berbentuk syi'ir ini dikemas dengan baik oleh madrasah berbentuk buku kecil yang praktis dibawa kemana saja, sehingga syi'ir didalam aqidatul awam ini bisa dibaca setiap saat sehingga membuat siswa dan siswi hafal setiap bait syi'ir. Metode menghafal aqidatul awam di MI At-Taqwa ini yakni dengan membacanya setiap hari sebelum memulai pelajaran, dengan dibacanya setiap hari membuat siswa dan siswi ini hafal sedikit demi sedikit, dengan harapan agar apa yang dibaca oleh siswa dan siswi ini menjadi bentuk ikhtiar agar diperlancar dalam proses belajar mengajar.

4) Program Sholat Dhuha

Program ini merupakan sebuah program yang dijadikan kebiasaan dan contoh sholat sunnah yang banyak mengandung fadhilah atau keutamaan. Namun sholat ini tidak banyak mendapat perhatian dari kita sebagai seorang mukmin, karena ia

dikerjakan pada waktu yang didalamnya banyak kesibukan.

Padahal banyak sekali dalil yang menyebutkan keutamaan sholat dhuha seperti bagi orang yang melaksanakan sholat dhuha akan diberikan oleh Allah SWT pintu surga yang bernama Adh-dhuha, meraih ampunan, memperlancar rezeki, dan lain sebagainya.

Maka dari itu di MI At-Taqwa mengajarkan kepada anak didiknya untuk senantiasa rutin melaksanakan sholat dhuha walaupun dalam keadaan sibuk sekalipun, karena fadhilahnya salah satunya

akan mendapatkan pintu surga yang bernama adh-dhuha maka membuat anak didik semangat meraih ridha-Nya.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh ustadz Mohammad Zakariyah selaku kepala madrasah di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan bahwa:

Program sholat dhuha ini merupakan program unggulan yang sangat mengcover madrasah ini sejak dahulu, dimana kita selalu melaksanakan sholat dhuha secara berjamaah ini dengan tuntunan salah satu guru sehingga kita dapat mengontrol apakah anak-anak ini sudah benar dalam praktek bacaan sholatnya, selain itu setiap kelas itu diawasi oleh wali kelas masing-masing agar juga bisa mengontrol gerakan sholatnya, dan takutnya ada yang main-main juga. Selain mempraktekkan sholat dhuha berjamaah ini kita juga tidak luput menjelaskan faidah-faidahnya. Dan alhamdulillah sejak dulu sholat dhuha ini sudah menjadi rutinan kami setiap harinya dipertengahan jadwal sebelum istirahat makan-makan.¹²²



Gambar 4.13
Program Sholat Dhuha¹²³

¹²² Mohammad Zakariyah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 22 Agustus 2022.

¹²³ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 24 Agustus 2022.

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa pelaksanaan program sholat dhuha berjamaah gedung barat ataupun gedung timur tetap melaksanakan program sholat dhuha berjamaah setiap harinya. Tidak menutup kemungkinan walaupun gedung satu dan gedung dua berbeda lokasi namun di gedung dua juga dibangun masjid, walaupun sholatnya secara bergantian dengan lembaga-lembaga lainnya yang berada disatu lingkup tersebut. dari situlah dapat melihat langsung berjalannya program sholat dhuha berjamaah ini dilaksanakan oleh seluruh siswa tidak terkecuali, karena ada pengontrolan di setiap kelas jadi tidak mungkin ada yang tidak melaksanakan sholat dhuha berjamaah tersebut. selain anak didiknya guru-guru juga ikut melaksanakan sholat dhuha berjamaah setelah anak didik selesai. Maka dari situlah program ini menjadikan cover terbaik bagi madrasah dalam pandangan masyarakat.

Beberapa dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah program sholat dhuha ini sudah menjadi program yang dilaksanakan sejak awal berdirinya madrasah ini, dan hingga sekarang sudah menjadi lebel bagi madrasah yang dikenal oleh masyarakat bahwasannya MI At-Taqwa ini memberikan sebuah pendidikan tentang sholat sunnah yang memiliki fadhilah dan keutamaan yang banyak. Selain itu dalam prakteknya tidak semata-mata dilaksanakan

secara percuman, melainkan benar-benar di tuntun tata cara sholat dhuha yang benar dengan beberapa bacaan dan doa yang lain dengan sholat wajib. Selain itu dalam pelaksanaan sholat dhuha ini siswa dan siswi mendapatkan pantauan secara langsung oleh wali kelas masing-masing, jadi setiap shaf itu ditata berdasarkan kelas sehingga memudahkan wali kelas untuk memberikan tuntunan sholat yang benar.

5) Program Shalat Dhuhur Berjamaah

Program shalat dhuhur berjamaah ini juga menjadi salah satu program unggulan yang wajib dilaksanakan di MI At-Taqwa Bondowoso, sebagai sarana latihan untuk menjalankan perintah Allah SWT, selain itu juga mendidik siswa untuk menjadi disiplin dalam belajar maupun disiplin di tata tertib madrasah. Shalat dhuhur berjamaah ini menjadi suatu kegiatan yang terus menerus dilakukan untuk melatih siswa dan siswi secara teratur dan terarah

dalam menjalankan ibadah, dan seharusnya juga menjadikan hal positif bagi anak didik, karena dengan adanya sholat dhuhur berjamaah diharapkan mampu membuat anak didik meningkatkan disiplin dan aktif dalam melaksanakan shalat fardhu.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso yang mengatakan:

Tidak mudah bagi kita semua mendisiplinkan diri dalam melakukan suatu ibadah yang mana salah satunya shalat

berjamaah setiap waktu bahkan dilakukan setiap hari, maka dari itu kita memulai mendidik anak-anak dengan belajar disiplin melaksanakan shalat fardhu secara berjamaah di waktu yang tepat. Apalagi yang namanya anak-anak ya awalnya memang susah mengajarkan shalat jamaah di setiap waktu shalat, tetapi setidaknya dalam lima waktu shalat ini ada shalat berjamaahnya, nanti pastinya akan menjadi perbandingan dalam diri anak-anak perbedaan antara shalat sendiri dan shalat berjamaah. Disitu kita juga menjelaskan indahnya shalat berjamaah dengan pahala yang berlipat ganda, dengan begitu membuat anak ini membayangkan betapa indahnya shalat berjamaah. Maka dari situ kita mengadakan program shalat dhuhur berjamaah ini agar menjadi awal kedisiplinan terhadap waktu shalat.¹²⁴

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa di MI At-Taqwa Bondowoso melaksanakan program sholat dhuhur berjamaah itu menjadi salah satu kewajiban agar menajadikan anak-anak disiplin dalam menjalankan shalatnya di waktu yang tepat dan menjalankan secara berjamaah agar mereka juga tau betapa indahnya ketika shalat yang dikerjakan itu dilakukan secara berjamaah. Kemudian sejalan dengan yang disampaikan oleh ustadz Ach. Norkhotim selaku Waka Humas dan guru

Bahasa Arab di MI At-Taqwa Bondowoso, beliau mengatakan:

Program sholat dhuhur berjamaah ini sudah menjadi program kegiatan yang wajib kita lakukan, karena program ini merupakan program yang sangat bagus dalam mendidik anak-anak mengenai keutamaan shalat yang dilakukan secara berjamaah. Selain itu membuat anak-anak juga disiplin terhadap waktu shalat. Dengan adanya shalat dhuhur berjamaah ini menjadikan awal bagi anak-anak apalagi seusia dini untuk belajar shalat secara berjamaah, karena sholat dhuhur berada di waktu yang masih dalam proses belajar mengajar, jadi shalat dhuhur ini menjadi

¹²⁴ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

penutup proses belajar mengajar agar anak-anak ketika sudah sampai dirumahnya tidak perlu khawatir untuk shalat lagi, karena sebelumnya sudah melaksanakan shalat dhuhur berjamaah dengan ustad dan ustadzah. Bagi kami program shalat dhuhur berjamaah ini bisa dikatakan tidak semuanya sekolah melakukan program ini, karena kebanyakan selesai proses belajar mengajar anak-anak itu keburu untuk pulang kerumah, pada intinya semua tergantung dari madrasah, apakah sholat dhuhur berjamaah ini mau dijadikan kebiasaan atau tidak ya apa kata madrasah.¹²⁵



Gambar 4.14
Program Sholat Dhuhur Berjamaah¹²⁶

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa adanya shalat dhuhur berjamaah mengajarkan kepada anak didik disiplin

terhadap waktu shalat. Selain itu shalat berjamaah itu memiliki keutamaan sendiri diantaranya mendapatkan pahala 27 derajat dibandingkan dengan shalat sendirian, dan juga shalat berjamaah ini dapat memperkokoh persatuan dan kesatuan diantara kaum muslim dan membentuk yang mulia. Melaksanakan shalat berjamaah yang teratur, berimbang pada kedisiplinan seseorang

¹²⁵ Ach. Norkhotim, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 30 Agustus 2022.

¹²⁶ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 15 September 2022.

dalam melakukan suatu pekerjaan, dan semakin baik ibadah shalat seseorang, semakin baik pula tingkat kedisiplinannya, sebaliknya sering kali dapat melihat hal-hal ibadah dan hal-hal lain yang lebih mudah dilakukan diluar ibadah.

Beberapa dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai program shalat dhuhur berjamaah dapat ditarik kesimpulan bahwa program ini juga merupakan program yang tidak banyak dilakukan oleh sekolah-sekolah dasar lainnya, karena kebanyakan ketika selesai proses pembelajaran siswa dan siswi ini langsung menuju kerumah masing-masing, akan tetapi berbeda dengan MI At-Taqwa, dimana setelah selesai proses pembelajaran, semua anak siswa dan siswi di tuntun menuju masjid untuk melaksanakan shalat dhuhur berjamaah terlebih dahulu, tujuannya sebagai bentuk pendidikan kepada siswa dan siswi tentang keutamaan shalat wajib secara berjamaah, selain itu juga agar menjadi kebiasaan nanti bagi siswa dan siswi ketika mereka sudah berada dilingkungan masyarakat.

6) Program Sholawat

Dengan demikian, sholawat merupakan pujian atau kemuliaan kepada Nabi Muhammad SAW, yang siapa seperti halnya doa atau dzikir kepada Allah SWT. sholawat jika datangnya dari Allah kepada-Nya, bermakna rahmat dan keridhaan. Jika dari para malaikat, berarti permohonan ampun.

Dan bila dari umatnya, bermakna sangjungan dan pengharapan, agar rahmat dan keridhaan Tuhan dikekalkan. Maka dari itu di MI At-Taqwa ini diadakan sebuah program sholawat, yang mana bertujuan mengajarkan kepada anak didik dalam memebrikan sanjungan kepada kekasih Allah dan Nabi umat muslim, selain itu memberikan harapan yang tinggi agar kelak dikumpulkan dengan para nabi dan para sahabat nabi.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso mengatakan bahwa:

Kita mempunyai program unggulan yang insyaallah di sekolah dasar lainnya itu tidak ada, dan program ini kebanyakan dilaksanakan di pendidikan pesantren, nah kita mempunyai program yang namanya program sholawat, disana digedung barat sudah disediakan yang namanya panggung sholawat. Program ini dilaksanakan di malam jumat sebulan sekali. Tujuan diadakannya panggung sholawat ini agar anak-anak ini tau isi dari sholawat itu apa, dan juga merupakan salah satu cara dalam mendekatkan diri kita kepada nabi junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW. Anak-anak itu senang kalau pas lagi program ini, karena bikin semangat dengan lantunan-lantunan sholawat yang diucapkan serentak dengan diiringi tabuhan hadrah. Kita juga berharap mendapat barokah dari sholawat ini sehingga mampu menjalankan seluruh kegiatan di madrasah ini dengan lancar termasuk dalam proses belajar mengajar.¹²⁷

¹²⁷ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.



Gambar 4.15
Program Sholawat¹²⁸

Dari gambar diatas menunjukkann bahwa salah satu program unggulan yang tidak ada di sekolah dasar lain yaitu program sholawat. Program ini juga menjadi strategi baru untuk MI At-Taqwa dalam memenangkan persaingan yang ketat, dengan memunculkan program-program unggulan baru dengan bertemakan keislaman, karena pada dasarnya MI At-Taqwa ini merupakan madrasah yang memiliki jiwa keagamaan yang tinggi serta pendidikan dan pembelajaran yang berorientasi pada terbentuknya peserta didik yang beriman, bertaqwa, dan berakhlak mulia atas dasar nilai-nilai islam ala ahlus sunnah wal jama'ah. Madrasah ini juga tetap menjaga tradisi lama yang baik dan mengambil perkembangan baru yang lebih baik.

Dari beberapa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang peneliti lakukan mengenai program sholawat ini dapat ditarik kesimpulan bahwa program sholawat juga sangat sekali

¹²⁸ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 9 September 2022.

jarang ada disekolah lain, dan MI At-Taqwa melaksanakan program sholawat ini bertujuan agar siswa dan siswi tau bagaimana cara melampiaskan kerinduan terhadap baginda Agung Nabi Muhammad SAW. yakni Salah satunya dengan terus bersholawat dengan tujuan mendapat syafaat-Nya dan diakui kelak di akhir zaman. Program sholawat ini dilaksanakan setiap hari jumat dimalam hari, dan diikuti oleh seluruh siswa dan siswi serta asatidz dan asatidzah MI At-Taqwa Bondowoso.

Berdasarkan beberapa pendapat dan pernyataan diatas mengenai program unggulan yang ada di MI At-Taqwa Bondowoso ini dapat ditarik kesimpulan bahwa program unggulan ini termasuk salah satu strategi madrasah agar dapat bersaing dan disaingi pada prosentase pemasaran madrasah, dari beberapa program unggulan yang telah dilaksanakan di MI At-Taqwa Bondowoso ini sangat menarik pandangan masyarakat

terhadap madrasah ini, karena madrasah ini penuh dengan program keagamaan. Program-program unggulan yang ada di MI At-Taqwa ini tidak hanya dilaksanakan di awal tahun pelajaran saja melainkan terus dilaksanakan setiap hari dari semenjak didirikan madrasahnyanya hingga saat ini. Dari tahun ke tahun hingga Sekarang ini mulai banyak program baru yang dilaksanakan, dengan begitu, itu menunjukkan bahwa produk yang dijual atau dipasarkan MI At-Taqwa ini sangat laku di

pasar. Pengguna jasa pendidikan itu tidak butuh hanya pajangan tulisan saja mengenai produk yang ada di dalam madrasah, tetapi butuh bukti jelas bahwa madrasah itu benar-benar melaksanakan program-program tersebut.

b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Guru

Dalam era persaingan pendidikan yang ketat, banyak sekali bermunculan madrasah-madrasah baru, sehingga membuat madrasah yang sudah lama berdiri menyusun strategi pemasaran produknya agar tetap laku dipasaran, sehingga mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain serta dapat tetap berada di level favorit di kabupaten tersebut. Dengan begitu MI At-Taqwa melakukan strategi pemasaran produknya dengan meningkatkan kualitas pelayanan gurunya.

Pelayanan guru diberikan oleh guru kepada siswa juga menjadi faktor penting dalam membentuk siswa yang unggul. Guru yang memiliki kualitas yang baik dan profesional dapat dilihat dari cara guru tersebut menyampaikan mata pelajaran kepada para siswa.

Berdasarkan observasi peneliti terkait kualitas pelayanan guru di MI At-Taqwa Bondowoso ini dalam meningkatkan daya saing lembaga menunjukkan bahwa sejauh ini selama mengikuti kegiatan di MI At-Taqwa termasuk pada saat pembelajaran dan melaksanakan program-program unggulan seperti pelaksanaan sholat dhuhanya, ustadz dan ustadzah di MI At-Taqwa ini memberikan pelayanan dengan baik kepada anak didiknya, dengan memberikan bimbingan

yang lembut, peka akan kebutuhan anak didiknya, serta menuntun anak didiknya yang kurang aktif dalam pelajarannya. Apalagi pada saat sholat dhuha, setiap wali kelas langsung turun tangan memberikan bimbingan serta mengontrol gerakan-gerakan sholatnya. Dengan begitu membuat anak didik ini tidak merasa takut melakukan sesuatu karena mereka tidak jauh dari pantauan ustadz dan ustadzahnya.¹²⁹

Hal itu sesuai dengan pendapat dari Ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso berpendapat bahwa:

Menurut saya dalam meningkatkan daya saing lembaga ini di MI At-Taqwa selain menggunakan strategi meningkatkan program unggulannya, juga menggunakan strategi meningkatkan kualitas pelayanan gurunya, dimana kita sebagai guru tidak hanya semata-mata memberikan pelajaran di kelas saja, akan tetapi tugas guru ini juga harus bisa peka dengan keadaan emosional, spiritual, ibadahnya anak-anak. Jika guru ini peka terhadap kebutuhan yang dibutuhkan anak-anaknya maka anak ini akan mudah memahami apa yang disampaikan dan tau apa yang harus dilakukan selanjutnya. Apabila guru tidak peka terhadap anak-anaknya yah apa yang di berikan itu hasilnya akan nihil. Apalagi anak-anak diusia yang masih kecil ini mood dalam belajarnya harus lebih di kontrol lagi, karena mereka baru selesai menginjak taman kanak-kanak.¹³⁰

Selaras dengan pendapat dari ibu Diana Rosyidah selaku wali murid dari salah satu anak kelas 5i berpendapat bahwa:

Menurut saya ya mbak selama anak saya sekolah di MI At-Taqwa ini dari kelas satu sampai kelas lima sekarang ini, dia memiliki banyak perubahan, dimana pada saat kelas satu dia sangat susah belajar dan menangkap dengan baik pelajarannya,

¹²⁹ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 26 Agustus 2022.

¹³⁰ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

namanya anak-anak yah moodnya kadang baik kadang tidak. Dengan berjalannya waktu, dia bisa merubah kebiasaannya yang masih dibawa di taman kanak-kanak dengan bimbingan gurunya yang telaten, alhamdulillah dia sedikit-sedikit mengerti pelajaran yang diberikan oleh gurunya. Selain itu juga selalu mempraktekkan apa yang ia dapat selama disekolah termasuk adab dan sopan santunnya.¹³¹

Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat dari adik Alvin Amrina Rosyada, Hafidzah Zuhrah Abdillah, Dian Fudi Nabila, dan Dzakiyah Afifatunnisa yang merupakan siswi dari kelas 6D berpendapat bahwa:

Menurut saya ya kak, ustad-ustadzah disini itu baik-baik, memberikan pelajaran yang sangat mudah dimengerti oleh kita, apalagi kalau dengan prakteknya seperti pelajaran tematik seni budaya yang selalu buat kerajinan. Selain itu kalau kita capek atau tidak semangat dalam belajar, biasanya ustad-ustadzah itu mengembalikan semangat kita dengan main kuis, yel-yel, kadang juga belajar diluar kelas. Jadi semangat lagi kita kalau belajar ada permainannya juga, gak bikin bosan juga.¹³²



¹³¹ Diana Rosyidah, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 9 September 2022.

¹³² Alvin Amrina Rosyada dkk, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 7 September 2022.



Gambar 4.16
Prestasi Siswa-Siswi¹³³

Dari gambar diatas dapat diketahui adanya Pelayanan yang diberikan oleh ustad-ustadzahnya, sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan anak didiknya, bagaimana tidak, dengan adanya pelayanan yang baik dari guru-guru yang profesionalitasnya tinggi inilah membawa hasil kepada anak didiknya yaitu dengan memberikan segudang prestasi. Jika dilihat bersama banyak sekali penghargaan yang diraih oleh MI At-Taqwa mulai di tingkat kabupaten, provinsi, hingga nasional sekaligus. Dari adanya prestasi-prestasi yang telah berhasil diraih oleh anak didik ini sangat membuktikan kepada masyarakat luas bahwa produk dari MI At-Taqwa ini benar-benar memberikan kualitas pelayanan guru yang baik serta ilmu pendidikan yang diberikan benar-benar diterima oleh para pengguna jasa pendidikan.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing

¹³³ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 15 September 2022.

lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso ini tidak hanya memunculkan program-program unggulan saja melainkan harus di tekankan lagi pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh madrasah mulai dari pelayanan guru kepada anak didik ataupun pelayanan guru terhadap wali murid. Dengan adanya strategi meningkatkan kualitas pelayanan guru ini menjadikan MI At-Taqwa ini tetap dan mampu bersaing dengan sekolah-sekolah yang unggul di kabupaten Bondowoso, namun sejauh ini MI At-Taqwa masih menjadi sekolah favorit tingkat madrasah dengan status swasta dan penuh dengan ilmu agamanya.

c. Sarana dan Prasarana yang lengkap

Selain adanya program unggulan dan kualitas pelayanan guru yang menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing lembaga dalam dunia pemasaran madrasah, strategi meningkatkan sarana dan prasarananya juga menjadi hal yang penting, karena dalam penilaian masyarakat selain program unggulan dan kualitas pelayanan gurunya, juga akan melihat keadaan sarana dan prasarana penunjangnya, apakah sudah sangat memenuhi kebutuhan anak didik atau belum.

Berdasarkan hasil observasi peneliti mengenai kualitas sarana dan prasarana dalam menunjang kebutuhan anak didik di MI At-Taqwa Bondowoso adalah jika dilihat dan ditelusuri lebih dalam lagi mengenai sarana dan prasarana yang ada di MI At-Taqwa ini sudah

cukup baik, mulai dari kelas yang nyaman, bangku dan kursi yang ketika ada kerusakan langsung diganti, serta fasilitas penunjang lainnya seperti perpustakaan, laboratorium komputer, UKS siswa, kamar mandi, Kantin, bahkan masjid pun menggunakan masjid agung yang dikenal banyak masyarakat yakni masjid agung at-taqwa yang menjadi masjid besar ditengah-tengah kota. Antara gedung barat dan gedung timur ini untuk fasilitasnya sudah sangat memadai, walaupun jaraknya jauh tidak menutup kemungkinan untuk fasilitasnya itu sama, sehingga kegiatan yang dilakukan berjalan dengan lancar.¹³⁴

Berdasarkan hal tersebut sesuai dengan pendapat dari ustadz Nuhan Ismail Saleh selaku Waka Kesiswaan di MI At-Taqwa Bondowoso berpendapat bahwa:

Fasilitas digedung barat dan gedung timur itu sama sama ada, jika dilihat dari fasilitas kelasnya sama-sama memberikan kenyamanan bagi anak-anak, kalau digedung timur itu ruang kelasnya lebih banyak ventilasi udaranya, dan kebetulan gedungnya menghadap ke timur, jika dipagi hari itu matahari bisa menembus jendela kelas sehingga membuat pencahayaan didalam kelas itu terang sekali. Untuk fasilitas penunjang lainnya seperti lab komputer, UKS, kantin dan musholla itu digedung timur juga ada, berbeda dengan gedung barat itu ada perpustakaan, UKS juga, bedanya hanya masjid, saja. Dan alhamdulillah walaupun gedungnya berjauhan tapi fasilitas kita tingkatkan, karena kan gedung barat dan gedung timur ini satu, hanya saja muridnya yang dipecah menjadi dua yang mana kelas 1 sampai tiga digedung barat, sedangkan kelas 4 sampai 6 digedung timur. Yah lebih alhamdulillahnya lagi kita tetap bisa membawa segudang

¹³⁴ Observasi di MI At-Taqwa Bondowoso, 19 Agustus 2022.

prestasi dengan piala penghargaan-penghargaan yang dipajang digedung barat itu.¹³⁵



Gambar 4.17
Sarana dan Prasarana Madrasah¹³⁶

Dari beberapa gambar diatas dapat diketahui adanya fasilitas sarana dan prasarana penunjang dalam memenuhi kebutuhan peserta didik, dengan adanya kelengkapan sarana dan prasarana juga akan membantu peserta didik dalam proses belajar mengajarnya. Dengan

¹³⁵ Nuhan Ismail Saleh, diwawancarai oleh Penulis, MI At-Taqwa Bondowoso, 24 Agustus 2022.

¹³⁶ Dokumentasi Peneliti, didokumentasikan pada 15 September 2022.

begitu maka peserta didik mampu berkembang dengan baik dan juga dapat memberikan segudang prestasi terhadap madrasahnyanya. Jika tidak ada fasilitas sarana dan prasarana yang nyaman maka proses belajarnya tidak begitu efektif, semisal kurangnya ventilasi udara, ruangan kelas yang sempit, gedung dekat dengan pengolahan sampah, atau juga ketika ingin mengetahui lebih tentang pelajarannya bisa belajar di perpustakaan, dan lain sebagainya.

Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso ini yakni menggunakan strategi program unggulan yang tidak banyak ada di lembaga lain yakni program-program unggulan keagamaan ala pesantren, peningkatan kualitas guru serta peningkatan kualitas sarana dan prasarana yang memadai dalam membantu siswa-siswi dalam memenuhi kebutuhan. Dari beberapa strategi tersebut menjadikan MI At-Taqwa ini mampu bersaing dengan lembaga-lembaga lain, bahkan menjadi saingan terberat di lembaga lain, karena program unggulan yang sangat mengacu pada dunia pendidikan ala pesantren yang sangat banyak di minati masyarakat, selain itu masyarakat juga sangat membutuhkan pendidikan untuk anaknya tidak hanya pendidikan dunianya melainkan juga pendidikan akhiratnya. Maka dari itu MI At-Taqwa masih berada di titik persaingan level tertinggi dan menjadi

madrasah favorit di kabupaten Bondowoso. Selain itu kualitas guru di MI At-Taqwa yang selalu ada peningkatan yakni dengan adanya guru-guru yang profesionalitas dan mengemban serta membimbing anak didik penuh dengan kasih sayang. Selain guru yang berkualitas juga adanya peningkatan sarana dan prasana yang selalu melengkapi kurangnya dengan adanya pengecekan dan laporan tentang sarana dan prasarana yang ada kerusakan serta mengadakan sarana dan prasarana jika benar-benar dibutuhkan.

Tabel 4.4
Temuan Penelitian

No.	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Strategi Bauran Pemasaran Tempat Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso	Strategi pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah tempat atau lokasi yang digunakan mulai dari gedung barat dan gedung timur sudah sangat strategis, selain itu ruang kelas yang cukup luas dengan nuansa keindahan disetiap kelasnya yakni adanya sebuah hiasan dari kreativitas siswa yang dapat membangun imajinasi yang baik dan semangat belajarnya
2.	Strategi Bauran Pemasaran Promosi Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso	Strategi pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah dengan menggunakan promosi pada umumnya yakni dengan menggunakan media cetak berupa brosur dan spanduk, media online berupa media whatsapp, facebook, instagram, dan youtube, dan juga dari mulut ke mulut melalui orang tua, alumni, tukang becak didepan madrasah, dan angkot khusus siswa dan siswi yang rumahnya jauh dari

No.	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
		<p>madrasah. Serta promosi secara langsung yang dilaksanakan setiap hari dengan memberikan inovasi-inovasi baru yang sangat menarik bagi masyarakat luar agar rasa ingin tahunya lebih lagi kepada madrasah.</p>
3.	<p>Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso</p>	<p>Strategi pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI AT-Taqwa Bondowoso adalah menawarkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan, serta penentuan harga dihitung dengan melakukan preferensi pasar menggunakan segmentasi psikografis dan segmentasi demografis, dan menetapkan segmentasi pemasaran harga dengan analisis terukur dengan data konsumen, perilaku masyarakat, aspek keterjangkauan, dan keberlanjutan manfaat. Dana madrasah berasal dari SPP, Dana BOS, dan donatur.</p>
4.	<p>Strategi Bauran Pemasaran Produk Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso</p>	<p>Strategi pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah dengan adanya program-program unggulan berjiwa islami dan berkarakter ala pesantren, peningkatan kualitas guru, serta peningkatan sarana dan prasarana.</p>

C. Pembahasan Temuan

Dalam sub bab ini merupakan gagasan peneliti mengenai data temuan-temuan oleh peneliti ketika dilapangan. Data-data tersebut akan dibahas dan dikaitkan dengan teori yang ada, berikut pembahasannya mengenai strategi pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso.

1. Strategi Pemasaran Tempat Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Dalam menghadapi era persaingan yang ketat membuat semua lembaga pendidikan melakukan berbagai strategi agar lembaga mereka mampu bersaing dengan lembaga-lembaga lainnya. Tempat madrasah menjadi salah satu strategi dalam menghadapi persaingan. Tempat merupakan hal utama yang dilihat oleh para pengguna jasa pendidikan, apakah tempat yang digunakan bisa dijangkau oleh kendaraan umum atau tempat yang digunakan sudah berada dilingkungan yang aman dan nyaman untuk melaksanakan kegiatan pendidikan.

Para pimpinan lembaga pendidikan sependapat bahwa lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum, cukup berperan sebagai pertimbangan bagi calon siswa. Demikian pula para siswa menyatakan bahwa lokasi turut menentukan pilihan mereka. Mereka menyenangi lokasi dikota dan yang mudah dicapai kendaraan umum, atau ada fasilitas alat transportasi dari lembaga atau bus umum yang disediakan oleh pemerintah daerah. James dan philips mengategorikan unsur-unsur saluran distribusi jasa pendidikan menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

- a. Penampilan (*appearance*) jasa pendidikan, yaitu seberapa efektif penampilan dan lokasi sekolah;
- b. Pelanggan dan pengunjung (*costumers and their vistors*) jasa pendidikan, dimana kultur jasa pendidikan yang berorientasi pada

pelanggan jasa pendidikan harus memperhatikan pelanggan jasa pendidikan;

- c. Hubungan mula-mula dan aksesibilitas (*first contact and accessibility*) jasa pendidikan, yang berkaitan dengan cara individu berhubungan dengan sekolah dan kemudahan menjalin hubungan dengan sekolah.¹³⁷

Lokasi dalam jasa pendidikan merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen/pelanggan jasa pendidikan dan dimana lokasi yang strategis. Kemanan tempat atau lokasi yang dituju, dalam hal ini perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti akses (kemudahan mencapai lokasi), visibilitas (lembaga tersebut dapat dilihat dengan jelas keberadaannya fisiknya), lalu lintas, tempat parkir, ekspansi (ketersediaan lahan untuk meningkatkan perluasan usaha), persaingan (dengan memperhitungkan lokasi pesaing). Berdasarkan hasil temuan, tempat atau lokasi MI At-Taqwa sudah dikatakan sangat strategis, dimana lokasi madrasah yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum serta berada di tengah-tengah kota. Selain itu tempat MI AT-Taqwa ini berada di titik yang mudah terlihat keberadaannya, serta berlokasi di lingkungan yang sangat aman dan nyaman.

Tempat madrasah ini juga menjadi cover bagi madrasah agar terlihat menarik dimata masyarakat, karena jika suatu lembaga berada di

¹³⁷ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 131.

tempat yang tidak layak untuk ditempati, maka masyarakat pun susah untuk menoleh lembaga tersebut. Jadi tempat yang berada dilahan yang strategis, aman, dan terjamin kenyamanannya, itu sangat mudah bagi madrasah dalam menarik perhatian masyarakat untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai madrasah itu sendiri.

2. Strategi Pemasaran Promosi Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Kegiatan promosi merupakan bagian dari pemasaran dalam penyebaran informasi kepada konsumen. Promosi sangat penting bagi suatu perusahaan karena memiliki fungsi yang sangat strategis yaitu membantu perusahaan dalam memberikan informasi produk, membujuk, mempengaruhi, membangun dan menciptakan kesan positif kepada konsumen.¹³⁸

Media promosi yang digunakan dalam memasarkan jasa pendidikan di MI At-Taqwa Bondowoso seperti pada umumnya yakni menggunakan konvensional dan non-konvensional. Media konvensional yang dimaksud dalam bahasan ini adalah media promosi yang tidak memanfaatkan internet sebagai basis dalam penggunaannya. Yang termasuk dalam kriteria ini meliputi brosur, spanduk, kalender, word of mouth dan sebagainya. Sedangkan media non-konvensional yang dimaksud adalah media promosi berbasis internet dalam penggunaannya meliputi website, aplikasi media sosial seperti facebook dan youtube.

¹³⁸ Emelda, Analisis Strategi Bauran Promosi Kedai Kopi Nilang Dengan Pendekatan Kualitatif, *Jurnal Adminika* Volume 8 Nomor 1, (2022), 30-47.

Tabel 4.5
Kriteria Media Promosi

Media Konvensional	Media Non-Konvensional
1. Brosur (<i>leaflet, flyer, dsb</i>) 2. Spanduk 3. Kalender 4. <i>Word of mouth</i>	1. Website 2. Aplikasi media sosial: facebook dan youtube

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan media non-konvensional dianggap lebih efektif dibandingkan dengan media konvensional karena beberapa sebab: a) keterjangkauan pengakses. Media konvensional mampu menjangkau wilayah-wilayah yang jauh bahkan sampai ke manca negara. Sedangkan media konvensional hanya bisa dilihat oleh mata yang langsung berhadapan dengan benda tersebut. b) bisa diukur. Media non konvensional dapat diukur dari sisi pengguna akses informasi. Sedangkan media konvensional bersifat sporadis. c) dari sisi biaya lebih murah. Sedangkan media konvensional cenderung mahal. Agar lebih mudah untuk memahami berikut ditampilkan tabel perbedaan:

Tabel 4.6
Perbedaan Media

	Media Konvensional	Media Non-Konvensional
Kelebihan	1. Bisa dilihat langsung 2. Tidak memerlukan akses internet	1. Jangkauan akses luas dan terbuka 2. Murah 3. Dapat fokus pada target pasar
Kekurangan	1. Jangkauan terbatas pada suatu tempat 2. Mahal 3. Seporadis	1. Butuh koneksi internet yang memadai 2. Masyarakat masih ada yang belum terlalu paham pada perkembangan media digital (teknologi informasi).

Selain memanfaatkan media, MI At-Taqwa Bondowoso juga mendiferensiasikan program yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan sesuatu baru yang dirasakan oleh madrasah secara menyeluruh sebagai ciri khusus suatu program yang ditawarkan. Strategi ini bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti: menghasilkan output yang berkualitas secara akademik dan non akademik, menawarkan inovasi, skill, dan keterampilan melalui kebijakan dan program yang ditawarkan, meningkatkan saluran distribusi kerjasama dengan lembaga yang memiliki reputasi baik, dan lain sebagainya.¹³⁹

Menurut Kotler dan Amstrong, strategi bauran promosi memiliki alat-alat promosi yang terdiri dari 5 macam yaitu: *Advertising* (periklanan), *Sales Promotion* (promosi penjualan), *personal Selling* (penjualan perseorangan), *Public Relations* (hubungan masyarakat), dan *Direct Marketing* (penjualan langsung).¹⁴⁰

MI At-Taqwa Bondowoso dalam mempromosikan madrasah juga menggunakan publisitas untuk mempromosikan program-program unggulan yang ditawarkan kepada masyarakat seperti madrasah mengadakan event kegiatan yang menarik masyarakat seperti wisuda kelas Tahfidzul Quran, Reuni Akbar, Panggung Sholawat, Manasik Haji,

¹³⁹ Nadifatul Mufidah, Strategi Meningkatkan Daya Saing SMK Negeri 3 Batu Jurusan Broadcasting, *unpublished PhD Thesis* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019, 54; Crown Dirgantoro, *Strategic Management Concept, Case & Implementation*, (Jakarta: PT Gramedia, 2001), 72-73.

¹⁴⁰ Galu Khotimatul Khusna dan Farah Oktafani, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donuts Bandung, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Volume 11 Nomor 1, (April 2017): 30.

dan masih banyak lagi event yang dilakukan sebagai bagian dari promosi madrasah kepada masyarakat.

MI At-Taqwa Bondowoso dalam mempromosikan juga menggunakan teknik word of mouth (WoM). Teknik ini biasa disebut dengan gethok tular (bahasa jawa) yaitu menyampaikan informasi dari mulut ke mulut. Teknik promosi dengan menggunakan WoM bukan sesuatu yang baru, bahkan WoM merupakan perangkat konvensional sebagai teknik pemasaran. Orang tua siswa banyak yang mendapatkan informasi tentang sekolah dari teman, tetangga, kenalan dan sebagainya.

Ketika peneliti menanyakan, apakah pernah menceritakan kelebihan sekolah, sebagian besar mengatakan pernah. Yang menarik, ketika ditanyakan, pernah menyampaikan kekurangan sekolah, sebagian kecil partisipan mengatakan pernah. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan WoM sangat besar untuk perkembangan sekolah. Apalagi madrasah memanfaatkan angkutan umum seperti tukang becak dan supir angkot serta alumni yang sudah memiliki posisi dan peran diberbagai bidang strategis.

Melalui kegiatan promosi ini, MI At-Taqwa Bondowoso berusaha terus meningkatkan daya saing lembaga melalui nilai yang sudah terkandung dalam visi dan misi madrasah. Alawiyah dalam tesisnya mengatakan bahwa brand image dalam islam diawali identitas madrasah yang mencerminkan values dan character yang kuat sehingga mampu

menciptakan asumsi dan persepsi masyarakat yang positif dengan prinsip-prinsip Islam.

Condro Wiratmoko dkk, dalam penelitiannya mengatakan pemanfaatan sosial media dalam mempromosikan suatu produk lebih efektif dalam menarik minat masyarakat khususnya target sarannya adalah generasi milenial dan gen Z. Penggunaan IoT dan teknologi digital memungkinkan siswa untuk bertransformasi dari negatif menjadi positif di media sosial Tiktok. Tiktok digunakan sebagai wadah kreativitas mahasiswa dalam melakukan pemikiran kritis tentang segmentasi, pengelolaan media sosial, dan bagaimana mereka menampilkan karyanya. Selain itu, fitur-fitur di Tiktok merupakan kebutuhan alami yang membuat siswa lebih nyaman belajar karena mengkomodifikasi kebutuhan siswa sebagai gen Z, yang memang memiliki keakraban dengan IoT dan teknologi digital.¹⁴¹

Hal ini sudah sesuai dengan brosur dalam promosi madrasah di MI At-Taqwa ini merupakan visi dalam madrasah yaitu madrasah hebat, bermartabat, berstandart dunia dan akhirat. Jelas bahwa sejak awal berdirinya, madrasah adalah lembaga pendidikan formal yang berciri khas keagamaan dan agama (tafaqquh fiddin). Nomenklatur konsep tersebut sangat jelas tercantum dalam landasan normatif pendidikan madrasah, lebih dalam lagi dalam landasan teologis, disebutkan

¹⁴¹ Condro Wiratmoko dan Mochammad Tejo Sampurno, The Enchantment Of Tiktok as Gen Z Creativity Place In SMA Negeri 2 Surabaya's Batik Motif Online Exhibition, *Education and Human Development Journal* Volume 5 Nomor 2, (2021): 1-11.

bagaimana sesungguhnya tafaqquh fiddin adalah fitrah dasar pengembangan dan pemberdayaan umat, sebagaimana firman Allah:

﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾

Artinya : “Dan tidak sepatutnya orang-orang mukmin itu semuanya pergi (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya”¹⁴².

Ayat tersebut merupakan isyarat tentang wajibnya pendalaman agama dan bersedia mengajarkannya ditempat-tempat pemukiman serta memahami orang-orang lain kepada agama sebanyak yang dapat memperbaiki keadaan mereka. Sehingga mereka tak bodoh lagi. Menurut KH, Sahal Mahfudh Tafaqquh Fiddin dapat dipahami dari dua arah, pertama dipahami secara sempit, yaitu pemahaman ilmu-ilmu agama saja. Dan yang kedua dipahami secara luas, yaitu pendalaman ilmu-ilmu agama dan ilmu yang mendorong pencapaian kebaikan didunia dan akhirat.

Maka dari itu di MI At-Taqwa dalam mempromosikan madrasahnyanya baik ditulis dalam brosur ataupun promosi secara langsung itu selalu menunjukkan kepada masyarakat luas bahwasannya pendidikan di MI At-Taqwa ini mengajarkan ilmu tentang dunia dan juga ilmu tentang akhiratnya. Semua itu ditunjukkan melalui program-program

¹⁴² Al-Qur'an Terjemah Kemenag 2019, Surat At-Taubah [9]: 122.

unggulan, prestasi-prestasi yang dihasilkan serta output lulusan madrasah yang diterima di beberapa perguruan tinggi favorit baik dalam negeri maupun luar negeri sekalipun. Informasi ini sekaligus membantu madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaganya terhadap kompetitor lain serta sebagai ajang pembuktian diri menjadi madrasah yang unggul dan kompetitif dalam setiap program yang ditawarkan kepada masyarakat.

3. Strategi Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan atau keinginan tertentu. Dalam menentukan harga suatu produk atau jasa dapat dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut adalah: 1) melakukan survei pasar harga produk kompetitor, 2) Menetapkan sasaran harga produk atau jasa, 3) Memperkirakan permintaan pasar terhadap produk atau jasa, 4) Menentukan biaya dan menentukan biaya harga jual, 5) Menganalisis harga, biaya, dan penawaran pesaing, 6) Menetapkan metode penentuan strategi harga produk atau jasa, dan 7) Menetapkan harga akhir.¹⁴³

¹⁴³ FI. Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2014), 64.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk atau mereknya.¹⁴⁴ Harga pada umumnya ditetapkan melalui negosiasi pembeli dan penjual. Tawar menawar masih merupakan permainan di beberapa wilayah. Menetapkan satu harga untuk semua pembeli merupakan gagasan yang relatif modern yang muncul bersama perkembangan eceran berskala besar pada akhir abad kesembilan belas.¹⁴⁵

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, harga, nilai, dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*, (Yogyakarta: PT Indek, 2009), 77.

¹⁴⁵ *Ibid*, 78.

¹⁴⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), 169.

Definisi diatas memberikan arti bahawasannya harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Basu Swastha dan Irawan mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.¹⁴⁷

Dapat dipahami dari pengertian diatas bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah terkandung di dalamnya jasa pelayanan yang diberikan oleh penjual. Terdapat berbagai macam istilah untuk penyebutan harga. Perbedaan istilah harga tersebut menyesuaikan kepada situasi dan tempat. Fandy Tjiptono menyatakan harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (exchange) dalam pemasaran.¹⁴⁸

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, bahwa istilah harga dalam bisnis jasa bisa ditemui dengan berbagai sebutan. Universitas atau perguruan tinggi menggunakan SPP (tuotion), konsultan profesional menggunakan istilah *fee*, bank menggunakan istilah *service charge*, jasa

¹⁴⁷ Basu Swastha dan Irawan Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2005), 241.

¹⁴⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 151.

jalan tol atau jasa angkutan menggunakan istilah tarif, pialang menggunakan komisi, apartemen menggunakan istilah sewa, asuransi menggunakan istilah premi, dan sebagainya.¹⁴⁹

Harga produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri. Apabila kualitas produk baik, maka harganya akan berada pada posisi di atas rata-rata. Sebaliknya apabila produk berkualitas sedang atau rendah maka harganya pun akan mengikuti. Harga juga berhubungan dengan nilai produk atau jasa. Jika suatu produk memberikan nilai yang tinggi, maka produk tersebut juga bernilai tinggi bagi konsumen.

Dalam konteks persaingan, diferensiasi harga merupakan tindakan biaya lebih rendah dari pesaing dalam kondisi dimana kualitas atau nilai produk adalah sama. Ketika konsumen membandingkan kualitas produk antara satu madrasah dengan madrasah lainnya, maka yang terjadi konsumen akan memilih madrasah dengan biaya paling ringan diantara madrasah lainnya dengan kondisi kualitas layanan yang sama.

Diferensiasi harga dilakukan madrasah dengan terlebih dahulu melakukan riset tentang pesaing dari sisi harga dan kualitas layanan yang dijanjikan oleh sebuah madrasah pesaing, kemudian menganalisis hasil riset tersebut untuk dijadikan pertimbangan dalam penyusunan strategi harga/biaya dalam proses pemasaran madrasah. Ketepatan dalam penentuan posisi harga ditengah persaingan akan ikut menentukan sejauh

¹⁴⁹ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salmeha Empat, 2006), 98.

mana perolehan jumlah siswa baru sebuah madrasah. Sebagaimana di MI At-Taqwa Bondowoso ini strategi pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga yakni dengan menentukan sebuah harga madrasah sesuai kebutuhan yang ada di madrasahnyanya. Selain itu dalam menentukan harga, sebelumnya melakukan riset harga dengan kompetitor lain, jika kompetitor lain menggunakan strategi harga gratis untuk menarik minat masyarakat, namun di MI At-Taqwa menggunakan strategi harga yang sesuai dengan kualitas dalam madrasah, kualitas dalam madrasah dapat dilihat langsung oleh masyarakat luas yakni dengan adanya program-program unggulan yang berkarakter ala pesantren, guru-guru yang profesional serta sarana dan prasarana yang memadai. Bagi MI At-Taqwa menaikkan sebuah harga madrasah menjadikan sebuah sedekah bagi pengguna jasa pendidikan, dengan ikhlas dan ikhtiar dalam menghargai sebuah ilmu maka menjadikan keberkahan rizki dalam hidupnya. Ilmu itu sifatnya bernilai mahal, jika ingin ilmu yang berkah maka berusaha dalam menggapai ilmu tersebut dengan sebuah perjuangan yang berbuah ikhlas dan ikhtiar. Maka dari itu dana madrasah yang ada di MI At-Taqwa ini berasal dari Panah Syari'ah (SPP), Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dan Donatur dari wali murid, alumni serta masyarakat sekitar. Dari penetapan harga yang setiap tahunnya berbeda dapat dilihat juga dari bertambahnya siswa baru setiap tahunnya juga, dengan harga yang bersaing serta kualitas yang menjamin menjadikan MI At-Taqwa ini sebuah madrasah favorit bagi masyarakat

dan juga mampu bersaing dengan sekolah-sekolah dalam kota maupun luar kota dengan pembuktian pendapatan segudang prestasi tiap tahunnya.

4. Strategi Pemasaran Produk Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso

Produk adalah sesuatu yang diperjual belikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari suatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan. Produk atau jasa ini biasanya merupakan alat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta bentuknya berwujud, dapat dilihat, dan menarik.¹⁵⁰

Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan. Ia juga menambahkan bahwa produk bisa terwujud barang fisik, orang, tempat, organisasi, dan ide-ide.¹⁵¹ Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur yang paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Para manajer dalam organisasi ini berfokus pada membuat produk yang superior dan meningkatkannya sepanjang waktu.

Produk merupakan hal mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi masyarakat. Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan

¹⁵⁰ FI. Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*, 50.

¹⁵¹ Aris Marwanto, *Marketing Sukses*, (Yogyakarta: KOBIS, 2015), 13.

keinginannya. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas. Sebab, konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu, apalagi harganya mahal.

Diferensiasi produk dalam konteks pendidikan madrasah dapat dijelaskan dari penjelasan Muhaimin bahwa perbedaan antara madrasah dengan sekolah adalah kalau madrasah merupakan sekolah umum berciri khas agama islam, sedangkan sekolah adalah tidak demikian.¹⁵² Maka dengan demikian diferensiasi produk terletak pada muatan kurikulum pendidikan di madrasah yang memuat transformasi nilai-nilai keislaman yang disusun sedemikian rupa sehingga lebih menonjol dibandingkan dengan sekolah pada umumnya. Tugas madrasah dalam rangka diferensiasi produk ini adalah bagaimana agar ciri khas pendidikan agama islam yang dimiliki madrasah benar-benar bisa membuktikan bahwa pemahaman dan penghayatan siswa madrasah terhadap agama islam berbeda dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pemahaman dan penghayatan siswa sekolah pada umumnya.

Jika dibandingkan dengan sekolah, diferensiasi produk jasa pendidikan pada madrasah tidak begitu sulit untuk dilakukan. Berbeda dengan ketika diferensiasi produk ini diperbandingkan antara satu madrasah dengan madrasah lainnya, maka akan sulit diukur hal-hal yang membedakan antara satu dengan yang lainnya. Hal yang paling mungkin dilakukan adalah dengan menciptakan keunggulan yang spesifik yang

¹⁵² Muhaimin, *Pemikiran dan Aktualisasi Pengembangan Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 116.

dapat dilihat dan dirasakan oleh siswa ketika membandingkan dengan madrasah lain. keunggulan spesifik ini harus senantiasa dikembangkan dan bila perlu sampai pada titik dimana madrasah pesaing tidak bisa menirunya.

Keunggulan yang dicanangkan sekolah seyogyanya mengakar pada keunggulan lokal yang berkualitas global. Sebagaimana pada lembaga pendidikan di MI At-Taqwa strategi pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga yakni dengan memiliki ciri khas pendidikan karakter siswa yang berjiwa islami dan berakhlakul karimah. Selain itu strategi yang dilakukan MI At-Taqwa dalam menghadapi persaingan yakni dengan melengkapi program-program madrasah seperti pada saat ini adanya program-program unggulan berupa kelas tahfidz, menghafal asmaul husna, menghafal aqidatul awwam, sholat dhuha berjamaah, sholat dhuhur berjamaah, panggung sholawat. Dari beberapa program tersebut ada daya tarik sendiri untuk masyarakat, dimana pada era saat ini kebanyakan masyarakat mencari lembaga pendidikan yang tidak hanya mengajarkan tentang ilmu umumnya saja melainkan juga mengajarkan tentang agama serta prakteknya itu seperti apa. Selain adanya program-program unggulan tersebut strategi yang dilaksanakan oleh MI At-Taqwa yakni dengan memperbaiki kualitas guru serta kualitas sarana dan prasarana yang memadai. Pembuktian dari strategi yang digunakan MI At-Taqwa ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah siswa tiap tahunnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan fokus penelitian, paparan data, dan temuan peneliti, serta analisis data yang dilakukan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran tempat madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-taqwa Bondowoso adalah letak lokasi atau tempat madrasah baik digedung barat atau gedung timur itu berada pada tempat yang strategis. Pada gedung barat memiliki halaman madrasah yang dilengkapi kanopi tujuannya agar sinar matahari tidak menembus langsung dan pada saat hujan datang tidak mengalami percikan air secara langsung pada setiap ruangan terutama pada lantai satu. Pada gedung timur halaman madrasah dilengkapi dengan tanaman pohon-pohon yang bertujuan agar ada berteduh disaat panas dan oksigen yang dihasilkan setiap pohon dapat masuk secara baik disetiap ruangnya terutama pada lantai satu. Serta hiasan berupa kreasi-kreasi yang dibuat langsung oleh siswa dan siswi MI At-Taqwa ada disetiap kelas baik digedung barat atau gedung timur, tujuannya agar dapat memberikan nuansa keindahan dan membangun imajinasi siswa dan siswi serta memberikan semangat dalam proses belajarnya.
2. Strategi bauran pemasaran promosi madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah dengan menggunakan

media cetak berupa brosur dan spanduk, media online berupa whatsapp, facebook, instagram, dan youtube, *Word of Mouth* (mulut ke mulut) dari beberapa alumni, orang tua, tukang becak yang mangkal didepan madrasah, dan mobil angkot khusus siswa dan siswi yang jarak rumahnya jauh dari madrasah. Adapun perbedaannya terletak pada pelaksanaan promosi tersebut, dimana jika kompetitor lain melaksanakan promosi saat mendekati PPDB, akan tetapi di MI At-Taqwa melaksanakan promosi setiap hari, yakni dengan memberikan inovasi-inovasi baru seperti contohnya jum'at ramah dan jum'at berkah. Jum'at ramah ini dimana semua ustad dan ustadzah diharuskan menyambut anak didik dengan tangan kanan bersalaman tangan kiri naik keatas kepala sambil dibacakan sholawat tujuannya agar anak lancar dalam menjalankan proses belajarnya, hal ini ditonton langsung oleh orang tua bahkan masyarakat yang lewat di depan madrasah, sambutan kepada anak didik tidak hanya dilakukan dihari jumat saja melainkan setiap hari dengan jadwal guru tertentu, tetapi jika pada hari jum'at diwajibkan semua mengikutinya. Ada juga yang namanya jumat sedekah dimana anak didik diajarkan untuk bersedekah pada saat selesai jam pelajaran pertama di tempat yang sudah disediakan oleh guru yang mengisi pelajaran pertama.

3. Strategi bauran pemasaran harga madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso yakni harga yang ditawarkan di MI At-Taqwa sesuai dengan kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan, serta penentuan harga tersebut dihitung dengan melakukan

preferensi pasar menggunakan segmentasi psikografis dan segmentasi demografis, dan menetapkan segmentasi pemasaran harga dengan analisis terukur dengan data konsumen, perilaku masyarakat, aspek keterjangkauan, dan keberlanjutan manfaat. Adapaun dana madrasah berasal dari SPP, Dana BOS, dan donatur.

4. Strategi bauran pemasaran produk madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso adalah dengan memiliki ciri khas madrasah yang mengedepankan pendidikan karakter dan akhlakul karimah, serta mengadakan program pendidikan ala pesantren yakni dengan adanya program unggulan madrasah seperti program kelas tahfidz, program menghafal asmaul husna, program menghafal aqidatul awam, program sholat dhuha, program sholat dhuhur berjamaah, dan program sholatat. Semua program unggulan tersebut tidak cukup menjadi strategi pemasaran produk madrasah, akan tetapi juga dengan meningkatkan kualitas guru dan meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pendidikan yang memadai. dengan begitu akan membantu perkembangan peserta didik dalam proses belajarnya. Semua itu sudah terbukti dengan banyak segudang prestasi yang didapatkan oleh MI At-Taqwa, karena setiap event apapun mulai dari dalam kota atau luar kota sekalipun di ikuti oleh madrasah ini.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso

Dalam hal memasarkan madrasah ini untuk lebih memberikan informasi madrasah lagi pada bagian media sosial facebook dan youtube, karena facebook disini lebih banyak ibu-ibu yang menggunakan, dan media youtube ini agar lebih diperbanyak lagi konten video tentang kegiatan madrasah, sehingga orang tua bisa lebih memantau kegiatan yang sebenarnya terjadi didalam kelas. Selain itu pemasaran berupa video dapat menarik minat masyarakat, karena tidak hanya dari kata-kata dan cerita saja tetapi juga dapat melihat video langsung kegiatan yang sedang dilaksanakan di MI At-Taqwa ini. Selain itu juga untuk bisa menambahkan sarana perpustakaan pada gedung timur dan sarana laboratorium komputer di gedung barat.

2. Bagi guru dan karyawan

Guru dan karyawan diharapkan terus memberikan pelayanan secara lemah lembut, sabar, dan juga memberikan pelayanan kepada orang tua siswa dengan tutur kata yang sopan sehingga membuat kenyamanan bagi pendengarnya. Ikut andil dalam memasarkan madrasah nya jangan hanya pada tim pemasaran yang ditentukan madrasah saja yang melakukan pemasaran madrasah, tetapi guru dan karyawan juga ikut serta mensukseskan

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas ruang lingkup penelitian maka diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah wawasan yang lebih dan menghasilkan data yang lengkap.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Alma , Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta. 2005
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta. 2007.
- Alma, Buchari. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 2007
- Al-Qur'an Terjemah Kemenag 2019. Surat At-Taubah [9]: 122.
- Arwildayanto, dkk. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: CV. Cendekia Press, 2020.
- Barnawi dan Muhammad Arifin. *Buku Pintar Mengelola Sekolah Swasta*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Barnawi dan Muhammad Arifin. *Branded School, Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*. Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2013.
- Dharmmesta, Basu Swastha, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 2005.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: CV. Putra Sejati Raya. 1971.
- Dian, Iis Rosbiah, dan Ari Prayoga. "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah". *Jurnal Dirasah*. Volume 3 Nomor 1 (Februari 2020): 6.
- Emelda. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Kedai Kopi Nilang Dengan Pendekatan Kualitatif". *Jurnal Adminika*. Volume 8 Nomor 1 (2022): 30.
- Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah". *Jurnal Madaniyah*. Volume 7 Nomor 2 (Agustus 2017).
- Halim, Fitria, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hermanto, Mochammad. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah (Studi Multi Situs di SD Islam An-Nur dan SDIQu Al-Bahjah Karangrejo)". *Jurnal Malan: Journal of Islam Muslim Society*. Volume 3 Nomor 1 (2021): 70.
- Huriyanti, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Indriako, Erwin. "Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam". *Jurnal Universitas*. Volume 9 Nomor 2 (Juli 2015):266.
- Juhana, Dudung dan Ali Mulyawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Entrepreneurship*. Nomor 1 (Desember 2015):5.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sygma Cretive Media Corp. 2014.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Karela, Felinda. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MTS Mazra'atul UlumPaciran Lamonga. Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2020.
- Khasanah, Afidatun. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden". *Jurnal El-Tarbawi*. Volume 8 Nomor 2 (2015): 166.
- Khusna , Galu Khotimatul dan Farah Oktafani. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donuts Bandung". *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Volume 11 Nomor 1, (April 2017): 30.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Principls Of Marketing*. Jakarta: Prenhalindo, 1997.
- Kotler , Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Yogyakarta: PT Indek, 2009.
- Lenggogeni, Laylani dan Augusty Tae Ferdinand, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian", *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 5 Nomor 3 (2016): 2.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salmeha Empat. 2006.
- Machali, Imam. "Rethinking Marketing Madrasah (Menimbang Pola Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah)". *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*. Volume 13 Nomor 1 (April 2015): 6-7.
- Marjo, YS. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Surabaya: Beringin Jaya Surabaya, 1997.

- Marwanto, Aris. *Marketing Sukses*. Yogyakarta: KOBIS. 2015.
- Muhaimin. *Pemikiran dan Aktualisasi Pengembangan Pendidikan Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Miles, Heberman dan Saldana. *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications, 2014.
- Mufidah, Nadifatul. Strategi Meningkatkan Daya Saing SMK Negeri 3 Batu Jurusan Broadcasting, *unpublished PhD Thesis* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019, 54; Crown Dirgantoro, *Strategic Management Concept, Case & Implementation*. Jakarta: PT Gramedia. 2001.
- Mulyasana, Dedi. *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2015.
- Mundir, Abdillah. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”. *Jurnal Malia*. Volume 7 Nomor 1 (Februari 2016): 29.
- Munfaat ,Imron, “Membangun Keunggulan Produk”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume II Nomor 3 (Desember 2003): 223.
- Munir, M. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik”. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Volume 1 Nomor 2 (April 2018): 79.
- Noor,Syamsudin. “Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Malang”. *Jurnal INTEKNA*. Nomor 2 (November 2014): 102-209.
- Ramadhan, Adutya Wahyu. “Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Samsung Galaxy S7(Studi Pada Pengunjung Plasa Marina dan WTC Surabaya). *jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 5 Nomor 4(2017):3.
- Rahayu, Nurliyati. “Implemenatasi Strategi Marketing Mix Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta”. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*. Volume 2 Nomor 1 (April 2020): 98.
- Rukmanasari, Sulistya Umie. “Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan”. *jurnal Pendidikan Agama Islam*. Volume 3 Nomor 1 (Juli-Desember 2016): 23-24.
- Sahroni, Mohammad. *Analisis Dan Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah*. Jogjakarta: Ar-Ruzz, 2017.

- Santi, Anita, "Inovasi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah", (*Tesis, IAIN Tulungagung, Tulungagung*, 2016): 42.
- Soetopo, Rohmatriasih Hendayat. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Edukasi*. Volume 2 Nomor 4 (Agustus 2015): 403.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Tim Redaksi KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2914.
- Tolkhah, Imam. "Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah di MIN Madiun. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Kegamaan*. Volume 14 Nomor 2 (Agustus 2016): 242.
- Triana, Neni. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTS Al-Ikhwaniyah Pondok Aren. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2018.
- Turmuzi, Imam. "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTS Ihsanniat Jombang)". *Jurnal Penelitian Manajemen Penerapan (PENATARAN)*". Volume 2 Nomor 2 (2017): 189.
- Umayah, Siti. "Upaya Guru Dan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah". *Mudarris: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*. Volume 7 Nomor 2 (Desember 2015): 269.
- Wahyudi, M. dian. "Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan". *jurnal Inspirasi: Jurnal Ilmu Pendidikan*. volume II Nomor 12 (April 2017): 6.
- Wijaya, David. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah". *Jurnal Pendidikan Penabur*. Nomor 11 (Desember 2008): 42.

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

Wijayanti, FI. Titik, *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia. 2014

Wiratmoko, Condro dan Mochammad Tejo Sampurno. "The Enchantment Of Tiktok as Gen Z Creativity Place In SMA Negeri 2 Surabaya's Batik Motif Online Exhibition". *Education and Human Development Journal*. Volume 5 Nomor 2, (2021): 1-11.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
STRATEGI PEMASARAN MADRASAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA DI MI AT-TAQWA BONDOWOSO	1. Strategi Pemasaran Madrasah	1. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	1. Produk 2. Harga 3. Promosi	1. Informan - Kepala Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso - Waka Kesiswaan MI At-Taqwa Bondowoso - Waka Humas MI At-Taqwa Bondowoso	1. Pendekatan dan jenis penelitian: Kualitatif Deskriptif 2. Subyek Penelitian: Studi Kasus 3. Lokasi Penelitian: MI At-Taqwa Bondowoso 4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi	1. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Tempat Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso? 2. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?
	2. Daya Saing Lembaga	1. Peningkatan Daya saing	a. Harga Bersaing b. Kualitas Produk c. Keunggulan Produk	- Siswa dan Siswi MI At-Taqwa Bondowoso		

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
				- Orang Tua Siswa	5. Analisis Data : Model Interaktif Miles, Huberman dan Saldana: a. Kondensasi Data b. Penyajian Data c. Verifikasi atau Menarik Kesimpulan	3. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso? 4. Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Produk Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso?

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertnda tangan dibawah ini:

Nama : Mega Nur Holilah
NIM : T20183028
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institusi : UIN KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga di MI At-Taqwa Bondowoso” merupakan hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 21 Oktober 2022
Saya yang menyatakan



Mega Nur Holilah
T20183028

Lampiran 3

Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website: [www.http://ftik.uinkhas-jember.ac.id](http://ftik.uinkhas-jember.ac.id) Email: tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B-4239/In.20/3.a/PP.009/08/2022

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala MADRASAH IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO
Jalan Letnan Sutarman No. 08 Telp. (0332) 423247 Bondowoso

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas
Tarbiyah dan IlmuKeguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

NIM : T20183028
Nama : MEGA NUR HOLILAH
Semester : Semester sembilan
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai STRATEGI
PEMASARANMADRASAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
LEMBAGA DI MADRASAH
IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO selama 30 (tiga puluh)
hari dilingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu H. MOHAMMAD
ZAKARIYAH, S.Pd.I

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 15
Agustus 2022an.



Dekan,
Wakil Dekan Bidang
Akademik,

MASHUDI

Lampiran 4 Surat Bukti Keterangan Selesai Penelitian



YAYASAN AT TAQWA BONDOWOSO
MADRASAH IBTIDAIYAH AT TAQWA

Semi Full Day School

Status: **TERAKREDITASI A**

Alamat: Jl. Letnan Sutarman 08 Telp. & Fax. (0332) 423247 Bondowoso

Website : www.madrasahbondowoso.sch.id email : Miaibondowoso@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 401 / YA – MIA / IX / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, kami Kepala Madrasah Ibtidaiyah At Taqwa Bondowoso:

Nama : H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I
 NIP : 197506272005011002
 Jabatan : Kepala Madrasah
 Alamat : Jl. Letnan Sutarman No. 08 tlp. (0332) 423247

Menerangkan bahwa sesungguhnya :

Nama : **MEGA NUR HOLLILAH**
 NIRM / NPM : T20183028
 Asal Perg. Tinggi : UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
 Jurusan : FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
 Prodi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Telah melaksanakan penelitian di MI At Taqwa Bondowoso mulai tanggal 15 Agustus 2022 sampai dengan 15 September 2022 untuk memperoleh data pendukung penelitian yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN MADRASAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA DI MADRASAH IBTIDAIYAH AT TAQWA BONDOWOSO”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

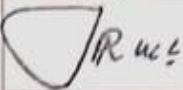
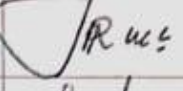
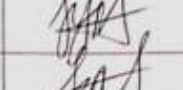
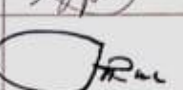
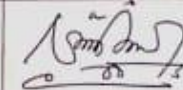
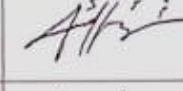
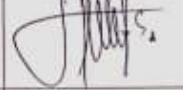
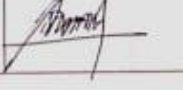
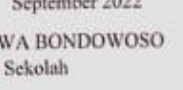
Bondowoso, 15 September 2022

Kepala Madrasah,

H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I
 NIP. 197506272005011002

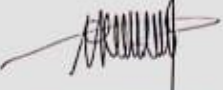
Lampiran 5 Jurnal Penelitian


JURNAL PENELITIAN
LOKASI : MADRASAH IBTIDAIYAH AT-TAQWA BONDOWOSO

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1.	15 Agustus 2022	Menyerahkan surat izin penelitian ke Kepala Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso	
2.	15 Agustus 2022	Silaturahmi dan melihat keadaan Madrasah serta Pernyataan Penerimaan surat izin penelitian dari Kepala Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso	
3.	18 Agustus 2022	Pra penelitian untuk melengkapi data yang diperlukan	
4.	19 Agustus 2022	Melaksanakan observasi awal	
5.	22 Agustus 2022	Melaksanakan wawancara dengan Kepala Sekolah MI At-Taqwa Bondowoso	
6.	24 Agustus 2022	Melaksanakan wawancara dengan Waka Kesiswaan MI At-Taqwa Bondowoso	
7.	30 Agustus 2022	Melaksanakan wawancara dengan Waka Humas MI At-Taqwa Bondowoso	
8.	7 September 2022	Melaksanakan wawancara dengan beberapa Siswi MI At-Taqwa Bondowoso	
9.	9 September 2022	Melaksanakan wawancara dengan Wali Murid MI At-Taqwa Bondowoso	

Bondowoso, September 2022
MI AT-TAQWA BONDOWOSO
Kepala Sekolah

Peneliti


Mega Nur Holilah
NIM. T20183028


H. Muhammad Zakariyah, S.Pd.I
NIP. 197506272005011002

Lampiran 6 Instrumen Wawancara

INSTRUMEN PEDOMAN PENELITIAN**A. PEDOMAN OBSERVASI**

1. Letak Geografis MI At-Taqwa Bondowoso
2. Strategi Bauran Pemasaran Tempat Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga.
3. Strategi Bauran Pemasaran Promosi Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga.
4. Strategi Bauran Pemasaran Harga Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga.
5. Strategi Bauran Pemasaran Produk Madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga.

B. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah MI At-Taqwa Bondowoso
2. Profil
3. Letak geografis MI At-Taqwa Bondowoso
4. Visi dan Misi MI At-Taqwa Bondowoso
5. Struktur organisasi
6. Jumlah siswa dan siswi
7. Datatenaaga pendidik
8. Data sarana dan prasarana
9. Sertifikat akreditasi
10. Dokumentasi tentang strategi bauran pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga di MI At-Taqwa Bondowo

C. Pedoman Wawancara

1. Pedoman Wawancara Kepala Sekolah, Waka Kesiswaan, Waka Humas MI At-Taqwa Bondowoso

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan
1.	Strategi	<i>Place</i> (Lokasi)	1. Apakah menurut ustad/ustadzah

	Pemasaran Madrasah		<p>lokasi madrasah ini sudah sangat strategis?</p> <p>2. Apa yang membuat madrasah ini dikatakan sudah nyaman dan aman?</p>
2.		<i>Promotion</i> (Promosi)	<p>1. Apakah madrasah melakukan observasi terhadap kompetitor lain sebelum membuat program pemasaran jasa pendidikan?</p> <p>2. Kapan pelaksanaan pemasaran madrasah/jasa pendidikan di MI At-Taqwa Bondowoso?</p> <p>3. Bagaimana program pemasaran madrasah/jasa pendidikan yang diterapkan dalam madrasah ini?</p> <p>4. Apakah ada prosedur periklanan madrasah?</p> <p>5. Strategi apa saja yang digunakan oleh madrasah ini dalam kegiatan pemasaran madrasah/jasa pendidikan untuk menghadapi persaingan yang ketat?</p> <p>6. Inovasi apa saja yang dilakukan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor?</p> <p>7. Menurut ustad/ustadzah sejauh mana MI At-Taqwa ini menguasai pangsa pasar?</p> <p>8. Apakah MI At-Taqwa memiliki target khusus mengenai banyaknya calon siswa yang akan diterima?</p> <p>9. Apakah terdapat kebijakan khusus dalam mempertahankan tingkat penjualan yang ada di sekolah ini?</p> <p>10. Apa saja yang menjadi kendala dalam melakukan pemasaran madrasah/jasa pendidikan dilihat dari banyaknya persaingan mulai dari munculnya madrasah baru maupun sekolah dasar lainnya serta bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh madrasah ini?</p>
3.		<i>Price</i> (Harga)	<p>1. Bagaimana dengan mekanisme penentuan biaya pendidikan di madrasah ini? Mulai dari biaya pendaftaran, SPP, biaya semesteran?</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Apakah biaya pendidikan di MI At-Taqwa ini bisa dibilang sesuai dengan pelayanana 3. Dari mana saja sumber dana yang didapat oleh madrasah ini?
4.		<i>Product</i> (Produk)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja yang menjadi keunggulan dalam madrasah ini? 2. Bagaimana melihat kualitas dalam madrasah sehingga mampu bersaing dengan sekolah lain? 3. Bagaimana madrasah ini melakukan pelayanan pendidikan seperti tersedianya fasilitas, sarana dan prasarana penunjang kegiatan belajar? 4. Program apa yang menjadi ciri khas dari madrasah ini? 5. Apakah kurikulum yang digunakan di MI At-Taqwa ini? 6. Bagaimana dengan hasil lulusan (output)dari sekolah ini? Serta apa yang menjadi target lulusan kompetensi siswa?

2. Pedoman Wawancara Siswa dan Siswi

- a. Apa yang membuat adik-adik merasa senang belajar di Madrasah ini?
- b. Apa ada ciri khas tersendiri di MI At-Taqwa ini? Sehingga adik-adik merasa nyaman dan aman dalam melakukan kegiatan belajarnya?
- c. Pada awal memilih sekolah Apakah sebelumnya adik-adik mengetahui MI At-Taqwa? Dari mana adik-adik mengetahuinya?
- d. Menurut adik-adik bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan MI At-Taqwa?
- e. Menurut adik-adik lokasi MI At-Taqwa ini strategis/mudah dijangkau dari berbagai angkutan umum/pribadi?
- f. Bagaimana pendapat adik-adik mengenai program-program unggulan di MI At-Taqwa?
- g. Bagaimana pendapat adik-adik mengenai pelayanan yang di berikan MI At-Taqwa? Apakah terbilang baik?

- h. Menurut adik-adik bagaimana biaya pendidikan yang ada di madrasah? Sesuailah dengan layanan yang diberikan?
- i. Menurut adik-adik fasilitas di MI At-Taqwa ini apa sudah memenuhi segala kebutuhan belajar?
- j. Bagaimana reputasi MI At-Taqwa menurut adik-adik?

3. Pedoman Wawancara Orang Tua Siswa

- a. Menurut bapak/ibu Apa ada ciri khas dari MI At-Taqwa ini sehingga membuat beda dengan sekolah lain?
- b. Pada awal rasa ingin menyekolahkan anaknya di MI At-Taqwa ini sebelumnya dari bapak/ibu mendapatkan rekomendasi dari siapa?
- c. Apakah sebelumnya bapak/ibu sudah mengetahui MI At-Taqwa? Dan darimana informasi mengetahuinya?
- d. Menurut bapak/ibu bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan MI At-Taqwa?
- e. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai lokasi MI At-Taqwa ini apa sudah strategis?
- f. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai program unggulan MI At-Taqwa?
- g. Menurut bapak/ibu bagaimana biaya pendidikan yang ada di madrasah? Sesuailah dengan layanan yang diberikan?
- h. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai pelayanan yang diberikan oleh MI At-Taqwa? Apakah terlihat baik?
- i. Bagaimana reputasi MI At-Taqwa menurut bapak/ibu?

Lampiran 7 Denah

**DENAH KELAS
MIA GEDUNG BARAT**

LANTAI 2									
2B	2C	2D	2E	1I	1H	3A	2A	1A	
		2F							
		2G							
		2H							
1B	1C	1D	1E	1F	UKS	R. KS	R. TU	1G	
LANTAI 1									

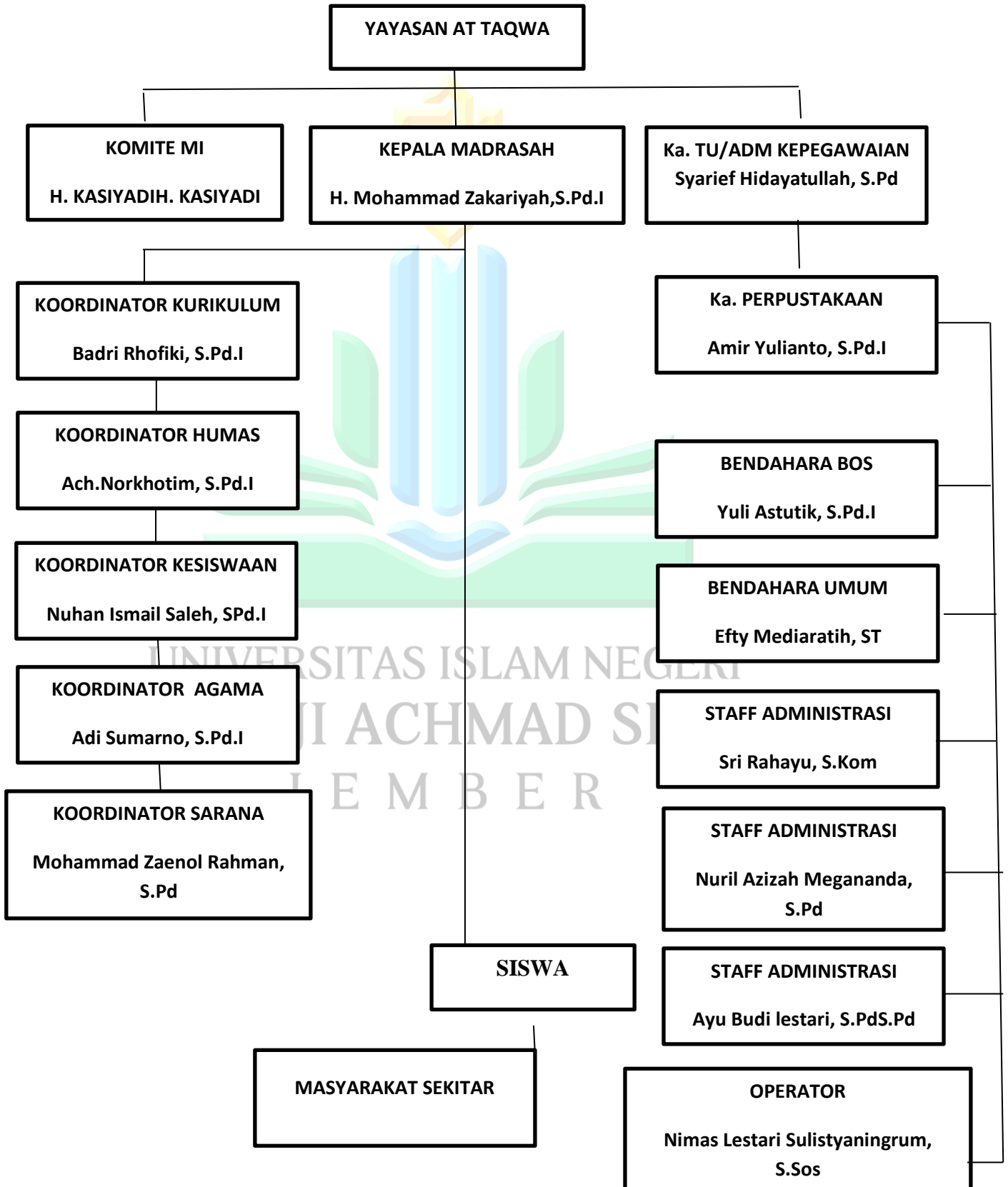
**DENAH KELAS
MIA GEDUNG TIMUR**

6F	6E	6D	6C		6B	6A	5A	5B
4F	4G	4H	5G	LORONG	5F	5E	5D	5C
4E	4D	4C	4B		4A	LAB. KOMPUTER	R. UKS	R. GURU

Lampiran 8



**STRUKTUR ORGANISASI
MI AT TAQWA BONDOWOSO
TAHUN PELAJARAN 2022 – 2023**



Lampiran 9



YAYASAN AT TAQWA BONDOWOSO
MADRASAH IBTIDAIYAH AT TAQWA BONDOWOSO
Semi Full Day School
 Status: **TERAKREDITASI A**

Alamat: Jalan Letnan Sutarman 08 Telp. (0332) 423247
 Bondowoso

TATA MU'AMALAH DAN TATA TERTIB
KEHIDUPAN SOSIAL SEKOLAH BAGI SISWA

BAB I

KETENTUAN UMUM

Mu'amalah dan tata tertib kehidupan sosial sekolah bagi siswa ini, merupakan pedoman dalam bersikap dan bertingkah laku sehari-hari di sekolah bagi siswa dalam rangka menciptakan iklim sekolah yang menunjang pembelajaran efektif. Pedoman ini disusun berdasarkan peraturan tata tertib pengelolaan sekolah secara umum dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan yang berlaku di lingkungan MI At Taqwa Bondowoso

Materi yang dimuat meliputi ketaqwaan, sopan santun, disiplin, ketertiban, hak dan kewajiban, larangan dan anjuran, sanksi atau ganjaran, dll. Setiap siswa MI At Taqwa Bondowoso terikat dan wajib mematuhi ketentuan yang tercantum di dalamnya dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Pasal 1

SERAGAM SISWA MADRASAH

1. Ketentuan umum :

- a. Sopan, rapi, dan bersih.
- b. Memakai lambang madrasah dan identitas lainnya yang ditentukan madrasah.
- c. Tidak terbuat dari bahan yang tipis (tembus pandang) dan tidak ketat (membentuk tubuh).
- d. Kancing baju dipasang lengkap.

- e. Memakai kopiyah dan kerudung sesuai dengan ketentuan madrasah.
- f. Memakai ikat pinggang yang beridentitas Madrasah (khususputra).
- g. Sepatu warna hitam.
- h. Kaos kaki berlogo MI.
- i. Tidak memakai sandal/sandal-sepatu/kenip.
- j. Tidak mengenakan perhiasan yang mencolok/ berlebihan.
- k. Baju dimasukkan ke dalam celana bagi putra (khusus hari Senin dan Selasa).
- l. Memakai sandal ketika istirahat keluar kelas.
- m. Membawa mukena untuk putri.

2. Ketentuan penggunaan seragam sekolah :

- a. Senin dan Selasa : atas putih bawah merah dan menggunakan dasi merah untuk putra serta kopyah hitam (polos) dan kerudung berpelipit merah untuk putri
- b. Rabu dan Kamis : atas putih bawah hijau kopyah putih untuk putra dan kerudung berpelipit hijau untuk putri
- c. Jumat dan : atas bawah putih serta kopyah putih untuk putra dan Kerudung putih untuk putri
- d. Sabtu : seragam pramuka lengkap (putra putri menggunakan hasduk)

3. Khusus Putra :

- a. Panjang celana sampai dibawah mata kaki saat berdiri.
- b. Celana dan lengan baju tidak digulung/dilipat.
- c. Baju tidak ketat dengan panjang minimum sampai ke pangkal ibu jari saat berdiri tegak.
- d. Celana tidak disobek atau dijahit cutbrai (komprang) dan pensil, tidak ketat dan lingkar bagian bawah setengah panjang telapak kaki.
- e. Celana dipinggang harus sampai dibawah pusar.

4. Khusus Putri :

- a. Panjang celana sampai dibawah mata kaki saat berdiri.
- b. Tidak memakai perhiasan/aksesoris yang mencolok/bernilai tinggi.
- c. Kaos kaki berlogo MI At-Taqwa.

- d. Lengan baju tidak digulung/dilipat.
- e. Baju tidak ketat dengan panjang minimum sampai ke pangkal ibu jaritangan saat berdiri tegap.
- f. celana dipinggang sampai menyentuh pusar.

5. Seragam olah raga dan kegiatan ekstrakurikuler :

- a. Untuk kegiatan olah raga siswa-siswi wajib memakai seragam olah raga yang ditentukan madrasah (jilbab harus sama)
- b. Untuk kegiatan ekstrakurikuler siswa-siswi wajib memakai seragam muslim/muslimah bebas,rapi dan sopan

Pasal 2

RAMBUT, KUKU, TATO DAN MAKE-UP.

1. Ketentuan umum :

- a. Kuku tidak panjang, bersih dan tidak dicat.
- b. Rambut tidak dicat dan semir.
- c. Anggota badan tidak bertato.

2. Khusus Putra :

- a. Tidak berambut panjang.
- b. Model rambut sopan dan rapi
- c. Tidak memakai kalung, anting-anting, gelang, cincin dan sejenisnya.

3. Khusus Putri :

- a. Rambut panjang diikat sehingga tidak keluar dari kerudung.
- b. Tidak memakai make-up yang berlebihan.
- c. Tidak memakai perhiasan yang berlebihan.

Pasal 3

MASUK, BELAJAR DAN PULANG MADRASAH

1. Masuk Sekolah:

- a. Jam masuk 06.30 WIB

- b. Siswa sudah hadir di sekolah selambat-lambatnya 5 menit sebelum bel tanda pelajaran pertama dimulai.
- c. Siswa yang terlambat datang kurang dari 10 menit diijinkan masuk kelas setelah mendapat ijin dari guru piket/guru yang mengajar di kelas.
- d. Siswa yang terlambat datang lebih dari 10 menit harus melapor kepada guru piket.
- e. Petugas piket sudah menyelesaikan pekerjaannya sebelum jam pelajaran pertama dimulai. (kecuali bagi petugas piket yang mempunyai jam kosong)
- f. Setelah bel tanda pelajaran pertama seluruh siswa-siswi memulai kegiatan pembelajaran dengan do'a Iftitah dengan dibimbing guru.
- g. Pengurus kelas dibawah koordinasi wali kelas mengabsensi siswa kelasnya (untuk kelas 3-6).
- h. Siswa yang tidak masuk karena alasan sakit atau ijin, menyampaikan surat keterangan dari orang tua/wali kepada guru yang mengajar di kelasnya jika menyampaikan melalui telepon/SMS kepada guru piket/wali kelas. Maka wajib menyusulkan surat keterangan.
- i. Siswa yang tidak masuk tanpa keterangan (alpa), pada hari pertama masuk sekolah harus melapor kepada guru piket/wali kelas/guru yang bertanggung jawab di kelasnya dengan membawa surat dari orang tua/wali.
- j. Siswa yang tidak masuk selama tiga hari secara berturut-turut tanpa keterangan (alpa), harus melapor kepada guru piket / walikelas / waka kesiswaan dengan mengajak orang tua/wali ketika masuk sekolah kembali.
- k. Siswa yang tidak masuk selama tiga hari secara berturut-turut karena sakit wajib menyerahkan surat keterangan dokter.
- l. Siswa yang tidak masuk karena alasan sakit, ijin atau alpa, harus menyelesaikan semua tugas-tugas yang diberikan oleh guru mata pelajaran yang tidak diikuti pelajarannya sesuai petunjuk yang diberikan.
- m. Semua siswa wajib menjaga dan melaksanakan 9K (Kesopanan, Kejujuran, Keteladanan, Kedisiplinan, Kemandirian, Kebersihan, Kerapian, Keindahan, Keamanan).

2. Waktu Belajar:

- a. Selama pelajaran berlangsung siswa tidak diperkenankan meninggalkan ruang kelas kecuali sudah mendapat ijin dari guru yang mengajar di kelasnya.
- b. Pada waktu jam pelajaran kosong atau guru tidak hadir di kelas, siswa segera menghubungi wali kelas / waka kurikulum.
- c. Siswa meninggalkan kelas untuk shalat dzuhur berjamaah setelah masuk waktu sholat dzuhur.

3. Waktu Istirahat :

- a. Di awal istirahat siswa melaksanakan shalat dhuha di masjid.
- b. Semua siswa tidak boleh makan dan minum di ruang kelas.

- c. Siswa dilarang membeli makanan dan minuman di luar sekolah pada jam sekolah.

4. Pulang Sekolah :

- a. Siswa meninggalkan kelas setelah bel tanda pelajaran terakhir dibunyikan.
- b. Sebelum meninggalkan kelas petugas piket harus mematikan semua alat elektronik didalam kelas.
- c. Pada waktu pulang sekolah siswa tidak diperkenankan lagi berada atau duduk-duduk di dalam kelas. Kecuali ada tugas-tugas tertentu yang harus diselesaikan.
- d. Siswa yang menunggu jemputan tidak diperkenankan berada di luar area sekolah.
- e. Pulang sekolah tetap menggunakan atribut sekolah lengkap.

5. Kegiatan kurikuler dan ekstrakurikuler :

- a. Setiap siswa wajib mengikuti semua mata pelajaran yang ditetapkan sekolah berdasarkan struktur kurikulum yang berlaku.
- b. Setiap siswa berhak memilih maksimal 2 kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan bakat/minat dan kemampuan.

6. Lain-lain :

- a. Setiap siswa tidak boleh menggunakan sepeda motor sendiri ke sekolah
- b. Siswa yang ijin meninggalkan sekolah lebih awal harus dijemput oleh orang tua/wali

Pasal 4

KEBERSIHAN, KEDISIPLINAN, DAN KETERTIBAN

1. Di setiap kelas dibentuk kelompok kerja/petugas piket kelas yang secara bergiliran bertugas melaksanakan kebersihan, kedisiplinan, dan ketertiban kelas.
2. Kelompok kerja atau petugas piket kelas bertanggung jawab menyiapkan dan memelihara semua perlengkapan pendukung pembelajaran di kelasnya.
3. Setiap kelompok kerja atau petugas piket kelas yang mendapat giliran bertugas, wajib :
 - a. Membersihkan lantai, dinding dan halaman sekitar kelas, merapikan bangku dan meja guru sebelum jam pelajaran pertama dimulai.
 - b. Melengkapi dan merapikan hiasan dinding, struktur organisasi kelas, jadwal piket, jadwal pelajaran, papan absen dan yang lainnya.
 - c. Melengkapi meja guru dengan taplak meja.
 - d. Mengumpulkan/membagikan buku penghubung dan prestasi siswa.
 - e. Melaporkan kepada wali kelas / guru piket/waka. kesiswaan tentang tindakan pelanggaran di kelas menyangkut ketertiban kelas seperti: aksi

corat-coret, berbuat gaduh (ramai), merusak barang-barang inventaris di kelas dll.

4. Setiap siswawajib menjaga kebersihan dan ketertiban kelasnya.
5. Setiap siswa wajib menjaga kebersihan lingkungan sekolah
6. Setiap siswa membiasakan membuang sampah pada tempat sampah yang telah disediakan.
7. Setiap siswa membiasakan budaya antri dalam mengikuti kegiatan sekolah yang berlangsung bersama-sama.
8. Setiap siswa membiasakan menjaga suasana ketenangan belajar di kelas, perpustakaan, laboratorium, masjid dan lingkungan sekolah
9. Setiap siswa membiasakan menjaga kelestarian lingkungan.
10. Setiap siswa wajib mentaati tata tertib sekolah yang telah ditetapkan.
11. Setiap siswa menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh guru sesuai petunjuk yang telah ditetapkan.

Pasal 5

SOPAN SANTUN PERGAULAN

1. Setiap siswa hendaknya mengucapkan salam kepada guru, karyawan, dan teman.
2. Setiap siswa hendaknya bersalaman kepada guru ketika bertemu.
3. Setiap siswa ketika masuk dan keluar ruangan wajib mengucapkan salam.
4. Setiap siswa ketika makan dan minum diwajibkan untuk memakai tangan kanan dan duduk.
5. Sesama siswa hendaknya saling menghormati dan saling menghargai baik dalam memilih teman belajardan latar belakang kehidupan sosial.
6. Setiap siswa hendaknya menghormati pendapat, hasil karya dan hak milik orang lain.
7. Setiap siswa berhak menyampaikan pendapatnya.
8. Setiap siswa hendaknya jujur mengakui kesalahan yang diperbuat dan bersedia meminta maaf.
9. Setiap siswa hendaknya dapat menyampaikan pendapat secara sopan dan tidak menyinggung perasaan orang lain.
10. Setiap siswa hendaknya membiasakan mengucapkan terima kasih apabila telah memperoleh bantuan atau jasa orang lain.
11. Setiap siswa hendaknya menggunakan bahasa (kata-kata) yang sopan dan santun dalam berkomunikasi.
12. Setiap Siswa wajib memanggil sesuai nama panggilan yang sopan dan layak.
13. Setiap siswa tidak menerima tamu di kelas, ngobrol dengan teman luar sekolah yang tujuannya tidak jelas dan tidak mendapat ijin dari guru di kelas.

Pasal 6

UPACARA BENDERA DAN KEGIATAN KEAGAMAAN

1. Setiap siswa wajib mengikuti upacara bendera pada hari Senin atau pada peringatan hari-hari besar nasional dengan pakaian seragam yang telah ditetapkan.
2. Setiap siswa wajib mengikuti kegiatan peringatan hari-hari besar keagamaan dengan pakaian yang ditentukan sekolah.

Pasal 7

LARANGAN-LARANGAN

Dalam kegiatan sehari-hari di sekolah setiap siswa dilarang melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Merokok, vape, meminum minuman keras, mengedarkan/ mengkonsumsi narkoba dan obat-obat terlarang lainnya baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah.
2. Berkelahi baik perorangan maupun kelompok di dalam maupun di luar sekolah.
3. Membuang sampah tidak pada tempatnya.
4. Menceoret/merusak bangunan sekolah, perabot, atau peralatan sekolah lainnya.
5. Berbicara kasar, mengumpat, menggunjing, menghina, membuli, mengolok-olok nama orang tua, atau menyapa dengan perkataan yang tidak sopan dan tidak senonoh.
6. Membawa barang-barang yang tidak ada kaitannya dengan kepentingan pembelajaran seperti senjata tajam atau alat-alat lain yang dapat membahayakan keselamatan jiwa orang lain.
7. Membawa, membaca atau mengedarkan bahan bacaan/gambar/ sketsa/audio yang tergolong pornografi.
8. Membawa mainan, kartu judi, dan bermain judi di lingkungan sekolah.
9. Membawa dan menitipkan telepon genggam (HP).
10. Membuat grup di medsos selain paguyuban kelas.

Pasal 8

PRESTASI DAN PENGHARGAAN

Dalam kegiatan kurikuler dan ekstrakurikuler siswa yang mampu menunjukkan prestasi di tingkat sekolah, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi, dan Nasional diberikan penghargaan oleh sekolah dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Setiap siswa yang meraih peringkat 3 besar dalam lomba akademis dan non akademis di tingkat Kabupaten, Provinsi dan Nasional baik perorangan maupun kelompok diberikan penghargaan dari sekolah sedangkan piagam dan hadiah dari penyelenggara menjadi hak yang bersangkutan.
2. Setiap siswa yang berhasil meraih juara I, II, III, Harapan I, II, dan III, Tingkat Kabupaten, dan Provinsi baik perorangan maupun kelompok berhak mendapatkan piagam dan hadiah dari penyelenggara.
3. Kelas atau kelompok kelas yang meraih juara dalam lomba-lomba yang diselenggarakan pihak sekolah diberikan penghargaan dari sekolah yang penggunaannya untuk peningkatan mutu dan layanan kelas yang bersangkutan.

BAB II

PELANGGARAN DAN SANKSI

Siswa yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan yang tercantum dalam *Mu'amalah/Tatatertib Kehidupan Sosial Sekolah* dikenakan sanksi dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Teguran/peringatan secara lisan atau tertulis.
2. Penugasan sesuai jenis dan tingkat pelanggaran.
3. Pemanggilan orang tua bagi siswa yang melanggar 3 kali.

BAB III

LAIN-LAIN

1. Mu`amalah/tata tertib kehidupan sosial sekolah ini mengikat siswa sejak berangkat dari rumah, selama di sekolah dan sampai tiba kembali di rumah.
2. Mu`amalah/tata tertib kehidupan sosial sekolah ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan
3. Hal-hal yang tidak tercantum dalam Mu`amalah/tata tertib kehidupan sosial sekolah ini akan diatur lebih lanjut melalui rapat dewan guru, dan kebijakan/keputusan kepala sekolah.

Bondowoso, 11 Juli 2022

Kepala

Moh. Zakariyah, S.Pd.I

NIP.197506272005011002

Lampiran 10

Daftar Inventaris/Aset Gedung Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

NO Urut	Gol	JENIS / NAMA BARANG	JUMLAH SATUAN	KONDISI		TAHUN PENGADAAN	TEMPAT KEBERADAAN	NO / LABEL
				BAIK	RUSAK			
	A	Tanah Madrasah						
1		Tanah Madrasah	1 bidang	1		2017	Daerah masjid	
		Tanah Madrasah	1 bidang	1			MI Gedung barat	
1	B	Tanah Madrasah	2 bidang	24			Gedung timur	
2		Bangunan	42 Kelas	42 kelas		1996 sd 2019	Daerah masjid	
3		Bangunan sekolah di barat	27 kelas	Baik			Depan ruang guru, belakang kelas 1D, sebelah 1H	
4		Bangunan sekolah di timur	21 kelas					
5		Gudang Barang barat	5	Baik			Daerah Madrasah	
		Gudang Barang timur	1					
6		Ruang Guru barat	2	Baik			Sebelah kelas 1A	
		Ruang Guru timur	1					
1		Ruang Olah raga	2	Baik			Sebelah ruang guru	
2		Ruang Drumband	1	8	3		Daerah Madrasah	
3		Kamar mandi barat	15					
		Kamar mandi timur	20					
1	C	Alat transportasi	1 Unit	1 Unit		2010	Halaman MI	
		Mobil Luxio	1 Unit	1 Unit		2015	Halaman MI	
		Sepeda Motor	1 Unit	1 Unit		2019	Halaman MI	

2		Viar merah	1 Unit				
3		Mobil Hiace	1 Unit				
4		Viar hijau	1 Unit		2022	Gedung timur	
5	D	Perlengkapan Mebeler			1999	Kelas 3,4	
6		Meja + Kursi belajar	1920	1920	2001 sd 2018	Kelas 5	
9		Almari Kelas	48 Unit	84 Unit	2013 sd 2018	Per kelas	
10		Almari Kelas Al Qur an	48 Unit	35 Unit	2013 sd 2018	Per kelas	
11		Loker Sepatu	96Unit	84 Unit	2014 sd 2018	Per kelas	
12		Papan kelas	48 Unit	35 Unit	2018	Per kelas	
13		Papan Mading	96	2 Unit	2013 sd 2016	Per kelas	
14		Figura Inventaris kelas	48	15 Unit	2017	R. Guru Timur	
15		Figura Inventaris Ruang	10				
16		Loker Sepatu	96	2 Unit	2015	R. Guru Timur	
17		Meja kursi Guru kelas	48	52 Unit	2013 sd 2018	R. Guru Barat	
18		Meja kursi Guru	80				
19		Meja kursi Computer Lap	30 Unit	4 Unit	2015	R. Guru Barat	
20		Meja kursi Com R. Guru barat	8				
21		Meja kursi Com R. Guru timur	5				
22		Meja kursi Guru tu					
23		Meja kursi Computer					
24		Meja Kursi Tu	6 unit	7 unit	2016	R Kepala	
25		Meja Kursi Kepala	2 Unit	2 Unit	2018	R Kepala	
26		Meja Kursi Sudut R Kepala	1 unit	1 unit	2013	R Kepala	
27		Lemari Tanggung	1 Unit	1 Unit	2018	R Kepala	
28		Lemari Uang	1 Unit	1 Unit	2013	R. Guru Timur	
29		Meja Komputer	1 Unit	1 Unit	2015	R. Guru Timur	
30		Lemari etalase	1 Unit	1	2015	R. Guru Timur	

		kaca		Unit			
31		Lemari Besi	2 Unit	2 Unit		2013 sd 2017	R UKS
32		Lemari kecil tempat air galon	1 Unit	1 Unit		2019	R. UKS
33		Dipan UKS dan Kasur	1 Unit	1 Unit		2013	R UKS
		Lemari kaca UKS	1 Unit	1 Unit		2013	R UKS
		Lemari besar	1 Unit	1 Unit		2013	R Guru Barat
1		Lemari Tanggung	3 Unit	3 Unit		2017	R kepala
		Lemari kecil tempat air galon	1 Set	1 Set	1 set	2013	Rusak
		Kursi Coklat	2 Unit	2 Unit		2013	R Tunggu
		Kursi sudut hijau	2 Unit	2 Unit		2013	R TU
		Kursi besi	1 Unit	1 Unit		2016	R TU
		Lemari besar untuk fale	1 Unit	1 Unit		2013	Depan R Guru
2		Lemari Salon Informasi kelas	1 Unit	1 Unit		2013	Depan Halaman
3	E	Lemari kaca piala					
4		Lemari kaca piala					
5			1 Unit	1 Unit		2016	R Guru Timur
6		Perlengkapan Tehnik	4 Unit	4 Unit		2013	R Guru Barat
7		Computer PC	8 Unit	8 Unit		2013 sd 2018	R TU
			1 Unit	1 Unit		2017	R Kepala
			1 Unit	1 Unit		2013	R Perpustakaan
			17 Unit	17 Unit		2015 sd 2018	R Computer

8			5 unit	5 unit		2013 sd 2019	R Guru Timur	
9			4 Unit	4 Unit		2018	Halaman, depan	
10		Laptop	70 Unit	70 Unit		2013 sd 2018	kelas	
11		CCTV	36 Unit	36 Unit		2016	kelas	
12		Kipas angin kelas	2 Unit	2 Unit		2016	Depan Tu dan R Guru	
13		Salon	7 Unit	7 Unit		2015	Kelas 1 a,b,c,d,e,f, dan g	
14		Salon	11 Unit	11 Unit		2013	Kelas 2a, c, e, dan g	
15		LCD Proyektor					Kelas 3a,b,dan c	
16			2 Unit	2 Unit		2015 dan 2018	R Guru Timur	
17			3 Unit	3 Unit		2018	R Guru Timur	
18			1 Unit	1 Unit		2017	R Guru Timur	
19		Microfone	4 Unit	4 Unit		2017	R Guru Timur	
20		Kamera foto	1 set	1 set		2016	R TU	
21		HT	1 set	1 set		2018	R Guru Timur	
22		Mesin salon kelas	2 set	2 set		2018	R Guru Timur	
		mesin salon hadrah	2 set	2 set		2013	R Guru Timur	
		Salon	1 set	1 set		2017	R Guru Timur	
		salon Aktif kegiatan	3 Unit	3 Unit		2013 sd 2018	R Guru Barat	
		Salon aktif kecil	1 Unit	1 Unit		2015	R Guru Timur	
		Kipas angin	1 Unit	1 Unit		2015	R Guru PMR	
		Kipas angin	1 Unit	1 Unit		2015	R Perpustakaan	
		Kipas angin	2 Unit	2 Unit		2017	R Computer	
		Kipas angin	1 Unit	1 Unit		2017	R Drumband	
		Kipas angin	3 Unit	3 Unit		2017	R TU	
	F	Kipas angin						
		Kipas angin						
			83 unit	83 unit		2018	Etalase	
		Alat Dapur	24 unit	20 unit		2018	Etalase	
		Piring	24 unit	20 unit		2018	Etalase	

	Gelas	3 Unit	3 Unit		2015	R Guru barat, Timur	
	Sendok	1 Unit	1 Unit		2018		
	Dispenser						
G	Lemari Es						
	Lain-lain						



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 11

Data Ustad dan Ustadzah Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

NO	NAMA	NIP	JABATAN
1.	H. Mohammad Zakariyah, S.Pd.I	197506272005011002	Kepala Madrasah
2	Roihatul Jannah / Dra. Wiji Astutik		Guru B. Jawa
3	Hj. Anik Mubarriroh, S.Pd		Guru Kelas
4	Erfin Sufiyantiningsih, A.Md		Guru Kelas
5	H. Ali Wafa, SH		Guru Kelas
6	Faridah, S.Pd.I		Guru Fiqh
7	Ah. Mahbub Nasrullah, S.Pd		Guru Kelas
8	Leily Istifadah, SPd.I		Guru Kelas
9	Tri Setiyawati, SPd.I		Guru Kelas
10	Anis Fitriana, SE.I		Guru Kelas
11	Slamet Hidayat, SPd.I		Guru Aqidah Akhlak
12	H. Ipang Sugiarto, S.Pd		Guru Kelas
13	Siti Chodidjah Nurlily, S.Pd		Guru Kelas
14	Mohammad Zaenol Rahman, S.Pd		Koordinator Sarpras/Guru Kelas
15	Ika Setiowati, S.Pd		Guru Kelas
16	Sukriyono, SPd.I		Guru SKI
17	Ika Lutfiana, SPd.I		Guru Kelas
18	Nuhan Ismail Saleh, SPd.I		Koordinator Kesiswaan/Guru Fiqh
19	Dian Annisa, SPd.I		Guru Aqidah Akhlak
20	Eko Wahyu Prabowo, SS		Guru Kelas

21	Nur Alifah Yudianingsih, S.Sos.I		Guru Kelas
22	Yuly Secondary, S.Pd		Guru Kelas
23	Badri Rhofiki, S.Pd.I		Koordinator Kurikulum /Guru Qurdist
24	Muhammatul Aliyah, S.Pd		Guru Kelas
25	Luluk Noor Atiqoh, S.Pd		Guru Kelas
26	Erma Dwi Cahyani, S.Pd		Guru Kelas
27	Rusyadi, S.Pd.I		Guru Qurdist
28	Ach.Norkhotim, S.Pd.I.		Koordinator Humas/Guru B. Arab
29	Adi Sumarno, S.Pd.I		Koordinator bidang Agama/Guru kelas
30	Ahmad Jaelani Mahboby, S.Pd		Guru Kelas
31	Siti Rahma Nurul Jamilah, S.Pd		Guru Kelas
32	Nimas Lestari Sulistyaningrum, S.Sos		Staff Administrasi
33	Lutfiati Ningsih, S.Pd		Guru Kelas
34	Syarief Hidayatullah, S.Pd		Staff Administrasi
35	Efty Mediaratih, ST		Bendahara
36	Agus Triyanto		Tenaga kebersihan
37	Amir Yulianto, S.Pd.I		Koordinator Perpustakaan
38	Fathullah		Tenaga kebersihan
39	Mohammad Warikok		Tenaga kebersihan
40	Eko Prasetyo Anggiyono, S.Pd		Guru PJOK
41	Gita Yuniar, S.Pd		Guru B. Inggris

42	H. Achmad Dlaifi, S.Pd.I		Guru B. Arab
43	Abdul Gasi, S.Pd.I		Guru Aqidak Akhlak
44	Mohammad Nasir, S.Pd.I		Guru Aqidah Akhlak
45	Abdul Wakil, S.Pd.I		Guru Fiqh
46	Sri Rahayu, S.Kom		Staff Administrasi
47	Rifqiatul Mawadah, S.Pd.I		Guru B. Arab
48	Mochammad Hasim Nahrudi		Staff kebersihan
49	Sri Norfeni, S.Pd.I		Guru Qurdist
50	Alfiahtul Mahmudah, S.Pd.I		Guru Kelas
51	Munsir Baihakki, S.Pd.I		Guru Aqidah Akhlak
52	Dendi Andika Saputro, S.Pd		Guru B. Inggris
53	Yayan Artha Wijaya, S.Pd		Guru Kelas
54	Hari Priyo Susanto, S.Pd		Guru Kelas
55	Fendi Pradana, S.Pd		Guru Kelas
56	Miftahus Surur		Staff kebersihan
57	Yulia Ayu Wulandari, S.Pd.		Guru Kelas
58	Miftahul Farid, S.Pd.		Guru Kelas
59	Lilik Chairul Hamzah, S. Pd.		Guru Kelas
60	Fihris Iqbal Matlubi, S.Pd		Guru PJOK
61	Muhammad Jakfar, S.Pd		Guru Kelas
62	Weldy Nugroho Detagory, M.Pd		Guru Kelas
63	Dhini Legistya, S.Pd		Guru Kelas
64	Nuril Azizah Megananda, S.Pd		Staff Administrasi
65	Muhammad Sofi Pakualam		Staff kebersihan
66	Ika Nur Faizah, S.Pd		Guru Kelas
67	Rohmatul Mazidah, S.Pd		Guru Kelas
68	Siti Kholifah, S.Pd		Guru Kelas

69	Mohammad Sugeng Rahman Hakim, S.Pd		Guru B. Inggris
70	Ulfa Nur Jannah, S.Pd		Guru Kelas
71	Sinta Yulis Pratiwi, S.Pd		Guru Kelas
72	Muhammad Farhan Aulani, S.Pd		Guru Kelas
73	Adinda Berlian Ramadhani, S.Pd		Guru Kelas
74	Izzatul Millah, S.Pd		Guru Kelas
75	Sagita Prihartini, SThI		Guru Kelas
76	Dedik Wahyudi, S.Pd		Guru Kelas
77	Maria Ulfah Shamilah, S.Pd		Guru Kelas
78	Hiskil Abdullah, S.Pd		Guru Kelas
79	Nuriyah Laily, M.Pd		Guru Kelas
80	Muhammad Alaika Rahmatullah		Tenaga kebersihan
81	Santi Widia Ningsih, S.Pd		Guru Kelas
82	Febrina Puspitasari, S.Pd		Guru Pengganti
83	yuli astutik, S.Pd.I		
84	Yuliaty Nurrohmah Damayanti, S.Pd		
85	Afria Nikmatu Sholichah, S.Pd		

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 12

Data Siswa dan Siswi Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso

NO.	KELAS	L	P	TOTAL
1	1A	23	14	37
2	1B	22	15	37
3	1C	22	16	38
4	1D	21	16	37
5	1E	22	15	37
6	1F	22	16	38
7	1G	22	16	38
8	1H	22	16	38
9	1i	7	27	34
10	2A	18	16	34
11	2B	18	16	34
12	2C	17	17	34
13	2D	20	16	36
14	2E	21	15	36
15	2F	17	18	35
16	2G	20	16	36
17	2H	20	16	36
18	2i	9	31	40
19	3A	20	17	37
20	3B	20	17	37
21	3C	20	17	37
22	3D	20	18	38
23	3E	20	17	37
24	3F	18	20	38
25	3G	21	17	38
26	3H	19	20	39
27	3i	12	28	40
28	4A	36	0	36
29	4B	33	0	33
30	4C	34	0	34
31	4D	34	0	34
32	4E	0	42	42
33	4F	0	40	40
34	4G	0	41	41
35	4H	11	28	39
36	5A	41	0	41
37	5B	41	0	41

38	5C	41	0	41
39	5D	0	37	37
40	5E	0	39	39
41	5F	0	36	36
42	5G	20	18	38
43	6A	40	0	40
44	6B	38	0	38
45	6C	40	0	40
46	6D	0	42	42
47	6E	0	41	41
48	6F	0	41	41
		922	888	1810

KELAS	L	P	JUMLAH
1	183	151	334
2	160	161	321
3	170	171	341
4	148	151	299
5	143	130	273
6	118	124	242
TOTAL	922	888	1810

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 13

**KOORDINATOR DAN PEMBINA EKSTRA
MI AT TAQWA BONDOWOSO
TAHUN PELAJARAN 2022-2023**

NO	NAMA EKSTRA	KOORDINATOR	PEMBINA	KE T
1.	Tahfidzul Quran	Munsir Baihaqi, S.Pd.I	1. Rahmat Budi S 2. M. Saleh 3. Mas Kholilah 4. Imam supriyadi,S.HI 5. Marfuah 6. Rofiq 7. Fitriyah 8. Anang wahyudi 9. Faisol	-
2.	Tilawah	Muhammad Farhan Aulani, S.Pd.	1. Tamyiz 2. Sugiyono, S.Pd.I	-
3.	Tartil	Abdul Ghazi, S.Pd.I	1. Tamyiz 2. -	-
4.	Seni hadrah al banjari	Hari Priyo Susanto, S.Pd	1. Cahyono 2. Sugiyono, S.Pd.I 3. Yayan	-
5.	Pramuka	Ulfa Nurjannah, S.Pd	1. Anton Adi Susanto 2. Afria nikmatu sholichah	-
6.	Menggambar dan Mewarnai	Siti Rahma Nurul Jamilah, S.Pd.I	1. Widiyanto/Antok	-
7.	PMR (Palang Merah Remaja)	Ika Setyowati, S.Pd	1. Herman Santoso 2. Metra Isdianto 3. Santi widia ningsih	-
8.	Club Olimpiade	Muhammad Jakfar, S.Pd	1. Atut Diniyah, S.Pd 2. Yuly Secondry, S.Pd 3. Dendi Andika Saputro, S.Pd	-
9.	Olah Raga Futsal	Ahmad Jaelani M, S.Pd	1. Ahmad Jaelani, S.Pd 2. Fihriz Iqbal matlubi	-
10.	Pencak Silat	Gita Yuniar, S.Pd	1. Slamet 2. Sulton 3. Dila 4. Ifa	-

Lampiran 14

DOKUMENTASI PENELITIAN

Gedung Barat



Gedung Timur



Brosur PPDB MI AT-Taqwa Bondowoso Tahun 2022



MI AT TAQWA BONDOWOSO





Dr. KH. IMAM BARNAWI BURHAN
KETUA YAYASAN AT-TAQWA



H. MOHAMMAD ZAKARIYAH, S.Pd.I
KEPALA MI AT-TAQWA BONDOWOSO

PANITIA PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) Tahun Ajaran 2021 - 2022




Madrasah Hebat, Bermartabat
Berstandart Dunia & Akhirat

MEMBUKA KELAS

- Program Kelas Tahfidz
- Program Kelas Reguler

KEUNGGULAN

KELAS TAHFIDZ

- Tauhid yang lurus dan akhlak yang mulia yang terencana dalam amalan sholat, kesehariannya berdasar ahlu sunnah wal jamaah
- Fasih membaca al quran dengan tartil
- Istiqomah shalat fardhu berjamaah
- Gemar melaksanakan shalat sunnah dhuha dan qiyamul lail
- Hafal Alquran 6 juz (juz 1-5 dan juz 30)
- Hafal doa-doa harian serta dapat mengamalkannya.
- Menguasai dasar-dasar bahasa Arab dan bahasa Inggris dalam komunikasi sederhana.
- Diterima di sekolah lanjutan unggulan baik negeri, swasta

KELAS REGULER

- Tauhid yang lurus dan akhlak yang mulia yang terencana dalam amalan sholat, kesehariannya berdasar ahlu sunnah wal jamaah
- Fasih membaca al quran dengan tartil
- Istiqomah shalat fardhu berjamaah
- Gemar melaksanakan shalat sunnah dhuha dan qiyamul lail
- Hafal Alquran Juz emma (juz 30)
- Hafal doa-doa harian serta dapat mengamalkannya.
- Menguasai dasar-dasar bahasa Arab dan bahasa Inggris dalam komunikasi sederhana.
- Diterima di sekolah lanjutan unggulan baik negeri, swasta

FASILITAS

KELAS TAHFIDZ

- Bimbingan ibadah shalat setiap hari
- Pemantauan ibadah dan keseharian full
- Bimbingan tahfidzul quran 24 jam pelajaran setiap minggu
- Ruang kelas full AC
- Team teaching (dua guru pendamping)

KELAS REGULER

- Bimbingan ibadah shalat setiap hari
- Pemantauan ibadah dan keseharian full
- Bimbingan baca tulis al quran 6 jam pelajaran setiap minggu
- Single sex class mulai kelas 4

TEMPAT PENDAFTARAN

KANTOR SEKRETARIAT MI AT TAQWA
Jl. Letnan Sutarnan No.08 Kotakulon Bondowoso

PERSYARATAN

1. USIA MINIMAL 6 TAHUN PER 1 JULI 2021
2. PRINT OUT NISN TK/RA
3. FOTOCOPY AKTE KELAHIRAN & KK 1 LEMBAR
4. SURAT KETERANGAN AKTIF TK/RA 1 LEMBAR
5. UANG PENDAFTARAN Rp.100.000

WAKTU PELAKSANAAN TES

Tanggal 3-4 April 2021

WAKTU PENDAFTARAN

Tanggal 8-9 Maret 2021
(Jam 07.00 - 11.00 WIB)

MATERI TES

1. BACA AL-QUR'AN
2. BACA, TULIS DAN MENGHITUNG
3. PENGETAHUAN UMUM
4. HAFALAN AL-QUR'AN (Khusus Kelas Tahfidz)

 **NUHAN ISMAIL SALEH, S.Pd.I** (085-236-606-470)
 **YULY SECONDRY, S.Pd** (082-331-574-331)

Takhtimus Sanah Ad Dirosiyah Kelas 6 Tahun Ajaran 2020-2021



Munaqosah Qubro Santri Program Unggulan Tahfidzul Qur'an



Ekstrakurikuler Tahfidzul Qur'an



Ekstrakurikuler Tilawah



 FOLLOW US @arsemiattaqwa_

LAHIRNYA QORI' QORI'AH HANDAL BERPRESTASI DARI EKSTRA TILAWAH



M. FARHAN AULANI, S.PD
 PEMBINA EKSTRA TILAWAH

MI At-Taqwa dikenal sebagai madrasah yang dikenal mampu melahirkan bakat-bakat muda potensial. Bukan hanya dalam bidang akademik, bahkan dalam bidang keagamaan pun selalu mendominasi dalam hal penghargaan. Salah satunya melalui ekstra tilawah yang telah menelurkan banyak prestasi membanggakan. Ekstra yang dibina oleh ustaz Muhammad Farhan Aulani ini mampu meraih 3 penghargaan penting dalam ajang MTQ tingkat kabupaten tahun 2022. Diantaranya yakni Juara 1 cabang tilawah anak oleh M. Haikal Maulana Rizki dan Juara 1 cabang 1 juz tilawah oleh Rafael Agha Pratama. Yang paling membanggakan adalah keberhasilan sang pembina ustaz M. Farhan Aulani yang berhasil ambil bagian dalam kejuaraan tersebut sebagai juara 2 tilawah dewasa. (frd)

KAMIS, 22 SEPTEMBER 2022



 MI At-Taqwa

 rasa pesantren

Ekstrakurikuler Tartil



 FOLLOW US @arsemiattaqwa_

EKSTRA TARTIL DAN KOMITMEN KUAT MENCETAK GENERASI QUR'ANI BERPRESTASI



ITTAQY TAFUZY MALIKA ALI
 JUARA 2 MTQ TARTIL KABUPATEN

ABDUL GHAZI, S.PD.I
 PEMBINA EKSTRA TARTIL

MI At-Taqwa sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat sebagai madrasah religius yang mampu melahirkan lulusan yang Qur'ani. Sangat terlihat perbedaan yang mencolok ketika para lulusan MI At-Taqwa sudah terjun di masyarakat, terutama dari segi bacaan Al-Qura'annya. Untuk terus mempertahankan kepercayaan masyarakat akan hal tersebut, MI At-Taqwa memberikan fasilitas kepada siswanya dalam wadah ekstra Tartilul Qur'an. Para siswa akan digembirng untuk membaguskan bacaan Al-Qur'annya sesuai dengan kaidah yang berlaku. Tak pelak, kerja keras yang istiqomah telah melahirkan bakat-bakat Qur'ani berprestasi. Salah satunya melalui ananda Ittaqy Tafuzy Malika Ali yang berhasil meraih juara MTQ cabang tartil tingkat kabupaten Bondowoso tahun 2022. (frd)

RABU, 21 SEPTEMBER 2022



 MI At-Taqwa

 rasa pesantren

Ekstrakurikuler Seni Hadrah Al-Banjari



Ekstrakurikuler Pramuka



Ekstrakurikuler Menggambar dan Mewarnai

WARTAMIA
WARTA MIA
ALL ABOUT MI AT - TAQWA BONDOWOSO

SABTU, 17 SEPTEMBER 2022

CETAK MAESTRO LUKIS ISLAMI MELALUI EKSTRA MENGGAMBAR



Siti Rahma Nurul Jamilah, S.Pd.
Pembina Ekstra Menggambar

MI At-Taqwa selalu memberikan fasilitas bagi para siswanya yang ingin mengembangkan potensi dan bakatnya. Salah satunya melalui ekstrakurikuler menggambar. Kegiatan ini menjadi wadah bagi siswa untuk menambah pengetahuan (kognitif), sikap (afektif) dalam bentuk apresiasi dan motorik dalam bentuk kecakapan berkarya seni. Ekstra Menggambar menjadi salah satu ekstra yang paling banyak diminati. Total lebih dari 300 siswa MI At-Taqwa mulai dari kelas 1-6 bergabung dalam ekstrakurikuler ini. Kegiatan yang dibina langsung oleh ustazah Siti Rahma Jamilah ini dilaksanakan rutin setiap hari Selasa dan Kamis. Harapannya kelak dari kegiatan ini akan lahir maestro-maestro muda yang ahli dalam bidang karya seni melukis dan menggambar. (Frd)

MI At-Taqwa
Pasar pesantren

@arsemiattaqwa_

Ekstrakurikuler Palang Merah Remaja (PMR)

WARTAMIA
WARTA MIA
ALL ABOUT MI AT - TAQWA BONDOWOSO

FOLLOW US @arsemiattaqwa_

MEMBANGUN SPIRIT KEMANUSIAAN DALAM WADAH PALANG MERAH REMAJA



IKA SETIOWATI, S.PD
PEMBINA EKSTRA PMR

Kehadiran MI At-Taqwa sebagai Madrasah terbesar di kabupaten Bondowoso memiliki peranan sangat penting bagi lingkungan masyarakat luas. Selain menjadi manarul islam yang menyejukkan, MI At-Taqwa juga tidak tinggal diam dalam peran kemanusiaan. Bahkan ketika di Bondowoso dilanda bencana alam, MI At-Taqwa terjun langsung mengirimkan bantuan. Untuk terus memelihara peran tersebut, serta menanamkan nilai-nilai kemanusiaan, MI At-Taqwa memberikan wadah kepada siswanya melalui ekstrakurikuler Palang Merah Remaja (PMR). Dari ekstra inilah lahir pribadi yang senantiasa peduli terhadap sesama, lingkungan dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. Ekstra yang dikomandoi oleh ustazah Ika Setiowati ini dilaksanakan rutin setiap hari Sabtu. (frd)

KAMIS, 22 SEPTEMBER 2022

MI At-Taqwa
Pasar pesantren

Ekstrakurikuler Club Olimpiade

WARTA MIA
ALL ABOUT MI AT-TAQWA BONDOWOSO

FOLLOW US @arsemiattaqwa_

LAHIRNYA INTELEKTUAL MUDA BERPRESTASI DARI EKSTRA OLIMPIADE



MUHAMMAD JAKFAR, S.PD
Pembina Olimpiade

MI At-Taqwa merupakan salah satu madrasah terbaik yang ada di Jawa Timur bahkan Indonesia. Selain identik dengan nilai-nilai keislaman yang kuat, MI At-Taqwa juga dikenal mampu menelurkan bakat-bakat berprestasi. Salah satunya melalui ekstrakurikuler olimpiade. Segudang penghargaan banyak lahir dari ekstra ini. Mulai dari olimpiade IPA, IPS, Matematika sampai Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Jangankan di tingkat Kabupaten, MI At-Taqwa sudah tak terhitung meraih penghargaan di kancah Nasional. Terakhir kali, MI At-Taqwa mampu meraih Juara Harapan 3 Matematika Terintegrasi tingkat Jawa Timur Tahun 2022. Bukan hanya mengharumkan nama MI At-Taqwa itu sendiri, prestasi yang lahir dari ekstra ini mampu mengharumkan Bondowoso dan Jawa Timur. (Frd.)

SELASA, 20 SEPTEMBER 2022

MI At-Taqwa
Pusat Pesantren

Ekstrakurikuler Olahraga Futsal



Ekstrakurikuler Pencak Silat



Sertifikat Akreditasi MI At-Taqwa Bondowoso

0d. 178358



**BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH
(BAN-S/M)**

Sertifikat Akreditasi

SEKOLAH DASAR / MADRASAH IBTIDAIYAH

Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (BAN-S/M) menetapkan bahwa :

Sekolah/Madrasah : **MIS AT TAQWA**

NPSN : **60716082**

Alamat : **JL. LETNAN SUTARMAN NO. 08**
KEC. BONDOWOSO

Kabupaten/Kota : **KAB. BONDOWOSO**

Provinsi : **JAWA TIMUR**

telah diakreditasi dengan nilai 92 peringkat A
berdasarkan SK Penetapan Hasil Akreditasi BAP-S/M Nomor 200/BAP-S/M/SK/X/2016

Sertifikat ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan tanggal **25 OKTOBER 2021**

Ditetapkan di **SURABAYA**

Pada tanggal **25 OKTOBER 2016**


Prof. Dr. Idris ROESMININGSIH, M.Pd



NILAI AKREDITASI

..... MIS. AT TAQWA

No	Komponen	Nilai
1	Standar Isi	93
2	Standar Proses	92
3	Standar Kompetensi Lulusan	91
4	Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan	92
5	Standar Sarana dan Prasarana	93
6	Standar Pengelolaan	92
7	Standar Pembiayaan	93
8	Standar Penilaian Pendidikan	92
	Nilai Akhir	92

KLASIFIKASI PERINGKAT AKREDITASI :

Klasifikasi	Peringkat
86 ≤ Nilai ≤ 100	A (Amat Baik)
71 ≤ Nilai ≤ 85	B (Baik)
56 ≤ Nilai ≤ 70	C (Cukup)

Ditetapkan di SURABAYA

Pada tanggal 25 OKTOBER 2016

a.n. Ketua BAN-S/M

Ketua Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah

Provinsi JAWA TIMUR

BAP-S/M
Jawa Timur

Prof. Dr. M.V. ROESMININGSIH, M.Pd.



Gambar 1 Dokumentasi saat melakukan wawancara bersama Kepala Madrasah Ibtidaiyah At-Taqwa Bondowoso



Gambar 2 Dokumentasi wawancara dengan Waka Kesiswaan MI At-Taqwa Bondowoso



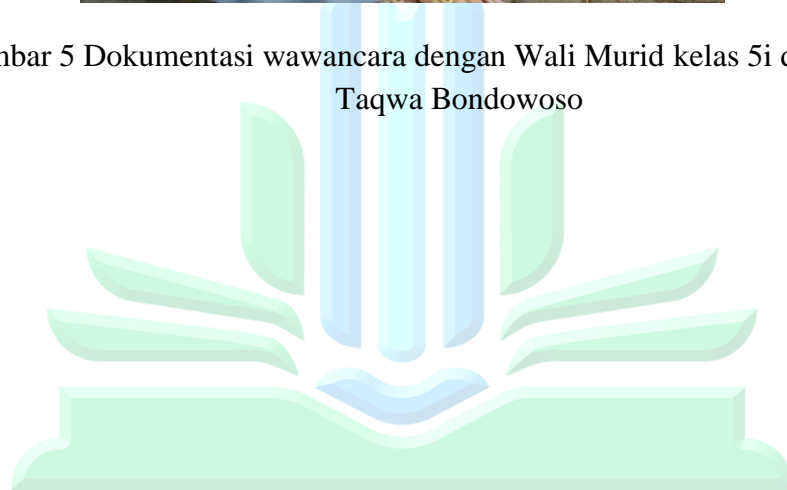
Gambar 3 Dokumentasi wawancara dengan Waka Humas MI At-Taqwa Bondowoso



Gambar 4 Dokumentasi wawancara dengan Siswa dan Siswi kelas 6D di MI At-Taqwa Bondowoso



Gambar 5 Dokumentasi wawancara dengan Wali Murid kelas 5i di MI AT-Taqwa Bondowoso



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 15

BIODATA PENULIS

Nama : Mega Nur Holilah

Nim : T20183028

Tempat/ Tanggal Lahir : Bondowoso, 19 Oktober 1999

Alamat : Desa Petung, Rt 005/Rw 002, Kecamatan
Curahdami, Kabupaten Bondowoso

Email : mega.nurholilah19@gmail.com

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Riwayat Pendidikan : MI At-Taqwa Bondowoso :2006-2012
MTS Negeri 2 Bondowoso :2012-2015
MA Zainul Hasan 1 Genggong :2015-2018
UIN KHAS Jember :2018-2022