

**SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING
MADRASAH TSANAWIYAH UNGGULAN AL-QODIRI 1 JEMBER**

SKRIPSI



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

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

**SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING
MADRASAH TSANAWIYAH UNGGULAN AL-QODIRI 1 JEMBER**

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Oleh:
Uliya Rohmah Handayani
NIM : T20183043
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

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

**SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING
MADRASAH TSANAWIYAH UNGGULAN AL-QODIRI 1 JEMBER**

SKRIPSI


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

Oleh:

Uliya Rohmah Handayani
NIM : T20183043

Disetujui Pembimbing:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ


Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I.
NIP. 1981060920009121004

**SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING
MADRASAH TSANAWIYAH UNGGULAN AL-QODIRI 1 JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari : Jum'at

Tanggal : 23 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Ubaidillah, M.Pd.I
NIP. 198512042015031002

Hatta, S.Pd., M.Pd.I
NUP.20160363

Anggota:

1. Dr. Subakri M.Pd.I
2. Dr. Zainal Abidin S.Pd.I., M.S.I

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Mukni'ah, M.Pd.I
NIP. 1964051119990322002

MOTTO

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ

حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ

مِّنْ وَّالٍ

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (Q.S Ar-Ra’ad : 11).¹



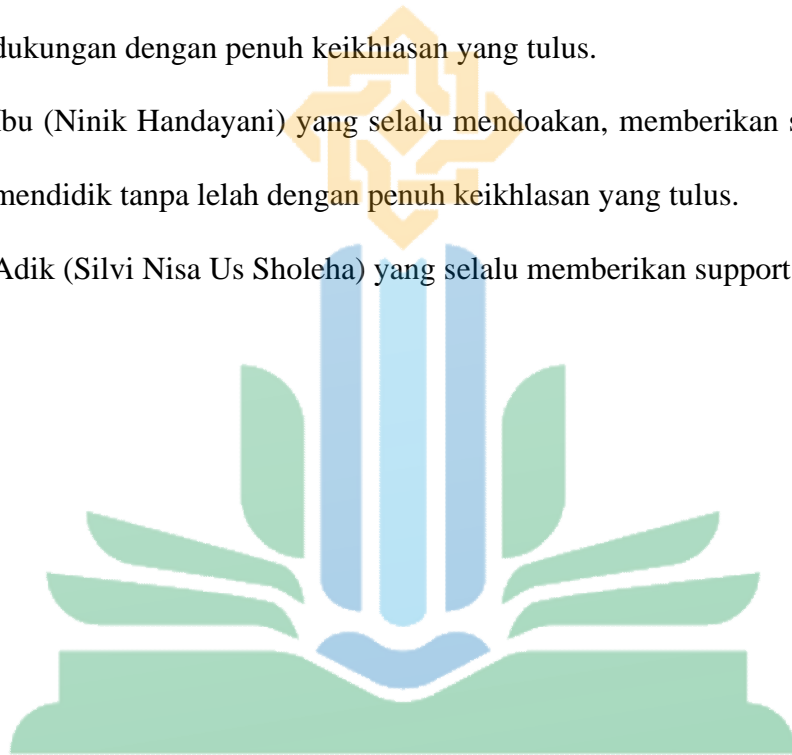
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Ar-Rahim Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013), 250.

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan kasih sayang yang Allah Swt. Curahkan, saya persembahkan karya ini kepada :

1. Ayah (Misnan Abdul Farid) yang selalu bekerja keras dan memberikan dukungan dengan penuh keikhlasan yang tulus.
2. Ibu (Ninik Handayani) yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan mendidik tanpa lelah dengan penuh keikhlasan yang tulus.
3. Adik (Silvi Nisa Us Sholeha) yang selalu memberikan support dengan tulus.



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

KATA PENGANTAR

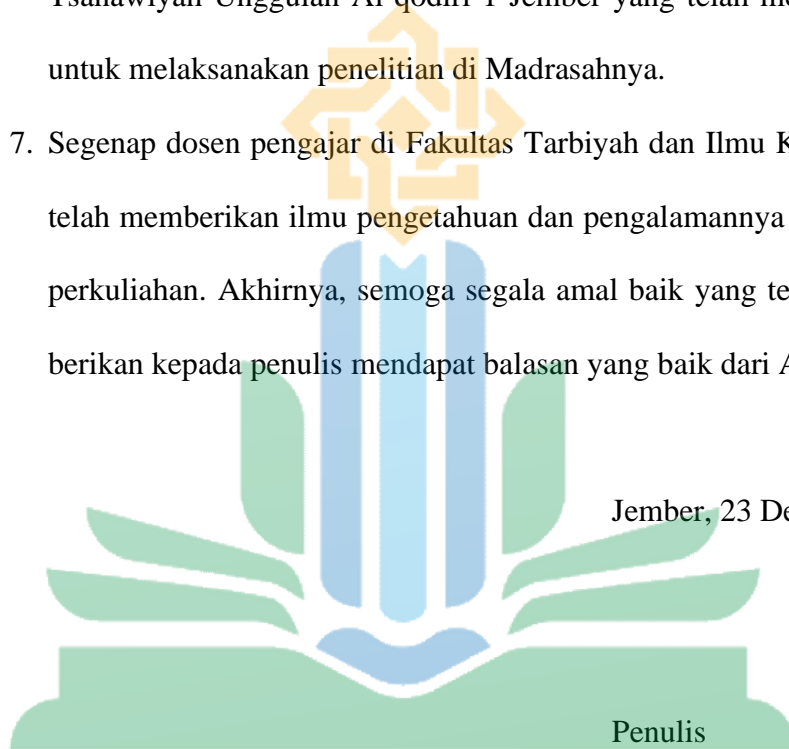
Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia- Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya 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 penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Dr. Rif'an Humaidi, M.Pd.I. selaku ketua Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa yang sudah meluangkan waktu untuk menyetujui persyaratan ujian skripsi.
4. Bapak Dr. H. Moh. Anwar, S.Pd., M.Pd. selaku koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah meluangkan waktu untuk menyetujui hasil skripsi yang telah diselesaikan.

5. Bapak Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan dengan sabar sehingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Hj. Ilmi mufidah Muzakki, S.Pd.I selaku kepala Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di Madrasahny.
7. Segenap dosen pengajar di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya selama proses perkuliahan. Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 23 Desember 2022



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

ABSTRAK

Uliya Rohmah Handayani, 2022: *Segmentasi, Targeting, dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.*

Kata Kunci: : Segmentasi, Targeting, Positioning.

Pemasaran pada lembaga pendidikan menjadi sesuatu yang mutlak dilaksanakan. Banyak lembaga yang tidak berkembang bahkan ada juga yang harus ditutup karena tidak diminati oleh masyarakat. Saat ini semakin banyak lembaga pendidikan yang menawarkan berbagai program keunggulan yang berkualitas dengan menawarkan berbagai fasilitas yang lengkap, bahkan biaya yang relatif terjangkau. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep yang sesuai dengan kepentingan, kebutuhan, dan keinginan pengguna jasa. Oleh karena itu, strategi pemasaran diperlukan untuk memenangkan persaingan antar madrasah.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember? 2) Bagaimana *targeting* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember? 3) Bagaimana *positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. 2) Untuk mendeskripsikan Targeting Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. 3) Untuk mendeskripsikan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya dilakukan dari tahap pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) *segmentation* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yaitu menampilkan keunggulan kompetitif lembaga melalui brosur madrasah, memberikan 5 jaminan kompetensi yang meliputi bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, 2 bahasa arab dan inggris, berkarakter islami, tahfidzul quran (progran khusus). Madrasah juga bekerjasama dengan primagama untuk tes diagnostik. 2) *targeting* Madrasah wajib mengamati potensi pertumbuhan pasar, didasarkan dengan keunggulan lembaga yang mana madrasah mempunyai program PPM (pusat program mingguan yang terdiri dari *debate*, drama, pidato, *missing lyrics* dan madrasah juga memiliki 16 jenis ekstrakurikuler. 3) *positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yakni melalui program intensif yang dilakukan setiap pagi jam 06:00-07:30 dan sore jam 13:00-16:30. Jadwal intensif tersebut ada amtsilati, al-qur'an, bahasa arab, bahasa inggris. Madrasah juga menerapkan wajib berbahasa bilingual.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	17

1. Segmentasi	17
2. Targeting	23
3. Positioning	27
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Subyek Penelitian.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Analisis Data.....	41
F. Keabsahan Data.....	43
G. Tahap-tahap Penelitian.....	44
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	47
A. Gambaran Obyek Penelitian	47
B. Penyajian Data dan Analisis.....	59
C. Pembahasan Temuan.....	96
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

No. Uraian

2.1 Persamaan dan perbedaan Penelitian	15
4.1 Data Sarana dan Prasarana	50
4.2 Tabel Data Pendidik dan Tenaga Pendidikan	53
4.3 Tabel Jumlah Peserta Didik	56
4.4 Tabel Struktur Organisasi	57
4.5 Data Program Tahfidzul Qur'an.....	69
4.6 Data Rincian Biaya	74
4.7 Data Rincian Biaya	74
4.8 Temuan Penelitian.....	97



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

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian

4.1	Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember	46
4.2	Brosur 5 Jaminan Kompetensi MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember	59
4.3	Ekstrakurikuler Panah MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.....	66
4.4	Program Mingguan Debate	74
4.5	Program Mingguan Pidato	75
4.6	Program Mingguan Drama	75
4.7	Program Mingguan Missing Lyrics	76
4.8	Konten Promosi di Media Sosial	79
4.9	Panitia PPDB MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.....	81
4.10	SEA Competition MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember	82
4.11	Gambar CCTV di MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.....	84
4.12	Program Intensif MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.....	85
4.13	Jadwal Kegiatan Program Intensif	86
4.14	Pekan Berbahasa MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember	87
4.15	Seragam Peserta Didik	88
4.16	Ruang Kelas	89
4.17	Logo MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dalam dunia pendidikan menuntut setiap lembaga pendidikan harus mampu melaksanakan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien. Pemasaran pada lembaga pendidikan menjadi sesuatu yang mutlak dilaksanakan oleh lembaga pendidikan. Oleh karena itu setiap lembaga pendidikan terus berupaya untuk bisa mempertahankan eksistensinya agar tidak kalah dengan lembaga pendidikan lainnya.

Saat ini semakin banyak lembaga pendidikan yang menawarkan berbagai program keunggulan yang berkualitas dengan menawarkan berbagai fasilitas yang lengkap, bahkan biaya yang relatif terjangkau dan lembaga berstatus negeri menjadi pilihan yang lebih diminati oleh

masyarakat. Dengan adanya pendirian sekolah Negeri atau swasta yang ikut meningkatkan persaingan di dunia pendidikan, khususnya di lembaga pendidikan Islam, seperti sekolah-sekolah Islam atau madrasah². Maka akan semakin besar persaingan lembaga pendidikan untuk memasarkan lembaganya di masyarakat.

² Imam S Turmudzi, "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* 2, no. 2 (November 2017), 189, <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/358>.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pemasaran adalah sebuah proses sosial dimana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan program dan jasa yang bernilai dengan orang lain³.

Kotler dan Fox dalam buku Wijaya mengemukakan definisi pemasaran yang digunakan secara khusus pada sekolah sebagai analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirumuskan secara hati-hati, yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai secara sukarela dengan pasar sasaran/ pasar target (target market) jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah.⁴

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Qashas ayat 77

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya : Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan⁵.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisike-13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 21.

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Ar-Rahim Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013), 394.

Dari ayat diatas jika dikaitkan dalam persaingan pemasaran pada lembaga pendidikan adalah pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan lembaga pendidikan tidak akan serta merta menjalankan pengelolaan pendidikan demi keuntungan pribadi saja, tetapi juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan program-program pendidikan yang bermutu dan berkualitas.

Pemasaran pada lembaga pendidikan adalah menawarkan suatu layanan intelektual dan pembentukan watak secara keseluruhan. Sedangkan inti dari pemasaran adalah untuk memberikan pelayanan prima kepada pengguna jasa pendidikan, utamanya masyarakat yang mempunyai ekspektasi kebutuhan dan keinginan yang bermacam-macam terhadap dunia pendidikan⁶. Pemasaran pada lembaga pendidikan harus dapat memberikan layanan jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi, mutu lebih baik, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik, karena lembaga pendidikan memiliki peran penting untuk meningkatkan kemampuan intelektual siswa.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 menyebutkan bahwa, Fungsi pendidikan untuk mengembangkan kemampuan, membentuk watak, dan peradaban bangsa terhadap potensi peserta didik. Agar menjadi manusia yang beriman serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak

⁶ Moch Khafidz Fuad Raya, "Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan)", *Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (Maret 2016), 24, <https://doi.org/10.36835/falasifa.v7i1.2>.

mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggungjawab⁷.

Untuk mereliasisasikan lembaga pendidikan tersebut tentunya memerlukan strategi pemasaran lembaga pendidikan yaitu segmentasi, targeting, dan positioning yang tepat agar bisa meningkatkan efektivitas pemasaran pendidikan.

MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember merupakan lembaga pendidikan Islam swasta yang sudah terakreditasi A. Peserta didik madrasah Aliyah Al-qodiri mayoritas adalah santri. Semua tenaga pendidikan lulusan S1 dan S2 yang mampu menguasai pada bidangnya masing-masing. MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember adalah salah satu lembaga pendidikan yang menerapkan program full day school dan program bilingual dua bahasa.

MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember mempunyai keunggulan lainnya yang dijadikan sebagai 5 (lima) jaminan kompetensi yang berlaku untuk semua peserta didik diantaranya: Tartil qur'an, bisa membaca kitab kuning, mampu berbicara Bahasa Inggris, mampu berbicara Bahasa Arab, tahfidzul qur'an 30 juz (program khusus).

Kegiatan rutin MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang dilakukan sebelum pembelajaran, dimulai dari apel pagi dengan tarti qur'an, qoidah, dan membaca surah Al-Waqi'ah. Kemudian dilanjutkan pelajaran formal sampai jam 11:30. Setelah itu dilanjutkan program sore, kegiatan program

⁷ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, pasal 3.

sore terdiri dari beberapa mata pelajaran yaitu: Bahasa Arab, Bahasa Inggris, *amtsilaty*, dan *common mistake*.

Agenda tahunan yang diselenggarakan Madrasah Tsanawiya Unggulan Al-qodiri 1 Jember adalah *SEA Competition*, Panggung gembira, *general election*, LDK (latihan dasar kepemimpinan), wisuda dan pemberkahan. Madrasah Tsanawiya Unggulan Al-qodiri 1 Jember melakukan pemasaran pendidikan melalui media sosial alumni, dan juga lewat pengajian manaqib rutin setiap malam Jum'at. Dari penjelasan di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiya Unggulan Al-qodiri 1 Jember dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Segmentasi, Targeting, dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember**”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember?
2. Bagaimana *targeting* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember?
3. Bagaimana *positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.
2. Untuk mendeskripsikan *targeting* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.
3. Untuk mendeskripsikan *positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan kontribusi pada lembaga pendidikan terutama dalam pemasaran pendidikan sehingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru pada lembaga pendidikan.

2. Secara Praktis, penelitian ini mempunyai manfaat praktis bagi:

- a. Bagi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan, inovasi, serta inisiatif baru dalam menggunakan strategi pemasaran.

- b. Bagi Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi serta keilmuan tentang pemasaran Pendidikan.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pemasaran pendidikan dan menjadi rujukan peneliti selanjutnya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah yang penting dan menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah yang disebut oleh peneliti diantaranya:

1. Segmentasi

Segmentasi dapat diartikan sebagai pembagian, pengelompokan, dan pemetakan. Segmentasi merupakan upaya membagi kelompok pengguna jasa menjadi beberapa kategori berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku. Segmentasi pada lembaga pendidikan harus dilakukan oleh lembaga pendidikan agar bisa mendapatkan hasil yang optimal sesuai dengan kebutuhan wilayah tertentu, kebiasaan, dan keinginan pengguna jasa pendidikan. Dengan adanya segmentasi maka akan lebih mudah diterima di lingkungan masyarakat.

2. Targeting

Targeting adalah upaya menetapkan target sasaran dengan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan di pilih lembaga pendidikan sebagai cara untuk menarik minat pengguna jasa pendidikan.

Targeting pada lembaga pendidikan harus dipertimbangkan dengan hati-hati segmen mana yang akan dipilih oleh lembaga pendidikan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa pendidikan. Dengan adanya targeting lembaga pendidikan bisa lebih fokus dalam melakukan *positioning*.

3. Positioning

Positioning merupakan usaha atau kegiatan yang dilakukan untuk menarik minat pengguna jasa pendidikan dengan strategi yang sudah direncanakan agar program yang ditawarkan lebih memiliki keunikan sehingga menjadi kesan tersendiri bagi pengguna jasa pendidikan. *Positioning* bisa juga diartikan sebagai cara yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menciptakan kesan atau persepsi yang positif dibenak pengguna jasa pendidikan sehingga bisa tertarik pada lembaga pendidikan tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan berisi tentang alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud sebagai berikut:

Bab satu adalah pendahuluan. Dalam bab ini penulis memaparkan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

Definisi Istilah, dan sistematika penulisan. masalah yang diangkat ialah

Segmenting, Targeting dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.

Bab dua, penulis menyajikan kajian kepustakaan tentang Segmenting, Targeting dan Positioning. Kajian kepustakaan ini berisi teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Teori-teori tersebut diantaranya segmenting (segmentasi pasar), targeting (target pasar/pasar sasaran), dan positioning (posisi pasar). Untuk memperoleh orignitas

penelitian, maka di bab ini dicantumkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan serta landasan teori untuk memberikan arah pembahasan yang lebih kompleks.

Bab ketiga berisi metode penelitian, penulis menyajikan dan mendeskripsikan metode penelitian diantaranya: jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data dan informan penelitian, metode pengumpulan data, dan keabsahan data.

Bab empat peneliti menulis tentang hasil penelitian dan pembahasan. Penulis menyajikan dan mendeskripsikan hasil penelitian yang di lakukan di lembaga pendidikan tentang Segmenting, Targeting dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. kemudian menganalisis data yang telah diperoleh untuk dapat diketahui hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

Bab lima adalah penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang sudah di lakukan, saran dan rekomendasi penelitian terhadap peneliti

selanjutnya.

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan.

1. Penelitian Terdahulu

- a. Nila Nur Sofia, Umi Arifah, Sudadi pada tahun 2019 meneliti “Segmentasi Pemasaran Pendidikan di Era 4.0 di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 4 Kebumen”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, meningkatkan jumlah penjualan, dan membuat kebijakan yang dapat memanfaatkan teknologi dalam pemasaran. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian MIN 4 Kebumen yaitu segmentasi pemasaran pendidikan menggunakan pendekatan geografis, pendekatan demografis, dan pendekatan perilaku. Segmentasi pemasaran MIN 4 Kebumen dilakukan dengan melakukan analisis kepada calon pelanggan, mengidentifikasi dan menganalisa

karakteristik calon pelanggan serta memberi nama calon pelanggan berdasarkan karakteristik yang dominan⁸.

- b. Fery Diantoro pada tahun 2018 meneliti “Positioning Madrasah dalam Penguatan Pendidikan (Perspektif Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter)”. Fokus dari penelitian ini yaitu 1) Bagaimana positioning madrasah dalam menyelenggarakan penguatan pendidikan karakter. 2) bagaimana positioning madrasah dalam menyikapi hari sekolah sesuai isi dalam peraturan presiden. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian Positioning madrasah dalam menyelenggarakan penguatan pendidikan karakter dilakukan melalui program intrakurikuler, kokurikuler dan ekstrakurikuler dan positioning madrasah dalam menyikapi hari masuk sekolah, madrasah dapat mengambil opsi hari masuk lima dengan sistem mengintegrasikan sistem madrasah dengan sistem pesantren atau mengambil opsi masuk enam dengan penguatan di ketiga program kurikuler, dengan program-program yang show off yang bisa langsung dilihat dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat⁹.

⁸ Nila Nur Sofia, Umi Arifah, Sudadi, “Segmentasi Pemasaran Pendidikan di Era 4.0 di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 4 Kebumen”, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (Mei 2019), 29, <https://doi.org/10.33507/an-nidzam.v6i2.338>.

⁹ Fery Diantoro, “Positioning Madrasah dalam Penguatan Pendidikan Karakter (Perspektif Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter)”, *Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (Juni 2018), 105, <https://www.alhayat.or.id/index.php/alhayat/article/view/22>.

- c. Hayi Abdus Syukur dan Ni'matul maula pada tahun 2021 meneliti "Segmentasi dan Positioning Promosi Madrasah Tsanawiyah At Taqwa Bondowoso dalam Konteks Persaingan Antar Lembaga Pendidikan". Fokus penelitian adalah bagaimana segmentasi dan positioning promosi Madrasah Tsanawiyah At Taqwa Bondowoso. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi langsung di lokasi. Hasil penelitian yang dikembangkan MTs At Taqwa Bondowoso diantaranya: Dalam konteks persaingan dengan sekolah lain MTS At Taqwa memetakan segmentasi promosi berdasarkan variabel geografis, demografis, psikografis secara terintegrasi, menetapkan sasaran promosi berdasar pemetaan peserta didik yang mendaftar tahun sebelumnya, mempertimbangkan aspek aksesibilitas dan keberlanjutan hubungan baik, memilih segmentasi promosi sasaran dengan strategi promosi terdiferensiasi dan non diferensiasi secara kontekstual serta promosi terkonsentrasi dan promosi masal terpadu. Positioning persaingan antar sekolah yaitu akreditasi kelembagaan, Pendidikan agama Islam dengan sistem pesantren, pendidikan sains ilmu pengetahuan alam, program baca cepat kitab kuning dengan metode asilati dan pengembangan kemampuan motorik siswa melalui kegiatan ekstrakurikuler¹⁰.

¹⁰ Hayi Abdus Syukur, Ni'matul Maula, "Segmentasi dan Positioning Promosi Madrasah Tsanawiyah At Taqwa Bondowoso dalam Konteks Persaingan antar Lembaga Pendidikan", *Jurnal Manajemen Pendidikan* 1, no. 2 (2021), 78, <http://ejournal.stitta.ac.id/index.php/attahsin/article/view/30>.

- d. Andri Cahyo Purnomo pada tahun 2022 meneliti “Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran”. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus pada upaya pemasaran adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi perilaku. Hasil dari identifikasi pasar yang didapat kemudian dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif melalui studi pustaka. Hasil penelitian yaitu dalam proses menentukan segmen pasar, perlu memperhatikan variabel kunci segmen pasar, seperti segmentasi demografis, psikografis, geografis, dan manfaat. Keempat segmentasi ini membagi pasar konsumen dalam urutan dari yang umum dan masif hingga yang paling spesifik, yaitu a) segmentasi demografi, yaitu: segmen yang membuat kelompok pasar berdasarkan indentifikasi umur, pendidikan, jenis kelamin, jumlah keluarga dan penghasilan, b) segmentasi geografis, yaitu mengidentifikasi berdasarkan wilayah, iklim, kepadatan penduduk atau kondisi fisik pasar, c) segmentasi psikografi, yaitu segmen yang mengidentifikasi konsumen dengan berdasarkan gaya hidup masyarakat dan kepribadian konsumen dnegan mengamati aktivitas seseorang, selera, opini atau minat, dan d) segmentasi manfaat, yaitu segmen yang memfokuskan pada kegunaan yang

diharapkan dari suatu produk atau pelayanan yang ditawarkan dan diberikan¹¹.

- e. Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi pada tahun 2020 meneliti "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah". Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Fokus pada penelitian ini untuk mengkaji secara mendalam tentang layanan jasa dan strategi pemasaran pendidikan dalam upaya meningkatkan citra lembaga pendidikan di SD Islam Surya Buana Malang. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menemukan bahwa layanan jasa pendidikan di SD Islam Surya Buana memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan. Pemasaran pendidikan SD Islam Surya Buana dalam meningkatkan citra dilakukan sekolah dengan beberapa strategi yaitu; strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, dan strategi pembiayaan. Namun strategi yang efektif di SD Islam Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut.¹²

¹¹ Andri Cahyo Purnomo, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran", *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 1, no. 2 (Mei 2022), 135, <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129-31.05.22>.

¹² Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, "Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah.", *Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (Desember 2020), 21, <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan
Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan Dilakukan

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	2	3	4	5
1	Nilia Nur Sofia, Umi Arifah, Sudadi, 2019, Segmentasi Pemasaran Pendidikan di Era 4.0 di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 4 Kebumen.	Menggunakan pendekatan geografis, pendekatan demografis, pendekatan perilaku. Segmentasi pemasaran MIN 4 Kebumen menggunakan analisis kepada calon pengguna jasa, mengidentifikasi, menganalisa karakteristik calon pengguna jasa.	Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu memfokuskan pada segmentasi saja.	Menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif dan mengkaji tentang segmentasi pendidikan.
2	Fery Diantoro, Positioning Madrasah dalam Penguatan Pendidikan (Perspektif Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017)	Positioning di madrasah dilaksanakan dengan menggunakan penguatan pendidikan karakter yang dilakukan melalui program-program intrakurikuler, kokurikuler, dan ekstrakurikuler.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian yang Memfokuskan positioning pada penguatan pendidikan karakter saja.	Sama-sama mengkaji positioning pada Madrasah
3	Hayi Abdus Syukur dan Ni'matul maula, 2021, Segmentasi dan Positioning Promosi Madrasah Tsanawiyah At Taqwa Bondowoso dalam Konteks Persaingan Antar Lembaga Pendidikan.	Segmentasi yang dikembangkan: memetakan segmentasi promosi berdasar variable geografis, demografis, psikografis secara terintegrasi, menetapkan sasaran promosi. Positioning: akreditasi kelembagaan, pendidikan agama sistem pesantren, sains, program baca kitab kuning dengan metode amtsilati dan kegiatan ekstrakurikuler.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada program-pogram yang ditawarkan madrasah.	Sama-sama mengkaji segmentasi dan positioning pada Madrasah Tsanawiyah.

1	2	3	4	5
4	Andri Cahyo Purnomo, 2022, Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran.	Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif melalui studi pustaka. Strategi ini mengelompokkan dan membuat keputusan segmen pasar. Hasil dari identifikasi pasar dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus yaitu mengkaji penentuan pasar sasaran.	Memiliki persamaan sama-sama mengkaji tentang segmentasi dan penentuan sasaran.
5	Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, 2020, Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah.	Pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra yaitu: strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, strategi pembiayaan. Strategi yang lebih efektif di SD Islam Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut.	Menggunakan pendekatan studi kasus dan lebih memfokuskan untuk meningkatkan citra sekolah.	Penelitian ini sama-sama meneliti pada lembaga pendidikan islam.

Berdasarkan lima penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran pada lembaga pendidikan memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri dalam mengenalkan lembaganya mempunyai keunggulan yang menarik sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri di benak pengguna jasa pendidikan.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasa teori yang dijadikan perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan lebih luas dan mendalam akan semakin memperluas wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

a. Segmentasi

Segmentasi merupakan usaha untuk mengelompokkan pasar, dari pasar yang bersifat heterogen menjadi homogen. Lembaga pendidikan perlu melakukan segmentasi pasar agar dapat memperoleh hasil pemasaran yang optimal. Segmentasi memungkinkan lembaga lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya agar dapat masuk ke pasar sesuai dengan keunggulan kompetitif lembaga.

Proses segmentasi menjadi salah satu kunci sukses lembaga pendidikan untuk mengalahkan pesaing dengan memandang pasar

dari sudut yang unik dan cara yang berbeda. Keberhasilan

pemasaran pendidikan tergantung pada pengguna jasa pendidikan.¹³

Segmentasi nantinya akan menjadi hal pertama yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk mencapai hasil yang maksimal.

¹³ Atika dan Imam Machali, "Segmentasi dan Positioning Jasa Pendidikan Di MAN III Yogyakarta", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (November 2016), 156, <https://doi.org/10.14421/manageria.2016.12.12-01>.

Allah SWT berfirman dalam qur'an surah Al-Hasyr ayat 18 menjelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan¹⁴.

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa lembaga pendidikan yang memasarkan madrasah hendaknya memperhatikan langkah kedepan untuk keberlangsungan lembaganya dikemudian hari agar lembaga pendidikan tidak sampai salah dalam memilih segmen pasar, karena kesalahan dalam memilih segmen yang tepat akan berakibat menurunnya peminat pengguna jasa yang mendaftar.

Segmentasi merupakan seni mengenali dan menggunakan kesempatan yang terdapat di pasar, memandang calon wali murid yang ada, hingga lembaga pendidikan wajib kreatif serta inovatif dalam menyikapi pertumbuhan yang terjalin, sebab segmentasi ialah langkah dini yang memastikan kegiatan lembaga Pendidikan¹⁵.

¹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Ar-Rahim Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013), 548.

¹⁵ Saifuddin, Zayyin, dan Hinggil Permana, "Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Perspektif Islam Di MA Al-Ahliyah Cikampek Karawang", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 1 (Juli 2021), 81, <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/Elidare/article/view/9231>.

Hermawan Kartajaya menyebutkan segmentasi adalah sebuah metode bagaimana melihat pasar secara kreatif, artinya lembaga pendidikan perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di pasar, jangan hanya melihat pasar secara sederhana. Dengan segmentasi yang tepat kita dapat menempatkan sumber daya sesuai dengan segmen-segmen pasar yang telah diidentifikasi.¹⁶

Menurut Buchari Alma dalam manajemen pemasaran dan pemasaran jasa menjelaskan, sebuah lembaga pendidikan dalam merumuskan pemasaran dari awal harus mendefinisikan dulu apa programnya, menetapkan visi misi dan tujuannya. Pengguna jasa mana yang hendak dituju, bagaimana peluang-peluang yang tersedia, strategi apa yang digunakan, dan semua itu harus dituangkan dengan anggaran belanja yang cukup.¹⁷ Jadi lembaga pendidikan bisa menyesuaikan antara kebutuhan dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki madrasah.

Tujuan dari market *segmentation* (segmentasi pasar) pada lini pendidikan adalah membuat pengambil kebijakan dan pengelola lembaga pendidikan mampu menyesuaikan pemasaran yang lebih tepat sasaran. Segmentasi pasar memainkan peran kunci dalam strategi-strategi pemasaran dari hampir semua organisasi.

¹⁶ Hermawan Kartajaya, *On Segmentation* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006),17.

¹⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018),

Segmentasi merupakan perangkat pemasaran inti untuk berbagai alasan. Alasan yang terpenting adalah bahwa hampir semua pasar termasuk kelompok-kelompok, orang atau organisasi memiliki kebutuhan dan pilihan program yang berbeda pada akhirnya kinerja institusi pendidikan sebagai penyedia jasa pendidikan dapat dievaluasi dengan mudah dan lebih baik bila tujuan ditetapkan lebih tepat.¹⁸

Hermawan Kartajaya menyebutkan bahwa dalam memilih pasar harus memperhatikan beberapa peranan dari segmentasi yaitu¹⁹:

1. Peran segmentasi dapat memungkinkan untuk lebih fokus. Dalam hal ini, semakin mudah untuk mengalokasikan sumber daya dan akan semakin fokus masuk ke pasar sesuai keunggulan kompetitif lembaga.
2. Segmentasi memungkinkan untuk mendapatkan insight mengenai posisi pasar. Hal ini perlu di perhatikan karena tidak mungkin masuk ke segmen pasar tapi sumber daya madrasah tidak mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain.
3. Segmentasi merupakan basis basis untuk memudahkan untuk mempersiapkan langkah-langkah berikutnya.

¹⁸ Moch Khafidz Fuad Raya, "Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan)", *Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (Maret 2016), 36, <https://doi.org/10.36835/falasifa.v7i1.2>.

¹⁹ Hermawan Kartajaya, *On Segmentation*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 18.

4. Segmentasi merupakan faktor kunci mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sisi yang unik.

Pasar terdiri dari banyak tipe pengguna program dan kebutuhan, pemasar harus menentukan segmen mana yang menawarkan peluang terbaik. Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pengguna jasa berbeda yang mempunyai kebutuhan karakteristik atau perilaku yang berbeda.

Pada dasarnya tujuan dilakukan segmentasi pasar adalah untuk menghemat usaha pemasar dengan menitik beratkan kepada konsumen yang berminat tinggi, agar peningkatan pemasaran lebih terarah dan sumber daya lembaga dapat digunakan secara efektif dan efisien. Segmentasi pasar lembaga pendidikan harus membagi pasar yang besar dan heterogen menjadi segmen lebih kecil yang dapat dicapai secara efisien dan efektif dengan program dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa pendidikan.

Philip Kotler dan Gary Armstrong membagi segmen pasar menjadi empat yaitu:²⁰

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar.

²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12* (Jakarta: Erlangga, 2008), 59.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia jenis kelamin ukuran keluarga siklus hidup keluarga pendapatan pekerjaan pendidikan agama ras generasi dan kebangsaan. Faktor demografis adalah dasar paling umum yang digunakan untuk menetapkan segmentasi kelompok pengguna jasa. Salah satu alasannya adalah bahwa tingkat variasi kebutuhan keinginan dan penggunaan pengguna jasa sering berhubungan erat dengan variabel demografis.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Orang-orang dalam

kelompok demografis yang sama bisa memiliki

komposisi psikografis yang sangat berbeda. Dalam hal

ini kita bisa mendiskusikan bagaimana program yang

dipilih pengguna jasa bisa mencerminkan gaya hidup

mereka. Pemasar bisa menetapkan segmen pasar mereka

melalui gaya hidup konsumen dan mendasarkan strategi

pemasaran mereka berdasarkan penampilan gaya hidup.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku atau behavioral segmentation adalah membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau respon terhadap sebuah program. Banyak pemasar percaya bahwa variabel perilaku adalah titik awal terbaik untuk membangun segmen pasar.

b. Targeting

Targeting adalah proses membidik target pasar yang telah dipilih dalam proses analisa segmentasi pasar sebelumnya.

Targeting merupakan serangkaian program pemasaran yang perlu disesuaikan dengan karakteristik pasar sasaran yang akan dituju.²¹

Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna pendidikan.²²

Targeting dilakukan karena dalam pemasaran mengajarkan bahwa tidak mungkin semua pasar dapat dipuaskan secara bersamaan dengan satu program, jadi harus fokus memilih pasar.²³

²¹ Robi'ul Afif Nurul Aini, "Strategi Segmentasi, Targeting Dan positioning STP Lembaga Pendidikan Islam", *Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam* 2, no. 1 (Juni 2020), 25, <http://ejournal.kopertais4.or.id>.

²² Imam Faizin, "Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan nilai jual madrasah", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7 no. 2 (Agustus 2017), 274, <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/15>.

²³ Aris Nurawani, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (April 2021), 57, <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.41>.

Pemasar dapat memutuskan untuk menargetkan satu, atau beberapa segmen yang cocok dengan kemampuan lembaga yang bisa menjadi keunggulan lembaga itu sendiri.

Hermawan Kartajaya menjelaskan *targeting* merupakan strategi dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif. Strategi ini perlu dilakukan untuk mempermudah penyesuaian proses sumber daya yang dimiliki lembaga pendidikan.²⁴

Menurut Kotler dalam Suparso menjelaskan *targeting* (pasar sasaran) adalah Tindakan untuk mengevaluasi dan menyeleksi satu atau lebih segmen pasar yang hendak dimasuki.²⁵ Menetapkan target pasar merupakan tahap selanjutnya dari analisis segmentasi program yang nantinya akan memilih target market atau pasar sasaran yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran.

Proses *targeting* mencerminkan kenyataan bahwa lembaga pendidikan harus mengidentifikasi pengguna jasa pendidikan, apa yang dibutuhkan dan apa yang bisa membuat masyarakat tertarik memilih lembaga pendidikan tersebut.

Dalam menentukan target pasar ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan yaitu:

- a. Karakteristik

²⁴ Hermawan Kartajaya, *On Targeting* (Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006), 16.

²⁵ Suparso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2021), 232.

Berkaitan dengan umur, pekerjaan, dan etnis yang merupakan karakteristik demografi yang dapat menjelaskan pasar.

b. Kebiasaan

Gaya hidup menjelaskan seperti apakah target pasar yang akan dimasuki. Apakah mereka lebih menyukai warna yang mencolok atau musik yang keras. Kadang-kadang kebiasaan disamakan juga sebagai psikografis yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, dan gaya hidup.

c. Keinginan

Keinginan mewakili kebutuhan, permintaan dan harapan untuk memiliki atau memenuhi apa yang mereka mau dari sebuah target pasar.

d. Aktivitas

Menjelaskan secara umum pasar sasaran apa yang mereka lakukan. Apakah mereka berlibur di akhir pekan atau berbelanja ke supermarket.

e. Geografi

Sebuah faktor yang membedakan sebuah target pasar adalah geografi lokasi yang akan membedakan pasar. Geografi adalah tempat dimana prospek berada dan menawarkan program kepada mereka.²⁶

²⁶ Suparso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2021), 240.

Hermawan Kartajaya menyebutkan ada 4 kriteria yang harus ada dalam proses targeting yaitu²⁷:

1. Harus yakin dalam memilih segmen pasar.

Lembaga pendidikan harus memilih segmen pasar dengan efektif, efisien, dan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, yang nantinya bisa memasarkan program pendidikan secara sempurna dan tetap sasaran.

2. Lembaga pendidikan perlu mengamati potensi pertumbuhan pasar.

Lembaga pendidikan harus mengetahui tren apa yang saat ini berkembang di masyarakat dan mengamati program-program yang ditawarkan lembaga pendidikan lain sebagai bahan perbandingan. Dengan mengamati pertumbuhan pasar akan membuat pemasar mampu untuk mempertimbangkan keputusan yang lebih baik terkait adanya program yang akan ditawarkan kepada masyarakat.

3. Strategi targeting harus didasarkan keunggulan lembaga pendidikan.

Lembaga pendidikan harus memasarkan lembangnya dengan kreatif, sehingga bisa menampilkan keunikan dari lembaga tersebut yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain.

²⁷ Hermawan Kartajaya, *On Targeting* (Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006), 17.

4. Segmen pasar yang ditargetkan harus disesuaikan persaingan.

Dalam menentukan target pemasaran, lembaga pendidikan harus bisa melihat lembaga lain agar tidak ketinggalan zaman dalam memasarkan lembaganya dan tidak berlebihan dalam membuat janji-janji.

c. *Positioning*

Positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk nyata yang memudahkan pengguna jasa untuk membedakan program jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain.²⁸

Positioning bisa diartikan sebagai usaha menanamkan citra dan menciptakan kesan atau persepsi yang positif dibenak pengguna jasa pendidikan sehingga program yang ditawarkan lembaga pendidikan memiliki ciri tersendiri yang bisa membedakan dengan lembaga pendidikan lain.

Positioning harus menyertakan usulan nilai, alasan kuat mengapa target pasar seharusnya “memilih” penawaran dari lembaga tersebut. *Positioning* itu sendiri berperan sebagai penghubung antara program yang dimiliki madrasah dengan calon pengguna jasa pendidikan.

²⁸ Afidatun Khasanah, “Pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden”, *Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 2 (Juni 2015), 168, <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.

Allah SWT berfirman dalam Qur'an surat Al-Jatsiyah ayat 18 dijelaskan:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui²⁹.

Ayat ini memberikan pemahaman bahwa persepsi yang baik merupakan syarat utama untuk kemajuan suatu lembaga pendidikan, jadi lembaga pendidikan harus mengikuti semua aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh lembaga, negara, agama dan tidak melanggar peraturan yang sudah ditetapkan demi terciptanya citra atau persepsi yang baik di mata masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan yang nantinya bisa meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada program lembaga pendidikan yang ditawarkan.

Hermawan Kartajaya mendefinisikan *positioning* sebagai upaya mengarahkan pengguna jasa secara kredibel. *Positioning* tak lain adalah upaya kita membangun dan mendapatkan kepercayaan pengguna jasa. Semakin kredibel anda di mata pengguna jasa,

²⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Ar-Rahim Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013), 500.

semakin kukuh pula *positioning* anda. *Positioning* menjadi penentu eksistensi merek, program di benak pelanggan.³⁰

Menurut Sutisna dalam buku Sunyoto *positioning* adalah merupakan cara pemasar menanamkan citra, persepsi, dan imajinasi atas suatu program yang ditawarkan kepada pengguna jasa melalui proses komunikasi.³¹ Untuk membangun *positioning* yang bagus diperlukan metode yang tepat agar sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa pendidikan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *positioning* adalah metode yang digunakan untuk memasarkan lembaga pendidikan dengan cara mendifferensiasikan diri dari pesaing atau lembaga pendidikan lain. Mendifferensiasi adalah membedakan dari yang lain dari segi nilai, keunggulan, dan keunikan sehingga lembaga pendidikan yang dipasarkan mampu menarik minat pengguna jasa pendidikan.

Hermawan Kartajaya mempunyai resep praktis dalam menyusun konsep differensiasi yaitu³²:

1. Hal terpenting adalah program lembaga pendidikan harus memiliki keunikan sehingga sulit ditiru oleh pesaing lembaga pendidikan lain.

³⁰ Hermawan Kartajaya, *On Positioning Seri 9 Elemen Marketing* (Bandung:PT Mizan Pustaka, 2004), 11.

³¹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran konsep Strategi dan Kasus (Strategi dan Kasus* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014), 87.

³² Hermawan Kartajaya, *On Differentiation* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 15.

2. Lembaga pendidikan harus mampu menghasilkan value terbaik dan dimaui oleh pengguna jasa pendidikan dan mampu memberikan manfaat yang tinggi di mata pengguna jasa. Lembaga pendidikan harus jeli mengurai needs, wants, dan expectations dari pengguna jasa pendidikan.
3. Differensiasi harus menampilkan keunggulan dibandingkan pesaing lembaga pendidikan lain dan melakukan inovasi.

Dalam pengolahan pemasaran jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan kepada masyarakat harus bisa meyakinkan masyarakat, sehingga yang terjadi minat masyarakat sebagai pengguna merasa tertarik dengan strategi yang ditawarkannya dan akhirnya masyarakat pun menyekolahkan anaknya ke lembaga pendidikan tersebut³³.

Pemasaran lembaga pendidikan dapat menentukan pasar sasaran berdasarkan hal yang penting bagi pengguna jasa. Contohnya, bagi para orang tua hal yang penting dalam memilih madrasah untuk anaknya antara lain: program yang dimiliki lembaga, kualitas lembaga, lokasi, biaya, reputasi, jumlah siswa, fasilitas pendidikan, reputasi staff/ guru.

³³ Sarifudin dan Rahendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 02 (Juli 2019), 137, <http://dx.doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.

Pengelolaan pemasaran pada lembaga pendidikan memerlukan positioning yang nantiya akan mempermudah pengguna jasa untuk menentukan lembaga pendidikan mana yang akan dipilih sebagai tempat pembelajaran untuk anaknya. Positioning bertujuan melakukan pengembangan program yang akan merepresentasikan program dan layanan lembaga pendidikan³⁴.

Positioning berkaitan dengan cara pihak madrasah memposisikan lembaga pendidikannya dalam memberikan jasa yang berbeda dengan madrasah-madrasah lainnya. Positioning (pemosisian) akan memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya³⁵.

Hermawan Kartajaya menyampaikan ada 4 resep untuk membangun positioning yang tepat yaitu³⁶:

1. *Positioning* harus dipersepsi secara positif oleh pengguna

jasa pendidikan dan menjadi alasan untuk memilih

lembaga pendidikan tersebut. Oleh karena itu

positioning harus mendeskripsikan value yang unggul.

Positioning yang digunakan oleh lembaga harus bisa

³⁴ Hasanah, Dian Uswatun, Ahmad Alfi, dan Imam Mujahid, "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta", *Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (Desember 2021), 88, <https://doi.org/10.21009/10.21009/Improvement.081.08>.

³⁵ Atika dan Imam Machali, "Segmentasi dan Positioning Jasa Pendidikan di MAN Yogyakarta III". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (April 2016), 157, <https://doi.org/10.14421/manageria.2016.12-01>.

³⁶ Hermawan Kartajaya, *On Positioning* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 14.

meyakinkan masyarakat bahwa program-program yang dimiliki lembaga tersebut benar-benar bagus, sehingga nantinya pengguna jasa yakin untuk memilih lembaga tersebut.

2. *Positioning* harus bisa mencerminkan kekuatan lembaga pendidikan dan memberikan keunggulan kompetitif karena hal ini menjadi poin utama untuk meningkatkan kreadibilitas lembaga pendidikan yang dikelola.

3. *Positioning* harus mempunyai keunikan tersendiri agar nantinya pengguna jasa pendidikan dapat mendiferensiasikan dari pesaing lainnya. Sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna jasa pendidikan.

4. *Positioning* harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan kebutuhan yang akan dihadapi oleh lembaga sebagai tantangan perubahan dalam lingkungan pendidikan.

Positioning pada lembaga pendidikan harus dipersepsikan secara positif dengan menampilkan nilai yang unggul, dimana lembaga harus memberikan bukti nyata dan menghasilkan output yang sesuai dengan harapan pengguna jasa pendidikan, sehingga pengguna jasa tidak kecewa dengan janji yang diberikan oleh lembaga pendidikan.

Kotler mengemukakan dalam buku Wijaya bahwa keunggulan yang patut ditampilkan harus memenuhi kriteria sebagai berikut³⁷:

1. Penting. Keunggulan harus merupakan kemampuan yang dianggap sangat penting untuk cukup banyak pengguna jasa pendidikan.
2. Berbeda. Menawarkan atau memosisikan keunggulan dari lembaga atau madrasah yang belum ada di lembaga lain.
3. Unggul. Lebih baik dibandingkan dengan program-program pendidikan yang dimiliki oleh Lembaga pendidikan lain.
4. Bisa dikomunikasikan. Bisa dikomunikasikan dan bisa menjadi perhatian pengguna jasa pendidikan.
5. Pelopor. Lembaga lain sulit untuk meniru keunggulan dan keunikan program yang dimiliki oleh lembaga tersebut.
6. Harga terjangkau. Pengguna jasa pendidikan mampu membayar biaya terhadap keunggulan yang ditambahkan dalam program pendidikan.
7. Menguntungkan. Lembaga bisa memperoleh manfaat dari adanya keunggulan pada lembaga tersebut.

³⁷ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 58.

Penentuan posisi pasar jasa pendidikan dengan menampilkan keunggulan dapat berupa pelayanan atau mutu yang baik bisa menjadi cara untuk menentukan posisi pasar dengan menyatakan diri sebagai yang terbaik dalam dua keunggulan yang bisa saling melengkapi. Jika di pikirkan pengguna jasa pendidikan telah tertanam perbedaan atau *diferensiasi* dengan sendirinya dan lembaga pendidikan telah berhasil membuat perbedaan di lembaga pendidikan tersebut.

Menurut Kotler dalam buku Wijaya menyebutkan beberapa kesalahan yang perlu dihindari dalam melakukan penentuan posisi pasar yaitu sebagai berikut:³⁸

1) Underpositioning

Pengguna jasa tidak mengenal kekhususan program, merek, atau atribut yang dikomunikasikan oleh madrasah.

2) Overpositioning

Pengguna jasa pendidikan memiliki gambaran yang terlalu sempit mengenai suatu atribut jasa pendidikan

3) Confused positioning

Pengguna jasa pendidikan tidak merasa pasti dengan citra produk jasa pendidikan, karena terlalu banyak janji yang diberikan atau penentuan posisi pasar jasa pendidikan yang terlalu sering berubah.

³⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 59.

4) Doubtful positioning

Pengguna jasa pendidikan merasa ragu terhadap janji suatu program yang dimiliki seperti kemampuan, harga, dan manfaat jasa pendidikan.

Penentuan posisi pasar jasa pendidikan ditujukan langsung kepada pengguna jasa pendidikan dan komunikasi berperan besar untuk menancapkan citra lembaga pendidikan ke dalam benak pengguna jasa pendidikan namun demikian penentuan posisi pasar jasa pendidikan bukan sekadar iklan atau promosi saja akan tetapi sebagai penentuan posisi pasar jasa yang bisa dibentuk melalui penentuan harga jasa pendidikan, program yang ditawarkan dan proses jasa pendidikan itu sendiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memaparkan dan menggambarkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan kenyataan. Menurut analisis peneliti, pendekatan deskriptif kualitatif sangat efektif untuk digunakan dalam menganalisa dan mencari pemahaman terhadap fokus yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini studi yang ditekankan adalah segmentasi, targeting, dan positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember untuk mengenalkan dan menjaga eksistensi Madrasah tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember yang terletak di Jl. Manggar No. 139 A, Gebang Poreng, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Pertimbangan memilih lokasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember memiliki program bilingual yang mewajibkan siswa memakai dua bahasa yaitu: Bahasa arab dan inggris baik di dalam lingkungan madrasah ataupun diluar. Program bilingual ini menjadi salah satu ciri khusus

yang merupakan positioning dari lembaga pendidikan untuk menarik minat masyarakat.

- b. Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember memiliki program mingguan diantaranya: debate, pidato arab inggris, missing lyrics, dan drama.
- c. Letak geografis Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri cocok di gunakan untuk proses belajar mengajar, dikarenakan bertempat di wilayah pondok pesantren Al-Qodiri jember, sehingga jauh dari kebisingan transportasi.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan narasumber atau informan yang dapat memberikan informasi secara akurat dan memiliki sangkut paut dengan pemasaran lembaga pendidikan pada proses segmentasi, targeting, dan positioning yang dilaksanakan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Madrasah : Hj. Ilmi mufidah Muzzaki, S.Pd.I
- b. Waka Kurikulum : Eko Mulyadi, S.Pd.i, M.Pd
- c. Ketua PPDB : Muhammad Muklis, S.Pd.I.
- d. Seksi Advertising : Fahrul Anas, S.Pd.I.
- e. Operator PPDB, Administrasi : Siti Fatkhiah Ana, S.Pd.
- f. Ketua Kemkominfo : Ahmad Ridwan Safarudin, S.Pd.
- g. Ketua Kemenpora : Riski Ramadhan

D. Sumber Data Primer dan Sekunder

Data primer adalah data berupa informasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang langsung diperoleh penulis dari sumber aslinya. Contohnya peneliti ingin mengetahui keadaan di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, maka langsung mendatangi lokasi dan melakukan observasi langsung, wawancara, dokumentasi.

Sedangkan data sekunder adalah data yang digunakan berupa data tertulis yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Contohnya, catatan atau data yang diperoleh berasal dari sebuah ilmu pengetahuan atau peneliti mengetahui keunggulan lembaga dari lembaga lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menentukan data yang akan digunakan, maka dibutuhkan teknik pengumpulan data agar bukti-bukti dan fakta yang akan diperoleh dapat bernilai valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode kualitatif pada penelitian

yang akan dilakukan ada tiga yaitu:

1. Observasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipasi, partisipasi yang dilakukan berupa partisipasi pasif yaitu peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.³⁹

³⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 66.

Observasi ini digunakan untuk mengetahui secara langsung kondisi nyata Madrasah Tsanawiyah unggulan Al-qodiri 1 Jember. Observasi yang peneliti lakukan yaitu datang ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi dari pihak yang terkait dengan pemasaran pendidikan di Madrasah tersebut. Observasi dilakukan mulai tanggal 22 September sampai 22 Agustus.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam.⁴⁰

Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur. Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dengan menggunakan pedoman wawancara berupa garis besar permasalahan yang akan dipertanyakan kepada subyek penelitian. Wawancara dilakukan untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi dan lain-lain.⁴¹

Wawancara yang peneliti dilakukan adalah wawancara semi terstruktur yang mencatat poin-poin penting dan proses wawancara

⁴⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 72.

⁴¹ Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 119.

ditujukan kepada 7 informan yang berkaitan dengan pemasaran pendidikan di Madrasah Tsanawiyah unggulan Al qodiri 1 Jember. Pada proses wawancara peneliti menggunakan perekam suara dan pesan teks melalui WhatsApp.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴²

Untuk memperoleh dokumentasi peneliti menemui secara langsung dan menghubungi pihak terkait untuk memperoleh dokumen atau arsip yang ada di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sebagai sumber data yang penting guna mengetahui data yang berhubungan dengan judul dan kondisi

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. Data yang didapat yaitu profil lembaga, sejarah, visi misi dan tujuan madrasah, media promosi, data sarana dan prasarana, data jumlah siswa, data jumlah pendidik dan tenaga pendidikan, struktur organisasi, dan data prestasi siswa selama 1 tahun terakhir.

⁴² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 82.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁴³

Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Dalam penelitian ini komponen analisis data yang digunakan adalah:

a. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Semua yang dilihat dan di dengar akan dicatat, direkam sehingga peneliti akan memperoleh data yang banyak dan bervariasi.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui observasi di lingkungan madrasah Tsanawiyah unggulan Al qodiri 1 Jember mulai tanggal 22 September sampai 22 Agustus yaitu wawancara dengan 7 informasi yang terkait dengan pemasaran madrasah diantaranya kepala madrasah, Waka kurikulum, administrasi umum, ketua PPDB sekaligus

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 320.

TU, seksi advertising, ketua kemkominfo madrasah, ketua kemenpora madrasah. Data yang diperoleh dari kegiatan observasi wawancara di Madrasah yaitu berupa foto kegiatan yang ada di lembaga, data lembaga, dan data kegiatan yang ada di lembaga.

b. Kondensasi Data

Proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data hasil dari catatan lapangan, interview, transkrip, dan berbagai dokumen. Peneliti memfokuskan dan menyederhanakan hasil penelitian yang sudah didapat dalam bentuk tabel, catatan wawancara, dan catatan hasil dari penelitian di lapangan.

c. Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya, sehingga lebih mudah dipahami.

Peneliti menyajikan data sesuai hasil observasi secara langsung di Madrasah Tsanawiyah unggulan Al qodiri 1 Jember dalam bentuk wawancara dengan 7 informan, peneliti menyajikan data dalam bentuk

tabel, gambar kegiatan atau program-program yang ada di Madrasah

d. Penarikan Kesimpulan (Verification)

Kesimpulan dapat berupa deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap menjadi jelas dan didukung oleh data-data yang mantap, maka dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel.

Penarikan kesimpulan yang diambil oleh peneliti adalah menjelaskan posisi Madrasah Tsanawiyah unggulan Al qodiri 1 Jember dengan beberapa program layanan yang tersedia di Madrasah. Peneliti menjelaskan strategi pemasaran yang diterapkan di Madrasah sebagaimana berkaitan dengan teori yaitu segmentasi sesuai keunggulan lembaga, segmentasi mendapatkan insight, segmentasi untuk mempersiapkan langkah berikutnya, segmentasi memandang pasar dari sisi unik, targeting berdasarkan keyakinan, targeting untuk mengamati potensi pasar, targeting didasarkan keunggulan lembaga, targeting yang disesuaikan persaingan, positioning melalui keyakinan, positioning sesuai kekuatan, positioning berdasarkan keunikan, positioning relevan.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep menunjukkan keadaan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan

triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber adalah cara peneliti mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Sedangkan Triangulasi Teknik adalah cara peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁴⁴

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 315.

Penelitian ini menggunakan observasi partisipatif, wawancara yang mendalam serta dokumentasi untuk sumber data yang dapat menunjang dan menguatkan data yang diperoleh.

H. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian mulai dari penelitian terdahulu, pengembangan desain, dan penelitian sebenarnya sampai penulisan proposal. Untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, perlu adanya tahapan sistematis dalam menyusun langkah yang terencana. Adapun tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti sebelum melaksanakan penelitian, yaitu melaksanakan wawancara terkait objek penelitian, membuat judul mengenai suatu permasalahan atau keunikan dari objek penelitian.

Kemudian judul diajukan kepada pihak dosen, Bapak Rif'an

Humaidi, M.Pd.I. Setelah terdapat 3 judul yang diterima, selanjutnya

membuat latar belakang dan fokus penelitian pada ketiga judul yang diterima.

Tahap selanjutnya judul akan disetorkan kepada Bapak dosen

Dr. H. Moh, Anwar, S.Pd., M.Pd. selaku kepala program studi MPI.

Setelah dipilih salah satu judul untuk diteliti dan mendapatkan dosen

pembimbing, tahap selanjutnya ialah membuat surat permohonan

bimbingan serta membuat matriks penelitian yang diajukan dan

dikonsultasikan kepada bapak dosen Dr. Zainal Abidin, S.Pd. I, M.S.I. selaku dosen pembimbing. Dilanjutkan dengan penyusunan proposal penelitian hingga di seminarkan. Adapun tahap pra lapangan peneliti yang akan dilakukan adalah:

b. Memilih lapangan penelitian

Lapangan penelitian yang akan dipilih menjadi lokasi penelitian bertempat di lembaga Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.

c. Studi Eksplorasi

Merupakan kunjungan yang dilakukan oleh peneliti tempatnya ke lembaga Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. Tujuannya adalah untuk mengenal lebih jauh terkait dengan obyek yang diteliti.

d. Perizinan

Dalam melaksanakan penelitian, peneliti meminta perizinan terlebih dahulu, surat izin peneliti terhadap lembaga Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, karena penelitian ini bersifat resmi maka harus menggunakan surat izin penelitian.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Peneliti mulai memilih informan untuk dijadikan sebagai sumber mendapatkan informasi. Informan yang dipilih diantaranya kepala Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1

Jember, waka humas, waka kurikulum, seksi Advertaising, ketua PPDB, dan wali murid, Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.

f. Penyusunan Instrumen Penelitian

Setelah peneliti mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian dan mendapatkan informan, langkah selanjutnya ialah peneliti menyusun instrumen penelitian yakni daftar pertanyaan untuk wawancara, lembar observasi dan pencatatan dokumen yang dibutuhkan saat penelitian.

2. Tahap Penelitian Lapangan

Pada tahap ini, peneliti memahami latar belakang dan tujuan penelitian. Selanjutnya peneliti mendatangi lokasi penelitian untuk melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari proses penelitian, pada tahap ini peneliti mulai menyusun hasil laporan dengan menganalisis data yang telah diperoleh, yang kemudian di deskripsikan dengan teks secara beruntun. Kemudian ditarik kesimpulan dari penyusunan data yang telah selesai.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini penulis menjelaskan dan memaparkan data terkait hasil temuan di lapangan yang terdiri dari (1) Gambaran Obyek Penelitian sejarah dan profil Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, (2) Penyajian data dan analisis data di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang meliputi: segmentasi, targeting, dan positioning. (3) Pembahasan temuan yang berupa gagasan peneliti terhadap keterkaitan kategori variabel penelitian serta penafsiran dari penjelasan data dari temuan di lapangan.

A. Gambaran Obyek Penelitian

1) Profil Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember terletak di Jalan Manggar No. 139 A, Gebang Poreng, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Pendiri Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri

1 Jember yaitu Kiai Achmad Muzakki Syah. Madrasah Tsanawiyah unggulan Al qodiri 1 Jember berdiri sejak tahun 1989. SK pendirian madrasah/ ijin operasional Kakanwil Depag Surabaya Nomor: MTsS/09.0093/2016 dengan Status terdaftar. Piagam Akreditasi no: 175/BAP-S/M/SK/X/2015. Sertifikat NPSN (nomor pokok sekolah nasional): 20581537. Sertifikat akreditasi BAN-S/M No. 1334/BAN-SM/SK/2020, dengan predikat terakreditasi A dengan nilai 89. NUS (nomor urut sekolah): 555. NSM (nomor statistik madrasah) terbaru:

121235090093. No SK Pendirian Madrasah (pembaharuan): Kd. 13.09/4/PP.07/2264/2010.⁴⁵



Gambar 4.1
Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Dalam gambar tersebut merupakan gedung Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang memiliki 3 lantai dan 17 kelas, madrasah ini juga dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai guna menunjang kegiatan proses belajar mengajar. MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember terletak di area pesantren yang jauh dari kebisingan, sehingga lebih kondusif untuk kegiatan pembelajaran.⁴⁶

2) Sejarah Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember ialah lembaga formal pertama yang didirikan di pondok pesantren Al qodiri sebelum berdirinya lembaga-lembaga lain seperti SMK, MA, SMP, SD, maupun perguruan tinggi seperti IAI Al-Qodiri dan STIKES. Pondok

⁴⁵ Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember “Profil Mts Unggulan Al-qodiri 1 Jember” 22 Agustus 2022.

⁴⁶ Observasi di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember 22 Agustus 2022.

pesantren Al qodiri Jember berdiri pada tahun 1980 yang bertempat di daerah sekitar man 2 Jember, setelah itu dikarenakan di sana tidak bisa memperluas lahan karena telah berhimpitan dengan rumah warga jadi memerlukan lahan baru. Setelah pindah ke lahan baru pengasuh berikhtiar bahwasanya lembaga ini tidak hanya diajarkan madrasah Diniyah saja, pondok pesantren Al-qodiri Jember ingin memberikan nilai yang lebih kepada masyarakat, akhirnya pengasuh berikhtiar dengan sowan ke KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi memberikan saran agar mendirikan lembaga formal dan lembaga formal pertama yang didirikan adalah madrasah Tsanawiyah Al-qodiri 1 Jember

Akhirnya selang 3 tahun lulusan Tsanawiyah agar terus melanjutkan pendidikan didirikanlah madrasah Aliyah pada tahun 1991 terus berlanjut hingga saat ini. Berdiri madrasah Tsanawiyah untuk menjaga pondok pesantren Al-qodiri ini dapat menyiarkan agama Islam dan memberikan manfaat yang lebih bagi masyarakat luar, bagi putra-putri jamaah manaqib dan lain sebagainya.

Dalam perjalanannya terjadi pergantian pengelola sejak dilantiknya pengelola yang baru pada tahun 2008 MTS Al-qodiri 1 bertekad untuk lebih meningkatkan lagi kualitas mutu lulusan yang tentunya juga akan berimbas pada meningkatnya mutu aspek pembelajaran, sarana prasarana dan aspek-aspek lainnya.

MTS unggulan Al-qodiri 1 Jember merupakan madrasah unggulan yang berbasis islamic boarding school, dengan sistem pendidikan yang terstruktur, berkesinambungan, dan evaluasi yang berkala. Lembaga bertekad untuk menciptakan lulusan yang mampu dalam bidang umum dan bidang agama. Setelah itu dibentuklah Tim 7 yang dipimpin langsung oleh kepala Madrasah Nyai Hj. Ilmi Mufidah Muzakki, S.Pd.I yang beranggotakan Drs. Suhartadi (alam), Baihaqi, S.Pd.I., Nikmat Rofandi, S.Pd.I., Abd. Rahim, S.Ag., Ahmad Ma'ruf Asyhari, S.Pd.I., dan Eko Mulyadi, S.Pd.I., M.Pd.

Di dalam membangun sebuah tatanan manajemen yang baru, MTS Al-qodiri 1 mengadakan study banding ke sejumlah sekolah, pesantren ataupun dengan lembaga-lembaga lain yang bergerak dalam bidang pendidikan diantaranya seperti Gontor Ponorogo, Dalwa Pasuruan, SMP Falah Sidoarjo, juga mengirimkan calon guru baca kitab kuning ke pondok pesantren Mambaul falah Bondowoso untuk periode I

diantaranya adalah ustad Ust Masrufin, Ustadzah Yuyun, Ustadzah Ulfa, Ust Alwi, Bpk Fauzan. Periode II Ust Lukman, Ustadzah Anis, Ustadzah Wardha, Ustadzah Indah, Guru Bahasa Inggris di Pare Kediri yaitu Mr Fuad dan Miss Faiz, Guru Tahfidzul Qur'an yaitu Ustadzah Elifatul Zazil dan Ustadzah Shifa dan lain sebagainya. 5 jaminan kompetensi diantaranya Tartilul Qur'an, bisa membaca kitab kuning, mampu Bilingual 24 jam dan Tahfidz Qur'an 30 juz (program khusus).

Nama kelas unggulan menjadi brand dari MTS Al-qodiri 1 Jember yang mana pada wisuda MTS tahun pelajaran 2011-2012 mendapat penghargaan yang luar biasa dari pengasuh PP Al-qodiri Jember KH. Achmad Muzakki Syah beliau sangat terharu terhadap keberhasilan siswa-siswi kelas unggulan yang bisa membaca kitab kuning dengan baik dalam waktu yang relatif singkat bukan hanya pengasuh akan tetapi semua yang hadir pada saat itu menjadi terharu dan senang. Dalam perjalanannya kelas unggulan menjadi MTS unggulan Al-qodiri 1 Jember pada tahun 2016 yang mana 5 jaminan kompetensi berlaku untuk semua siswa-siswi.⁴⁷

3) Letak Geografi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember merupakan lembaga di bawah naungan Yayasan Al-qodiri. Adapun lokasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember terletak pada geografis yang

cocok di gunakan untuk proses belajar mengajar, dikarenakan bertempat di wilayah pondok pesantren Al-Qodiri jember, sehingga jauh dari kebisingan transportasi. Hal ini dapat di lihat dari tata letak ruang belajar yang jauh dari jalan raya sehingga jauh dari kebisingan kendaraan umum yang melintasi jalan raya.⁴⁸

⁴⁷ Sejarah Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-Qodiri 1 Jember 22 Agustus 2022.

⁴⁸ Observasi di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember 22 Agustus 2022.

4) Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu komponen penting yang harus terpenuhi dalam menunjang pencapaian tujuan pendidikan. Sarana yang berkaitan langsung dengan proses pembelajaran harus benar-benar diperhatikan, karena akan menghambat proses pembelajaran jika tidak diperhatikan. Sarana pembelajaran yang terdapat di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember cukup memadai. Di antaranya, perpustakaan yang menyediakan buku tentang pengetahuan agama, umum, dan hiburan seperti buku cerita, dan novel sebagai penunjang proses pembelajaran sekaligus menambah wawasan pengetahuan. Berikut sarana dan prasarana MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember.⁴⁹

Tabel 4.1
Data Sarana Prasarana

No	Nama	Jumlah	Kondisi
1	2	3	4
1	Kantor Guru	1	Baik
2	Ruang Kepala Madrasah	1	Baik
3	Musholla	1	Baik
4	Toilet Guru	1	Baik
5	Toilet Siswa	2	Cukup Baik
6	Ruang Tata Usaha	1	Baik
7	Ruang Laboratoium Komputer	1	Cukup Baik
8	Ruang Laboratorium Bahasa	1	Cukup Baik
9	Ruang Perpustakaan	1	Baik
10	Ruang UKS	1	Cukup Baik
11	Ruang Kesenian	1	Baik
12	Ruang Kelas	17	Baik
13	Ruang BK	1	Cukup Baik
14	Aula	1	Baik
15	Tempat Parkir	1	Baik
16	Pos Satpam	1	Baik

⁴⁹ Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

1	2	3	4
17	CCTV	30	Baik
18	Proyektor	17	Baik
19	LCD	17	Baik
20	Televisi	1	Baik
21	Kantin	1	Baik
22	Koperasi	1	Cukup Baik
23	Tempat Cuci Tangan	24	Baik
24	Tabung Pemadam Kebakaran	5	Baik
25	Komputer CPU	10	Baik
26	Tempat Sepatu Guru	2	Baik
27	Tempat Sepatu Siswa	17	Baik
28	Kipas Dinding	15	Baik
29	Printer	4	Baik

Sumber: Dokumentasi 2022
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember
Gebang Jember,” 23 Agustus 2022

5) Visi dan Misi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

a. Visi

Mencetak kader-kader islami berilmu pengetahuan cinta lingkungan dan berjiwa pesantren.⁵⁰

b. Misi

1. Mengaktualisasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari
2. Menyelenggarakan pendidikan full day school (FDS)
3. Pelaksanaan pembelajaran berbasis IT
4. Pemaksimalan program Adiwiyata madrasah

⁵⁰ Observasi di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

5. Optimalisasi kompetensi program unggulan berupa penguasaan bahasa Arab bahasa Inggris tartil Quran tahfidzul Quran serta penguasaan membaca kitab kuning.
6. Membangun dan mengembangkan sistem keorganisasian yang berdaya guna untuk pengkaderan yang berkelanjutan.⁵¹

6) Tujuan Madrasah

- a. Menghasilkan output pendidikan yang memiliki karakter islami dan muatan ilmu agama yang berdasarkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt, serta memiliki semangat dakwah dalam mengembangka islam dimasyarakat.
- b. Menghasilkan output pendidikan yang berprestasi, berkualitas, peduli lingkungan, dan Tangguh dalam menghadapi arus globalisasi dengan bekal penguasaan Bahasa dan ilmu pengetahuan serta teknologi yang memadai dan berdaya guna di masyarakat.⁵²

7) Data Pendidikan dan Tenaga Kependidikan Madrasah Tsanawiyah

Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Kegiatan belajar mengajar di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember di selenggarakan pada waktu pagi hari sampai sore hari, dimulai pada pukul 6.00-16.30 wib. Kegiatan rutin yang di laksanakan sebelum pembelajaran dimulai adalah program intensif. Pukul 07:30 dimulai proses pembelajaran formal sampai pukul 11:30. Kemudian

⁵¹ Observasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

⁵² Tujuan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

pukul 13:00 kembali ke madrasah untuk pembelajaran intensif sampai pukul 16:30.

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember menerapkan program full day school dan kegiatan yang dilaksanakan sangat padat di setiap harinya, oleh karena itu Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sangat memperhatikan kualitas guru yang mengajar, agar siswa bisa mudah memahami dan membuat suasana kelas menyenangkan sehingga tidak mudah bosan atau jenuh pada saat proses pembelajaran berlangsung. Jumlah pendidik dan tenaga kependidikan keseluruhan ada 43, Adapun Daftar Nama Guru di MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember adalah sebagai berikut:⁵³

Tabel 4.2
Tabel Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember

No	Nama	Pendidikan Terakhir	Status	Jabatan	Setifikasi
1	2	3	4	5	6
1	Hj. Ilmi Mufidah, S.Pd.I	S1	Tetap	Kepala Madrasah	
2	Eko Mulyadi, S.Pd.I, M.Pd.	S2	Tetap	Waka Kurikulum	✓
3	Nikmat Rofandi, S.Pd.I	S1	Tetap	Waka Kesiswaan	✓
4	Ach. Baihaqi, S.Pd.I.	S1	Tetap	Waka Humas	✓
5	Abd. Rahim, S,Ag.	S1	Tetap	Waka Sarana prasarana	✓
6	Ahmad Ma`ruf Asyhari, S.Pd.I	S1	Tetap	Bag. Keuangan	✓
7	Drs. H. Syamsul Hadi	S1	Tetap	Pendidik	✓

⁵³ Data pendidik dan tenaga kependidikan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

1	2	3	4	5	6
8	Sasiadi, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
9	Tsamrotul Fuad, S.Ag.	S1	Tetap	Pendidik	✓
10	Tomy Hartono, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
11	M. Nur Hafidz, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
12	Wardartus Sholeha, S.TP.	S1	Tetap	Pendidik	✓
13	Dra. Nur Erna Djurajjah	S1	Tetap	Pendidik	✓
14	Siti Halimatus Sya'diah, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
15	Moh. Syukri, S.Pd.I.	S1	Tetap	Tenaga Kependidikan	✓
16	Ahyak Zainuri, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
17	Gatut Arijantoro	SMA	Tetap	Tenaga Kependidikan	✓
18	Wasis	SMA	Tetap	Tenaga Kependidikan	
19	Jufri, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
20	Muhammad Muklis, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
21	Ahmad Fauzan, S.Pd.I	S1	Tetap	Pendidik	✓
22	Dodik Hariyanto, S.Pd.I.	S1	Tetap	Pendidik	✓
23	Moh. Dakkir, S.Pd.I	S1	Tetap	Pendidik	
24	Rizki Budiarti, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
25	Kholila, S.S	S1	Tetap	Pendidik	
26	Farida Yuliani, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
27	Siti Aisah Hidayatul Magfiroh, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
28	Sifah Arifah, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
29	Fitriatul Munawaroh, S.Kom.I	S1	Tetap	Pendidik	
30	Dhika Elvira Maylistiyana, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
31	Ratna Nugrahini, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
32	Faurul Anas, S.Pd.I	S1	Tetap	Pendidik	
33	Ahmad Sodiq, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
34	Ade Yuanita Taufani, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
35	Siti Fatkhiah Ana Jakhah, S.Pd	S1	Tetap	Tenaga Kependidikan	

1	2	3	4	5	6
36	Kharisma Aulia, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
37	Noor Fakhra Oktariza, S.Pd.	S1	Tetap	Pendidik	
38	Ahmad Yoyon Bahtiar, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	✓
39	Fuat Hasan	SMA	Tetap	Tenaga Kependidikan	
40	Faizatun Nikmah	SMA	Tetap	Tenaga Kependidikan	
41	Efa Dzullaeka W P, S.Pd	S1	Tetap	Pendidik	
42	Nirmalawati Hidayatni, S.Pd.	S1	Tetap	Pendidik	
43	Illyin Rizki Nuzulina	D4	Tetap	Tenaga Kependidikan	

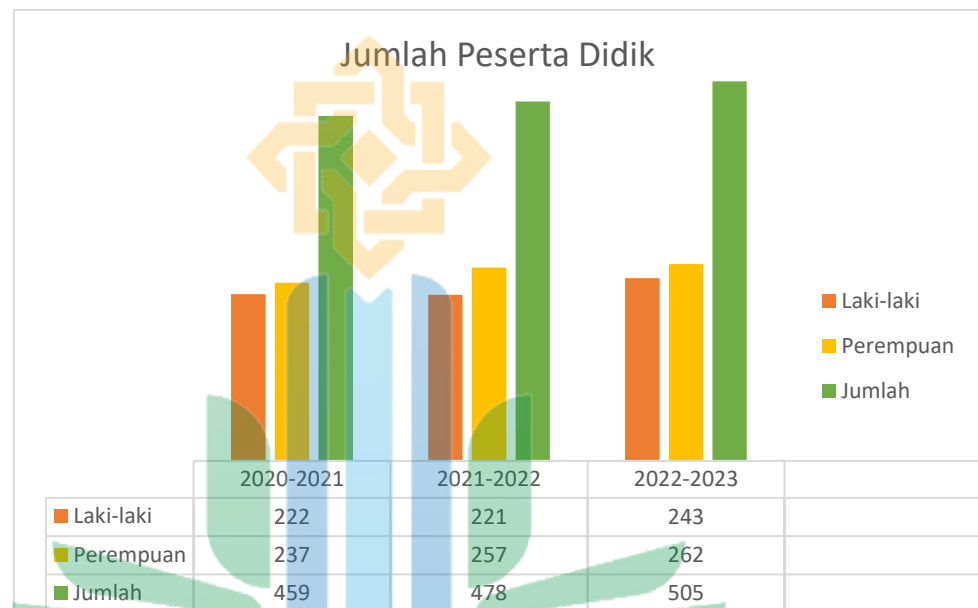
Sumber: Dokumentasi 2022
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember
25 Agustus 2022

8) Peserta Didik

Di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember pada tahun 2020 sampai 2022 terus berinovasi untuk membuat program-program baru yang bisa meningkatkan kualitas dari peserta didik Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang nantinya bisa meningkatkan minat masyarakat untuk memilih MTs Al-qodiri sebagai tempat anaknya menuntut ilmu. Peserta didik yang mendaftar setiap tahunnya cukup stabil. Menurut staf administrasi umum Fatikhah Ana

justru mengalami kenaikan. Berikut jumlah peserta didik Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.⁵⁴

Tabel 4.3
Tabel Jumlah Peserta Didik



Sumber: Dokumentasi 2022
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember
Gebang Jember
25 Agustus 2022

9) Struktur Organisasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Lembaga pendidikan merupakan organisasi pendidikan yang berkaitan langsung dengan proses belajar mengajar antara murid dan guru. Oleh karena itu perlu dibentuk struktur organisasi sebagai dasar pembagian kerja, karena struktur ini memudahkan dalam pembagian

⁵⁴ Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

tugas fungsi dan peran dari masing-masing anggota organisasi. Struktur organisasi merupakan unsur penunjang dalam proses pembelajaran. Berikut ini struktur organisasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember.⁵⁵

Tabel 4.4
Struktur Organisasi MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember

No	Nama	Jabatan
1	Hj. Ilmi Mufidah, S.Pd.I.	Kepala Madrasah
2	Eko mulyadi, S.Pd.I, M. S.I.	Waka Kurikulum
3	Nikmat Rofandi S.Pd. I.	Waka kesiswaan
4	Achmad Baihaqi, S.Pd.I.	Waka Humas
5	Abd Rahim, S.Ag.	Waka sarpras
6	M. Muklis S.Pd. I.	Tata Usaha
8	Siti Fatkhia Ana S.Pd.	Administrasi Umum
9	Ahmad Soddiq, S.Pd.	Operator

Sumber: Dokumentasi 2022
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember
Gebang Jember
25 Agustus 2022

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti akan menyajikan beberapa hasil penggalan data yang diperoleh selama melakukan penelitian. Kemudian akan diinput ke dalam bagian yang menjadi fokus permasalahan yang diambil oleh peneliti, lalu dijelaskan secara rinci yang disesuaikan dengan temuan data yang diperoleh dari lokasi penelitian. Sumber data yang diperoleh berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

⁵⁵ Struktur Organisasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 25 Agustus 2022.

Dengan demikian, pada uraian kali ini peneliti akan mendeskripsikan kondisi yang sebenarnya mengenai strategi pemasaran Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. Berikut hasil data yang diperoleh diantaranya:

1. Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Segmentasi merupakan upaya membagi kelompok pengguna jasa menjadi beberapa kategori berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku. Segmentasi pada lembaga pendidikan harus dilakukan oleh lembaga pendidikan agar bisa mendapatkan hasil yang optimal sesuai dengan kebutuhan. Adanya segmentasi di lembaga pendidikan memungkinkan lembaga lebih fokus dalam menglokasikan sumber daya agar dapat masuk ke pasar sesuai dengan keunggulan kompetitif lembaga. Segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi dan *value* secara keseluruhan mengenai posisi pasar. Segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda.

Dalam pelaksanaan kegiatan segmentasi di Madrasah Tsanawiyah

Unggulan Al-qodiri 1 Jember sebagai berikut:

a. Segmentasi sesuai keunggulan kompetitif lembaga

Segmentasi merupakan upaya yang dilakukan untuk menghemat usaha-usaha pemasaran dengan menitik beratkan kepada pengguna jasa pendidikan yang berminat, agar strategi pemasaran lebih terarah. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember membuat program-program yang menjadi keunggulan bagi madrasah dengan

memberikan 5 keunggulan kompetensi yang dijanjikan yaitu bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, bilingual 2 bahasa arab dan inggris 24 jam, berkarakter islami, tahfidzul quran (progran khusus). Menurut waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd menjelaskan:

Kita memiliki 5 jaminan kompetensi, itu bisa dilihat di brosur madrasah bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, bilingual 2 bahasa arab dan inggris 24 jam, berkarakter islami, tahfidzul quran (progran khusus). 5 jaminan kompetensi ini menjadi sebuah perwujudan dari visi misi madrasah yang mana kita berusaha memberikan pelayanan terbaik sehingga kualitas dari madrasah bisa dilihat dari output. Jadi pembelajaran yang dilakukan lebih ekstra untuk anak-anak tidak hanya fokus pada pelajaran formal saja tapi mewajibkan siswa untuk menguasai 2 bahasa yaitu bahasa arab dan bahasa inggris.⁵⁶

9. Jaminan Kompetensi

5 kompetensi yang kami tawarkan untuk putra putri anda diantaranya adalah:

- a. Fasih membaca Al Qur'an
- b. Mampu membaca kitab kuning
- c. Bilingual (bahara arab dan inggris) 24 jam
- d. Berkarakter Islami
- e. Tahfidzul Qur'an (rumah tahfidz)



Gambar 4.2
Brosur 5 Jaminan Kompetensi

⁵⁶ Eko Mulyadi, di wawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

Proses pemasaran pendidikan yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember salah satunya adalah melalui brosur, dan bisa di lihat dalam brosur tercantum bahwa madrasah mencantumkan 5 jaminan kompetensi yang dijanjikan oleh madrasah yang merupakan keunggulan lembaga yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain. Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember juga sudah mendapatkan akreditasi A sebagaimana disampaikan oleh Bapak Muhammad Muklis, S.Pd.I selaku tata usaha yaitu:

MTs ini sudah mendapatkan akreditasi A, akan tetapi kami tidak selesai disitu saja, kami semua disini terus berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk madrasah dalam hal apapun itu mulai dari program pendidikan, kegiatan ekstrakurikuler, program harian, program mingguan, dan masih banyak lagi program-program yang dilaksanakan di madrasah, dan itu semua kita realisasikan setiap tahunnya. Jadi kita tidak berhenti disini karna akreditasi A lalu santai tidak, kita terus melakukan evaluasi setiap kegiatan yang dilakukan di madrasah apa saja problemnya, apakah sudah baik apa yang harus diperbaiki jadi kita pantau terus, sehingga program-program yang sudah dilakukan setiap tahunnya tetap aktif dan bisa memberikan dampak yang positif bagi siswa-siswi kami.⁵⁷

Selain memperkenalkan madrasah melalui brosur dan program yang dimiliki Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd selaku waka kurikulum juga menyampaikan segmentasi yang diterapkan di Madrasah yaitu:

Kita disini tidak ada segmentasi khusus karena yang mendaftar disini mayoritas bukan penduduk sekitar sini, tapi dari jauh berasal dari desa, kota, dan provinsi lain yang mereka kebanyakan memilih menetap di pondok pesantren tetapi ada juga penduduk sekitar tapi hanya sebagian kecil. Untuk pengelompokan yang dilakukan di MTs adalah berdasarkan kesukaan. Jadi kami ada tes

⁵⁷ Muhammad Muklis diwawancarai oleh peneliti, 14 September 2022.

diagnostik yang bekerjasama dengan Primagama tujuannya untuk mengetahui kemampuan siswa secara lebih spesifik ke keterampilannya. Anak ini nantinya lebih baiknya kemana dan hasil dari tes diagnostik itu digunakan untuk mengetahui minatnya. Jadi nanti bisa disanankan atau diusulkan cocoknya di ekskul apa begitu.⁵⁸

b. Segmentasi berdasarkan *insight*

Segmentasi lembaga pendidikan diperlukan untuk mengetahui posisi pasar, karena tidak mungkin lembaga pendidikan memilih segmen pasar tetapi sumber daya lembaga tidak mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain. Madrasah Tsanawiyah Unnggulan Al-qodiri 1 Jember merupakan lembaga pendidikan yang memperhatikan sumber dayanya dan memilih pendidik yang memiliki gelar S1, mempunyai pengalaman dan wawasan dalam bidangnya masing-masing. Agar peningkatan pemasaran lebih terarah dan sumber daya lembaga dapat digunakan secara efektif dan efisien Madrasah Tsanawiyah Unnggulan Al-qodiri 1 Jember memilih pendidik yang kompeten dalam bidangnya. Dalam hal ini waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd mengatakan:

Untuk guru disini lulusan S1. Alhamdulillah disini tidak kekurangan guru, yang penting sistem terus dijaga insya allah gak kekurangan guru. Disini gurunya sudah banyak. Untuk kegiatan ekstra kulikuler kami ada tutor sendiri dari luar setiap seminggu sekali kesini datang ke MTs ngajar ekskul. Dan untuk guru intensifnya kami ada dari alumni MTs yang masih kuliah dan menetap di pondok pesantren jadi lebih mudah mengajar, karena sudah tau bagaimana kondisi MTs, sudah tau cara mengajarnya, tau gimana biar siswa itu mudah menghafalnya dan bisa menggunakan 2 bahasa arab dan inggris disetiap pembelajaran

⁵⁸ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

ataupun percakapan dengan siswa, jadi lebih gampang mengajarnya.⁵⁹

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ini terus berupaya meningkatkan kualitas dari guru-gurunya melalui pelatihan-pelatihan seperti workshop. Ketua panitia PPDB sekaligus sebagai TU Bapak Muhammad Muklis S.Pd. I menjelaskan:

Setiap ada informasi pelatihan yang berhubungan dengan pendidikan entah itu workshop online atau offline dipastikan kita ikuti dan bayarnya ditanggung oleh Madrasah, walaupun gratis kita kasih ongkos bensin begitu. Jadi kita terus berupaya untuk meningkatkan kualitas guru melalui pelatihan-pelatihan workshop dan nantinya guru yang workshop dituntut untuk sosialisasi atau penyampaian hasil workshop ke semua guru disini termasuk ke sekretaris pimpinan. Disini kita semua berusaha bagaimana caranya agar madrasah ini tidak ketinggalan atau tertinggal dengan sekolah lain, maka dari itu agar tidak tertinggal kita membuat program-program yang sekiranya bagus yang bisa membuat siswa tertarik dan bermanfaat bagi siswa dalam artian bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan. Maka dari itu untuk gurunya kita ikuti setiap ada pelatihan workshop yang berhubungan dengan pendidikan.⁶⁰

c. Segmentasi untuk mempersiapkan langkah berikutnya

Segmentasi dilakukan untuk menghubungkan antara kebutuhan dengan tindakan, dan apabila segmentasi berorientasi pada peningkatan pemasaran akan memberikan manfaat bagi pihak lembaga dan pengguna jasa pendidikan. Pemasaran pendidikan yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ini sudah direncanakan sebaik mungkin supaya peningkatan siswa yang mendaftar lebih banyak dari tahun sebelumnya. Dari hasil wawancara

⁵⁹ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022

⁶⁰ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

penulis dengan waka kurukulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd menjelaskan:

Sebelum kita melakukan pemasaran, kita melakukan analisis terlebih dahulu untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pengguna jasa dan apa yang diminati oleh siswa. Jadi kita tidak asal promosi tapi kita lihat dulu apa yang sekarang lebih diminati diluar, seperti contoh diluar banyak anak-anak yang suka memanah maka kita adakan disini ekskul memanah. Jadi sebelum diadakannya ekskul tersebut kami melakukan analisis, jadi itu bisa memudahkan pihak madrasah untuk menyiapkan langkah berikutnya yaitu mengadakan ekskul tersebut dan mencari tutor yang memang benar-benar kompeten di bidang olahraga memanah.⁶¹

Proses pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ini dipersiapkan dengan matang. Madrasah sudah memikirkan langkah-langkah yang dapat memudahkan proses pemasaran pendidikan, oleh karena itu dibentuk tim pemasaran yang bertugas untuk membuat konsep pemasaran dari awal sampai selesai. Dalam hal ini operator PPDB Siti Fatkhiah Ana Jakhah, S.Pd. menyampaikan:

Untuk mempersiapkan promosi disini dibentuk tim pemasaran dan ketuanya itu Bapak Muklis dan ada bagian advertaising yang mengatur apa saja yang akan ditampilkan di brosur madrasah, konten yang akan di upload di media sosial dan nanti kita semua disini guru, staf membantu promosi lewat media sosial dengan mengupload pamflet atau vidio pendek di story whatsapp dan media sosial lainnya.⁶²

Langkah-langkah proses pemasaran yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sudah di atur oleh tim PPDB

⁶¹ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022

⁶² Siti Fatkhiah Ana Jakhah, diwawancarai oleh peneliti, 25 Agustus 2022

sebagaimana telah dijelaskan oleh seksi advertising Bapak Faurul Anas,

S.Pd.I yaitu:

Kami sudah memuat konsep, bagaimana langkah-langkah yang harus dipersiapkan dalam melakukan promosi madrasah. Kita sesuai jadwal, jadi kita ada schedule yang bekerjasama dengan kemkominfo madrasah. Kita ada konten 2 hari sekali, konten berupa gambar, design grafis, video pendek, dan ada 1 minggu sekali GSA yaitu gerakan story al-qodiri yang dilakukan oleh semua warga sekolah semua guru Mts dan juga staf itu kita posting di media sosial kegiatan-kegiatan apa saja yang dilaksanakan madrasah, kita juga ada update twibbon untuk siswa-siswi kami disini.⁶³

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sudah mempersiapkan langkah-langkah apa saja yang akan diambil dalam proses pemasaran pendidikan mulai dari tim pemasaran, konsep pemasaran, dan jadwal pemasaran.

d. Segmentasi memandang dari sisi unik

Segmentasi merupakan tahap awal dalam proses pemasaran pendidikan. Segmentasi pada lembaga pendidikan dapat menjelaskan posisi madrasah ditengah beragam pengguna jasa pendidikan yang memiliki perbedaan dan ketertarikan dengan beberapa program layanan yang tersedia di madrasah tersebut. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember menyediakan program ekstrakurikuler yang beragam sesuai dengan kebutuhan siswa yang bisa

⁶³ Faurul Anas, diwawancara oleh peneliti, 19 September 2022.

mengasah minat dan bakat dari siswa itu sendiri. Menurut waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd menjelaskan:

Di MTs ada banyak ekstrakurikuler, lebih dari 10 macam nanti lebih detailnya di mas riski karna yang mengurus semua tentang ekskul ada bidangnya sendiri namanya kemenpora yang diketuai mas riski tadi. Jadi disini kita memang membuat banyak ekstrakurikuler karena siswa-siswi disini punya minat yang berbeda-beda dan kami mengatur bagaimana caranya bisa merealisasikan apa yang dibutuhkan siswa-siswi disini. Disini ada ekskul yang tidak ada di lembaga lain seperti panahan, cinematografi, desain grafis itu yang paling jarang ada di lembaga lain, kalau sepak bola, volly dan lain-lain itu disetiap lembaga pendidikan saya yakin pasti ada ini juga termasuk unik ya karna tidak semua lembaga menyediakan ekskul-ekskul lain seperti panahan tadi. Disini ada sendiri bagian yang mengurus ekskul-ekskul madrasah jadi sudah bukan kita tapi ada bidangnya sendiri yang diketuai Riski ramadhan itu alumni yang masih aktif membantu kegiatan-kegiatan di madrasah. jadi kalau ada event mereka bisa membatu kita.⁶⁴

Ketua Kemenpora Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember
Riski Ramadhan menjelaskan:

Untuk Ekstrakurikuler yang tersedia di MTs ini totalnya ada 16 yaitu panahan, futsal, volly, atletik, bulu tangkis, jurnalistik, cinematografi, desain grafis, tata boga, pramuka, pbb, ipa, mtk, kaligrafi, hadrah, tilawah. Dan setiap ekstrakurikuler ada tutornya masing-masing ada yang dari pondok untuk bidang keagamaan, dan ada tutor dari luar untuk bidang tertentu seperti panahan, desain grafis, cinematografi itu pihak madrasah merekrut tutor dari luar yang memang sudah menguasai bidang tersebut. Jadi tidak sekedar ekskul saja tapi ketika ada lomba kita menyeleksi siapa saja yang akan diikutkan lomba-lomba. Di akhir tahun semua ekstrakurikuler yang ada di madrasah ini dilombakan, jadi ada kompetisi yang wajib diikuti oleh seluruh siswa tanpa terkecuali dan lombanya ada banyak dan semua macam ekstrakurikuler ini pasti ada.⁶⁵

⁶⁴ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

⁶⁵ Riski Ramadhan, diwawancarai oleh peneliti, 20 September 2022.



Gambar 4.3
Ekstrakurikuler Panah

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kegiatan Ekstrakurikuler memanah yang ada di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang baru dibentuk dan mendapatkan respon baik dari siswa. Adanya ekstrakurikuler memanah ini membuat siswa bersemangat belajar hal baru yang menarik.⁶⁶ Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu siswa berprestasi yang sudah mendapatkan juara II di Event PORDASI

CUP Lomba Panahan Se-Jawa Timur Tingkat SLTP sederajat yaitu Putra Bahij:

Saya senang di MTs ini ada ekstrakurikuler panahan dan saya excited banget ikut ekstrakurikuler ini. Saya dari awal ada ekskul ini langsung daftar dan selama kegiatan ekstrakurikuler ini saya serius karna saya suka ikut ekskul ini dan waktu ada lomba panahan itu saya dipilih untuk mewakili MTs alhamdulillah saya senang sekali bisa mendapatkan juara 2. Saya tidak menyangka karna pesertanya itu banyak tapi alhamdulillah ada coach yang selalu membantu saya selama latihan jadi saya bisa memenangkan lomba ini. Semoga tambah semangat lagi buat teman-teman latihannya.⁶⁷

⁶⁶ Dokumentasi, Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 28 Agustus 2022.

⁶⁷ Putra Bahij, diwawancara oleh peneliti, 20 September 2022.

Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik bagi siswanya tidak hanya di bidang akademik tetapi juga di bidang non akademik. Adanya ekstrakurikuler ini bisa menjadi wadah bagi siswa untuk mengasah minat dan bakatnya dibidang yang mereka sukai. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Muhammad Mukhlis S.Pd.I selaku staf Tata Usaha yaitu:

Disini ekstrakurikulernya ada banyak, macam-macam dan yang paling baru kita ada ekskul panahan dan alhamdulillah lomba kemaren menang nanti kita akan ikutkan lagi anak-anak dari disini, akan dikirim beberapa siswa untuk mewakili MTs. Untuk siapa saja yang akan ikut masih belum dipilih nanti itu kordinasi tutor ekskulnya sama pihak madrasah dan kemenpora. Jadi ekstrakurikuler yang ada di MTs ini kami ada bagian yang mengurus tentang semua yang berhubungan dengan ekstrakurikuler mulai dari tutornya, lombanya, pembagian hadiahnya, jadi nanti hadiahnya berapa dibagi untuk yang lomba berapa dan untuk tutornya berapa, jadi itu ada yang ngurusi sendiri namanya Kemenpora.⁶⁸

Peneliti menggali informasi kepada informan yang terkait dengan pemasaran pendidikan di madrasah. Peneliti mewawancarai Waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd untuk mengetahui informasi yang lebih mendalam terkait variabel segmentasi yang meliputi segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikologis, dan segmentasi perilaku di MTs Unggulan Al qodiri 1 Jember yaitu:

Kalau secara geografis MTS unggulan Al qodiri 1 Jember ini sudah bagus karena lokasinya berada di dalam lingkungan pondok pesantren jadi tidak terganggu dengan kebisingan suara kendaraan. Kalau dilihat dari geografis kita lebih menyasar di wilayah daerah

⁶⁸ Muhammad Mukhlis, diwawancara oleh peneliti, 14 September 2022.

yang masyarakatnya lebih memilih anaknya untuk ditempatkan di pondok pesantren jadi itu juga sebuah peluang untuk kita madrasah menarik minat masyarakat untuk memilih MTS sebagai tempat sekolah anaknya kalau dilihat di pondok pesantren Al qodiri ini tingkat SLTP ada dua yaitu MTS dan ada juga SMP, jadi kita tinggal memanfaatkan peluang tersebut untuk membuktikan bahwa MTS ini lebih unggul dan juga berkualitas dan mungkin di sekolah lain itu tidak ada program yang seperti kita punya belum tentu juga ada sekolah di sekitar kita khususnya di daerah Jember ini yang menerapkan program *billig* setiap hari 24 jam selama di sekolah. Jadi itu keunggulan yang kita miliki. Dari segi demografi yang menjadi target kami adalah kelas menengah ke bawah karena kita melihat masyarakat banyak dari kalangan menengah ke bawah, meskipun tetap ada kalangan menengah ke atas tapi kami sepakat untuk memilih kalangan menengah ke bawah. Meskipun sasaran kita menengah ke bawah dengan biaya yang relatif murah tetapi kita bisa memberikan pelayanan yang berkualitas itu bisa dilihat dari program-program yang ada di madrasah ini, ada banyak sekali macam program yang ada dan itu berguna untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam bidang akademik dan non akademik khususnya kita menekankan siswa kita bisa terus berbicara menggunakan dua bahasa Arab dan Inggris. Kalau dari sisi psikografis kita melihat kepribadian masyarakat yaitu kita menargetkan masyarakat yang agamis dan tidak mementingkan pendidikan formal saja akan tetapi juga mementingkan pendidikan spiritual seperti dari jamaah manaqib yang hadir setiap malam jumat di al-qodiri. Di sini kita punya kyai berkat doa doa beliau banyak jamaah manaqib yang menyekolahkan anaknya di MTS dengan harapansupaya anaknya bisa berperilaku baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti

menyimpulkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1

Jember melakukan segmentasi dengan tepat yang mana melihat kondisi pasar dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat melalui segmentasi

geografis yang tepat, segmentasi demografi yang memilih kelas

menengah kebawah, segmentasi psikografis yang tertarik lebih agamis,

dan segmentasi perilaku yang bisa memberikan bukti lulusan yang

berkarakter islami. MTs juga memberikan pelayanan pendidikan yang

cukup baik dengan menyediakan program ekstrakurikuler yang beragam sesuai dengan kebutuhan siswa yang bisa mengasah minat dan bakat dari siswa. Hal ini bisa membuat ketertarikan tersendiri bagi siswa untuk bisa mengasah kemampuannya di bidang non akademik. Salah satu keunikan yang bisa dilihat dari kegiatan ekstrakurikuler ini yaitu Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember bisa menambahkan jenis kegiatan ekstrakurikuler yang jarang ditemui di lembaga lain tingkat SMP/MTS pada umumnya dan mendapat respon positif dari siswa.

2. *Targeting* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Jika segmentasi merupakan pengelompokan pasar, maka *targeting* merupakan tujuan *segmentasi* yang menjangkau pengguna jasa yang diinginkan. *Targeting* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Menyeleksi di sini berarti pemasar harus memiliki keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) dan meninggalkan bagian lainnya.

Kegiatan menyeleksi inilah yang dinamakan *targeting*.

Targeting adalah upaya menetapkan target sasaran dengan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan di pilih lembaga pendidikan sebagai cara untuk menarik minat pengguna jasa pendidikan. Untuk bisa menarik minat pengguna jasa pendidikan maka lembaga pendidikan perlu mengenal lebih dalam siapa mereka, dan apa yang dibutuhkan. Dalam pelaksanaan kegiatan *targeting* di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sebagai berikut:

a. *Targeting* berdasarkan keyakinan

Mentukan target bukanlah hal yang sederhana dan hanya didasari asumsi saja oleh karena itu *Targeting* pada lembaga pendidikan harus dipertimbangkan dengan hati-hati segmen mana yang akan dipilih oleh lembaga pendidikan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa pendidikan. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyang Unggulan Al-qodiri 1 Jember menawarkan program khusus yaitu tahfidzul qur'an untuk peserta didik yang ingin menghafal Al-qur'an.

Tabel 4.5
Daftar Program Tahfidz MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember

No	Nama	Jumlah Hafalan
1	Eva Maulidatul Hasanah	13 Juz
2	Zulfiatul Khoiroh	11 Juz
3	Silky Fauziyatur Rohma	10 Juz
4	Habibah Nur Aisyah	5 Juz
5	Rahma	4 Juz
6	Siti Nur Syarifah	6 Juz
7	Siti Jamilah Khoirrunisa'	3 Juz
8	Diva Rizqia	5 Juz
9	Arifah Qotrin Nada	Juz Amma
10	Nur Azizah	Juz Amma
11	Husnul Khotimah	Juz Amma

Sumber: Dokumentasi 2022
MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember
Gebang Jember
12 September 2022

Menjadi lembaga pendidikan yang diminati masyarakat tentu adalah lembaga yang baik dan bermutu. Lembaga pendidikan yang berkualitas,

baik dalam pelayanan program dan pengelolaan sumber daya lembaga akan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan pesaing. Salah satu upaya memberikan keyakinan yaitu melalui program tahfidzul qur'an. Untuk itu langkah awal yang harus di ambil dalam pemasaran adalah melakukan analisis dan menentukan target sasaran. Sebelum menentukan target, terlebih dahulu melakukan analisis secara mendalam terkait kebutuhan pengguna jasa pendidikan, penulis melakukan wawancara dengan panitia PPDB seksi *advertising* Bapak Faurul Anas, S.Pd.I yang menjelaskan mengenai target madrasah.

Kalau target memang setiap tahun kita menentukan target. Kita melakukan presentase, kalau tahun sekarang kita target bisa naik 10% itu karena kita hanya fokus pemasaran menggunakan media sosial jadi tidak melakukan pemasaran secara langsung dengan datang ke sekolah-sekolah ataupun memasang bener dijalan dan memasang baliho. Jadi kita hanya menggunakan media sosial saja.⁶⁹

Pemasaran yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ditargetkan untuk masyarakat dari kalangan luas, tidak memandang faktor ekonomi ataupun kelas sosial. Hal ini disampaikan oleh

ketua PPDB Bapak Muhammad Muklis, S.Pd.I yaitu:

Sasaran madrasah disini kita membidik pasar yang ekonominya kelas menengah kebawah, karena kalau dilihat dari orang tua siswa itu mayoritas ekonominya menengah kebawah, tapi da juga yang orangtuanya menengah keatas. Jadi biaya yang ditetapkan masih tergolong ekonomis. Penerimaan siswa baru disini kita berlandaskan dawuh kyai siapapun yang hadir siapapun itu yang mendaftar jangan sampai ditolak. Jadi kita tidak memberikan syarat kriteria tertentu harus memiliki nilai sekian begitu tidak, meskipun sebenarnya kalau melihat kualitas pendidikan kita memang seharusnya ada kriteria khusus. Jadi

⁶⁹ Faurul Anas, diwawancara oleh penulis, 19 September 2022.

semua siswa yang mendaftar bisa diterima di MTs tapi karna disini sudah fullday dan kegiatannya padat jadi ada yang ditengah jalan berhenti 1 gitu tapi jarang anak yang berhenti disetiap tahunnya. Biasanya anak yang berhenti itu tidak krasan di pondok karena siswa kita hampir semua berdomisili sebagai santri disini tapi ada juga yang dari luar dan tidak mondok.⁷⁰

Tabel 4.6
Rincian Biaya Madrasah

No	Rincian Biaya Muqim Pesantren	Biaya	
		Putra	Putri
1	Jariah dan perawatan Gedung	Rp 500.000	Rp 500.000
2	SPP, infaq, program unggulan, dan makan.	Rp 480.000	Rp 340.000
3	Seragam beserta atribut	Rp 771.500	Rp 635.000
4	Buku dan kitab	Rp 633.500	Rp 604.000
Jumlah:		Rp 2.385.000	Rp 2.079.000

Tabel 4.7
Rincian Biaya Madrasah

No	Rincian Non Muqim Pesantren	Biaya	
		Putra	Putri
1	Jariah dan perawatan Gedung	Rp 500.000	Rp 500.000
2	Infaq Yayasan	Rp 80.000	Rp 80.000
3	Seragam beserta atribut	Rp 473.000	Rp 582.000
4	Buku dan kitab	Rp 242.000	Rp 242.000
Jumlah:		Rp 1.295.000	Rp 1.404.000

Dari hasil wawancara dengan ketua PPDB diketahui bahwa tidak ada syarat khusus untuk siswa yang ingin mendaftar di madrasah, artinya siapapun bisa masuk di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember akantetapi siswa yang tidak mampu mengikuti kegiatan pembelajaran di madrasah maka mereka akan memilih untuk keluar dari madrasah. Kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember memang cukup padat mulai dari

⁷⁰ Muhammad Muklis, diwawancara oleh penulis, 14 September 2022.

jam 06:00-16:30. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan eksistensi madrasah sebagai madrasah swasta yang berkualitas dan mampu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan masyarakat. Dalam hal ini ketua PPDM Bapak Muhammad Muklis, S.Pd.I menjelaskan:

Perkembangan tahun pertahun terus berinovasi karena PPDB menjadi ujung tombak untuk suatu satuan lembaga pendidikan pelaksanaan pendidikan di tahun berikutnya. Kalo kita sukses bagus, karena indikator sukses adalah menghimpun calon siswa yang banyak. Pada dasarnya PPDB sukses jika memenuhi syarat bisa menghimpun banyak siswa kemudian presentase siswa yang mendaftar dan mengikuti pembelajaran ternyata 5 tahun ini kita evaluasi tahun demi tahun, ada yang setengah perjalanan berhenti. Siswa yang memilih berhenti itu disebabkan memang tidak krasan, capek karena terlalu banyak kegiatan, dan dirasa banyak hafalan yang siswa itu sebelumnya memang tidak terbiasa dilakukan jadi tidak betah lalu berhenti. Untuk saat ini masih stabil dan kalau dilihat lebih spesifik lagi kita ada kenaikan.⁷¹

b. *Targeting* dengan mengamati potensi pasar

Banyaknya pesaing dalam satuan lembaga pendidikan membuat semua lembaga pendidikan berusaha mengalahkan pesaing melalui berbagai cara. Dalam kondisi seperti ini Madrasah Tsanawiyah

Unggulan Al-qodiri 1 Jember terus mengamati potensi pertumbuhan pasar dan membuat inovasi-inovasi baru yang bisa memenuhi kebutuhan dari pengguna jasa. Berikut wawancara peneliti dengan waka kurikulum madrasah, Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd:

Kita pemikirannya harus visioner, artinya yang lain belum tapi kita duluan, jangan cuma ikut-ikutan saja, di madrasah A ada program A lalu ikut membuat program itu. Jadi kita tidak asal ikut-ikutan tapi kita lakukan analisis dulu, kira-kira disini siswanya minat atau tidak, bagus atau tidak, cocok atau tidak

⁷¹ Muhammad Muklis, , diwawancara oleh penulis, 14 September 2022.

dengan budaya kita. Jadi kita terus mengamati potensi pertumbuhan pasar dan itu wajib dilakukan. Kita harus pandai-pandai membaca kondisi al qodiri 5 tahun kedepan seperti apa, sehingga persiapannya dari sekarang, kira-kira apa yang dibutuhkan. Ibarat sedia payung sebelum hujan.⁷²

Setiap lembaga pendidikan mempunyai pelayanan pendidikan yang berbeda-beda, hal ini dilakukan agar bisa memberikan kesan positif bagi madrasah sehingga pengguna jasa bisa membedakan tawaran dengan lembaga pesaing. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd:

Pelayanan pendidikan disini kami memberikan yang terbaik untuk siswa kami pastinya, mulai dari gurunya dan juga medianya. Kita tidak tau nanti setelah lulus diluar mereka jadi apa yang penting kita bekali saja ilmu-ilmu, minimal mereka sudah punya pengalaman dari kegiatan-kegiatan di madrasah. Oleh karena itu kita menyediakan ekstrakurikuler yang cukup banyak sebagai tempat siswa menyalurkan minat dan bakatnya sesuai dengan yang mereka minati. Jadi ekskul itu untuk mengcover tiap anakkan keinginannya gak sama, potensinya gak sama. Ciri-ciri sekolah maju itu ekskulnya banyak berarti sekolah itu memperhatikan kompetensi anak tapi kalau sedikit berarti kurang. Jadi semua pelayanan yang dilakukan dengan cara evaluasi dan melihat kegunaannya.⁷³

c. *Targeting* harus berdasarkan keunggulan

Targeting yang dilakukan dalam lembaga pendidikan harus dipikirkan secara realistis, harus mengevaluasi potensi dan daya tarik masyarakat terhadap lembaga. Dengan begitu lembaga bisa menyesuaikan antara sumber daya yang dimiliki dengan kebutuhan pengguna jasa pendidikan. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah

⁷² Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

⁷³ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

Unggulan Al-qodiri 1 Jember menawarkan program-program keunggulan yang bisa meningkatkan daya tarik pengguna jasa dengan membuat program kegiatan PPM yaitu pusat program mingguan. Pusat program mingguan adalah salah satu program kegiatan yang dimiliki Madrasah, dimana akan diikuti semua siswa dengan cara bergantian tampil di depan teman-temannya. Berikut wawancara peneliti dengan ketua PPDB, Bapak Muhammad Muklis, S.Pd.I

MTs Al-qodiri memiliki banyak program-program yang di lembaga lain itu tidak ada. Keunggulan dilembaga kita ini, kita ada program kegiatan yang namanya PPM yaitu pusat program mingguan yang terdiri dari beberapa program ada debate bahasa arab inggris, drama, speech bahasa arab inggris, missing lyrics. Jadi program PPM ini dilaksanakan setiap hari minggu setelah istirahat sholat dzuhur. Kegiatan PPM ini siswa dipilih dari minggu sebelumnya siapa saja yang akan mendapat giliran untuk maju speech, debat, dan juga drama. Jadi siswa diajarkan untuk berani berbicara menggunakan bahasa arab dan inggris didepan teman-teman yang lain.⁷⁴

Pusat program mingguan ini dilaksanakan setiap hari minggu dan di ikuti oleh semua siswa madrasah. Melalui program PPM ini siswa diajarkan untuk berani tampil di depan banyak orang. Kegiatan ini akan memberikan dampak yang positif bagi siswa, karena siswa akan terlatih menjadi percaya diri ketika tampil di hadapan publik. Kegiatan PPM ini ada 4 macam yaitu: *Debate*, pidato, drama, dan *missing lyrics*.

⁷⁴ Muhammad Muklis, diwawancara oleh peneliti, 14 September 2022.



Gambar 4.4
Program Mingguan Debate

Debate adalah lomba berargumen atau debat yang terdiri dari 2 tim dan masing-masing tim beranggotakan 2 orang.⁷⁵ Dalam program ini siswa diperbolehkan menggunakan 2 bahasa. Peserta bisa memilih menggunakan bahasa Arab ataupun bahasa Inggris. Siswa akan dipilih satu minggu sebelum tampil. Jadi siswa memiliki waktu untuk berlatih dengan rekan tim debatenya selama 1 minggu.



Gambar 4.5

⁷⁵ Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 7 Agustus 2022.

Pusat Program Mingguan Pidato

Program pidato adalah program berpidato menggunakan 2 bahasa.⁷⁶ Peserta bisa memilih menggunakan bahasa Arab ataupun bahasa Inggris. Siswa yang tampil akan dipilih 1 minggu sebelumnya. Jadi untuk siswa yang terpilih mereka akan mulai mencari bahan pidatonya dan menghafalkannya.



Gambar 4.6
Pusat Program Mingguan Drama

Drama adalah lomba drama yang diwakili oleh kelas masing-masing.⁷⁷ Peserta bisa ditentukan sesuai kesepakatan kelas tersebut. Dalam program ini siswa diperbolehkan menggunakan 2 bahasa. Peserta bisa memilih menggunakan bahasa Arab ataupun bahasa Inggris.

⁷⁶ Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 14 Agustus 2022.

⁷⁷ Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 31 Juli 2022.



Gambar 4.7

Pusat Program Mingguan Missing lyrics

Missing lyrics adalah program kegiatan yang paling santai diantara kegiatan PPM lainnya.⁷⁸ Program ini siswa diajak untuk menyanyi bersama-sama sambil melatih *pronunciation* atau pengucapan secara benar. Program ini juga menggunakan bahasa Arab atau bahasa Inggris sesuai keputusan guru memilih lagu apa.

Pemasaran dalam lembaga pendidikan tidak terlepas dari persaingan kompetitif dengan lembaga lain. *Targeting* yaitu menetapkan target sasaran dengan cara menilai minat masyarakat terhadap program yang ada ditawarkan. Dalam hal ini lembaga pendidikan yang memasarkan lembaganya dituntut untuk melihat kondisi pasar, karena jika tidak menyesuaikan dengan kondisi pasar maka tidak bisa menarik minat siswa untuk memilih lembaga tersebut sebagai tempat pendidikan selanjutnya.

⁷⁸ Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 21 Agustus 2022.

Targeting dalam pemasaran pendidikan bisa dilakukan melalui menyesuaikan program lembaga dengan kebutuhan siswa. lembaga pendidikan harus melihat sumber daya yang dimiliki lembaga, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau masih ada kekurangan. Berikut wawancara peneliti dengan waka kurikulum madrasah, Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd:

MTs ini sudah lama berdirinya dan semua disini berusaha untuk membuat MTs ini menjadi sekolah yang berkualitas tidak hanya dalam bidang agama tetapi juga akademis. MTs juga memiliki program-program pembelajaran yang bermacam-macam. Jadi kita harus mengevaluasi potensi dan daya tarik siswa dulu, misalnya sekarang sedang viral membuat konten maka kita tidak boleh ketinggalan, kita juga buat konten tapi kita lihat dulu sumber daya kita memadai atau tidak. Kalau tidak memadai misalkan maka kita rapat cari solusi, cari caranya apa yang kurang, jadi bisa diperbaiki. Kita tidak asal-asal ikut apa yang lagi tren itu apa lalu langsung buat tapi kita analisis dulu dengan kondisi MTs saat ini. Kita evaluasi dulu supaya hasilnya juga sesuai dengan harapan.⁷⁹

Targeting yang dilaksanakan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ini sudah menyesuaikan dengan persaingan. Madrasah juga melakukan evaluasi bagaimana potensi pasar dan daya tarik yang ditimbulkan masyarakat, apakah banyak respon positif atau justru kurang, dengan begitu Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember bisa menyesuaikan antara sumber daya yang dimiliki lembaga dengan kebutuhan. Dalam hal ini penulis

⁷⁹ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

melakukan wawancara dengan panitia PPDB seksi advertising Bapak Faurul Anas, S.Pd.I yang menyatakan:

Dalam melakukan pemasaran kita mempunyai tugas yang pertama itu jelas promosi. Kita bekerjasama dengan kemkominfo madrasah yang membuat konten. Sekarang sudah musim promosi lewat media sosial jadi kita juga harus mengikuti perkembangan zaman. Yang kedua harus bisa menganalisis gejala-gejala yang ada di sekitar kita. Animo masyarakat ini tinggal dimana, jadi kita membuat formulasi bagaimana caranya promosi yang kita lakukan ini bisa mencapai target awal. Kita tahun ini alhamdulillah stabil tidak berkurang, kalau sampai sekarang sudah bertambah jumlah siswanya dengan tahun lalu. Kita juga ada promosi lewat pengajian malam jumat manaqib. Jadi kalau sudah kelulusan itu kami dari MTs menyiapkan beberapa siswa untuk mengaji kitab kuning sebelum kegiatan manaqib dimulai, waktunya itu habis isya' itu. Promosi pada saat manaqib ini bagus karna banyak jama'ah berdatangan dari luar kota yang hadir sehingga bisa membuat masyarakat mengenal MTs itu seperti apa dan bisa apa begitu.⁸⁰

Untuk menyesuaikan dengan persaingan MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan lembaganya dengan membuat konten berupa pamflet, brosur, vidio

pendek yang akan diupload di akun whatsapp, facebook, instagram, dan youtube.

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

⁸⁰ Faurul Anas, diwawancarai oleh peneliti, 19 September 2022.



Gambar 4.8

Konten Promosi Melalui Media Sosial

Perkembangan media sosial dalam proses pemasaran pendidikan memiliki pengaruh yang cukup bagus, selain mudah juga bisa meminimalisir anggaran pengeluaran lembaga pendidikan. Penulis juga melakukan wawancara dengan ketua kemkominfo madrasah Ahmad Ridwan Safarudin, S.Pd yang menyatakan bahwa:

Promosi di MTs ini kita menggunakan media sosial, kita bisa promosi dengan memanfaatkan media sosial lewat story whatsapp, dari facebook, dari instagram, twitter, kita juga membuat youtube. Jadi kemkominfo disini tugasnya membuat konten-konten madrasah. Setiap ada kegiatan rutin, hari-hari besar, program-program madrasah itu kemkominfo bertugas untuk mendesain konten yang didalamnya ada anak-anak dari ekskul desain grafis begitu mbak. Disini itu ada yang namanya GSA yaitu gerakan story al-qodiri jadi kami membuat konten bisa berupa vidio pendek, pamflet yang akan diupload di media sosial.⁸¹

⁸¹ Ahmad Ridwan Safarudin, diwawancara oleh peneliti, 20 September 2022.

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember dalam melakukan proses pemasaran pendidikan juga mengikuti perkembangan zaman, dimana sekarang semua lembaga pendidikan sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan atau mempromosikan lembaganya kepada masyarakat luas dengan cara mengupload konten-konten di media sosial madrasah.

3. Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Persaingan antar lembaga pendidikan semakin kompetitif. Hampir semua lembaga berlomba-lomba mempromosikan lembaganya dengan berbagai cara. Dalam hal ini madrasah harus bisa menguasai benak pengguna jasa untuk menarik minat masyarakat agar memilih madrasah yang ditawarkan sebagai tempat anaknya melanjutkan pendidikan selanjutnya. Kegiatan positioning merupakan cara bagaimana memilih strategi yang tepat memenangkan persaingan pasar pendidikan. Madrasah harus mampu memberikan penawaran yang keunggulan tersendiri sehingga bisa membedakan dengan lembaga pesaing. Dalam pelaksanaan kegiatan positioning di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sebagai berikut:

a. Positioning secara positif dan meyakinkan

Dalam pemasaran pendidikan yang ditawarkan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember memiliki program-program yang bisa menarik minat masyarakat, oleh karena itu dalam

memasarkan lembaga pendidikannya Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember terus berusaha meyakinkan masyarakat agar memilih Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember. Dalam hal ini kepala madrasah Hj. Ilmi Mufidah Muzakki, S.Pd.I menjelaskan bahwa:

Pemasaran pendidikan yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember ini dipersiapkan dengan matang dan dibentuk tim khusus untuk mengurus pemasaran lembaga pendidikan mulai dari perencanaan pemasaran sampai penerimaan peserta didik baru. Tim khusus itu adalah panitia PPDB yang beranggotakan 8 orang dan Bapak Muhammad Muklis, S.Pd.I sebagai ketua yang bekerja sama dengan Kemkominfo Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang diketuai oleh Ahmad Ridwan Safarudin, S.Pd. Jadi tim PPDB inilah yang nantinya menyusun strategi gimana caranya untuk menarik minat siswa-siswi baru agar mendaftar disini.⁸²

2. Panitia PPDB		
NO	NAMA	JABATAN
1.	Muhammad Muklis, S.Pd.I	Ketua
2.	Ahmad Shodiq, S.Pd	Sekretaris
3.	Siti Safiqoh, S.Pd	Bendahara
4.	Siti Faikhah Ana Jakhiah, S.Pd	Seksi Pendaftaran & Pengolahan Data (Operator)
5.	Istiqomah, S.Pd	Seksi Pendaftaran & Pengolahan Data (Operator)
6.	Faurul Anas, S.Pd.I	Seksi Advertising
7.	Fuad Hasan	Seksi Advertising
8.	Ade Yuanita Taufani, S.P	Seksi Perlengkapan

Gambar 4.9
Panitia PPDB

Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember memiliki beberapa program yang bisa meningkatkan kompetensi dan

⁸² Ilmi Mufidah Muzakki, diwawancara oleh peneliti, 30 Agustus 2022.

kemampuan belajar siswa. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan madrasah kepada masyarakat. Berikut wawancara peneliti dengan waka kurikulum madrasah, Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd. tentang program yang dimiliki oleh lembaga Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang menyatakan:

Untuk menarik minat masyarakat kita berusaha memberikan program-program terbaik untuk siswa dan bisa menyakinkan orang tua agar memilih Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri sebagai tempat belajar anaknya, disini orang tua memiliki peran penting dalam pemilihan sekolah anaknya karena ketika anak lulus SD masih belum terlalu mengerti sekolah mana yang bagus untuk dirinya. Oleh karena itu orang tua cenderung lebih berperan dalam memilih sekolah mana yang bagus untuk perkembangan anaknya dan disini menerapkan sistem full day school yang mana memiliki program kegiatan cukup banyak diantaranya: *sea competition*, panggung gembira, *general election*, latihan dasar kepemimpinan, pekan perkenalan siswa baru, *class meeting*, fashion carnafal.⁸³



Gambar 4.10
SEA Competition

Sport, education, art compeition atau SEA competition merupakan jenis program kegiatan yang diadakan di madrasah setiap 1 tahun 1 kali dan dilaksanakan pada saat sebelum puasa ramadhan.

⁸³ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

Kegiatan ini wajib diikuti oleh semua siswa madrasah tanpa terkecuali. Program SEA competition ini terdiri dari 3 jenis kegiatan yaitu: sport berkaitan dengan olahraga, education tentang pengetahuan, dan art tentang seni. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan ketua kemenpora Risky Ramadhan:

SEA competition itu salah satu program yang ada di MTs. Program SEA competition ini dilaksanakan setiap 1 tahun 1 kali sebelum puasa ramadhan. Jadi madrasah musyawarah lomba apa saja yang akan dilaksanakan. Lomba-lomba itu mulai dari sport itu ada macem-macem, education ada beberapa lomba seperti hafalan, pidato 2 bahasa, dan art itu ada lomba kaligrafi, melukis begitu mbak. Jadi ada banyak lombanya.⁸⁴

Untuk memberi kenyamanan didalam lingkungan sekolah maka madrasah memakai kamera cctv di setiap kelas dan sudut-sudut lingkungan madrasah. Dari cctv ini semua guru/ staf yang ada di kantor bisa mengamati keadaan kelas dan mengawasi siswa dari kantor kepala madrasah, sehingga bisa mengetahui apa yang dilakukan siswa di dalam kelas. Dari cctv ini madrasah bisa memberikan kesan positif bagi masyarakat bahwa madrasah bisa meyakinkan pengguna jasa tentang keamanan dan memastikan tidak ada tindakan yang kurang menyenangkan di madrasah.

⁸⁴ Risky Ramadhan, diwawancarai oleh peneliti, 6 September 2022.



Gambar 4.11
CCTV Madrasah

Selain memberikan keyakinan melalui program-program yang dimiliki, madrasah juga memberikan kenyamanan dan keamanan bagi peserta didiknya melalui pantauan kamera cctv yang tersebar di setiap kelas dan lingkungan madrasah.

b. *Positioning* berdasarkan keunggulan dan mencerminkan kekuatan lembaga

Dalam mempromosikan lembaga pendidikan tidak hanya harus bisa meyakinkan pengguna jasa akan tetapi harus bisa memberikan keunggulan kepada pengguna jasa pendidikan yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain. Dalam hal ini Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd. menjelaskan terkait dengan keunggulan yang dimiliki Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember sebagai berikut:

Untuk membedakan dengan lembaga pendidikan lain disini kami menerapkan wajib berhasa yaitu bilingual. pelaksanaan program berbahasa arab inggris ini wajib diterapkan di lingkungan madrasah maupun diluar jam sekolah. Di MTs juga menyediakan box violation atau kotak pelanggaran, jadi bagi siswa yang mendengar pelanggaran temannya seperti contoh ketika tidak

menggunakan bahasa arab, inggris atau berkata kotor bisa mencatat nama pelanggar, kelas, hari, tanggal, bulan, tahun, tempat, jam terjadinya pelanggaran, dan kalimat yang diucapkan. Mereka yang melanggar akan dihukum sesuai kalimat yang dilanggar.⁸⁵



Gambar 4.12
Program Intensif
Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Positioning yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember tidak hanya fokus pada tampilan lembaga tetapi berusaha menciptakan kesan yang lain di benak pengguna jasa dengan menampilkan kekuatan yang dimiliki madrasah melalui program *bilingual*. Berikut wawancara peneliti dengan staf administrasi umum madrasah Siti Fatkhia

Ana Jakhnah S.Pd. yang menyatakan:

Pembelajaran setiap harinya disini ada program intensif setiap pagi sebelum jam pelajaran formal dan sore setelah dzuhur sampai jam 16:30. Jadi anak-anak disini diwajibkan bisa berbicara menggunakan 2 bahasa, bahasa arab dan inggris. Program intensif inilah yang bisa mengasah kemampuan mereka

⁸⁵ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

dalam berbahasa, di program intensif ini ada beberapa pelajaran diantaranya bahasa arab, inggris, amstilaty, dan al-qur'an.⁸⁶

Jadwal Program Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

No	HARI	JAM	KELAS 7	KELAS 8	KELAS 9
1.	AHAD	07:00-08:00	Qoidah, Tartilur Qur'an membaca surah waqi'ah		
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	PPM		
		15:30-16:30			
2.	SENIN	07:00-08:00	Qoidah, Tartilur Qur'an membaca surah waqi'ah		
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		15:30-16:30	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
3.	SELASA	06:00-07:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		15:30-16:30	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
4.	RABU	07:00-08:00	Qoidah, Tartilur Qur'an membaca surah waqi'ah		
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		15:30-16:30	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
5.	KAMIS	06:00-07:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	B. ARAB	AL-QUR'AN	B. INGGRES
		15:30-16:30	B. ARAB	AL-QUR'AN	B. INGGRES
6.	JUMAT	LIBUR			
7.	SABTU	06:00-07:00	AMSTILATY 1	AMSTILATY 2	AMSTILATY 3
		08:00-11:30	KEGIATAN FORMAL		
		14:00-15:00	AL-QUR'AN	B. INGGRES	B. ARAB
		15:30-16:30	AL-QUR'AN	B. INGGRES	B. ARAB

Gambar 4.13
Jadwal Kegiatan Program Intensif

Program *bilingual* yang dilaksanakan madrasah ditujukan untuk mengembangkan kompetensi peserta didik dengan membekali dan mempermudah peserta didik dalam berkomunikasi menggunakan dua bahasa dengan baik dan benar. Adanya program *bilingual* 2 bahasa ini dapat menambah wawasan berbahasa mereka. Program *bilingual* ini merupakan kekuatan yang bisa menjadi nilai tersendiri bagi madrasah. Adanya program *bilingual* adalah untuk dapat mengembangkan bahasa peserta didik dan memperbaiki kesalahan bahasa peserta didik serta penanggulangan bahasa yang tidak sesuai kaidah. Dalam hal ini madrasah membuat kegiatan pekan bahasa.

⁸⁶ Siti Fatkhia Ana Jakhnah, diwawancarai oleh peneliti, 25 Agustus 2022.



Gambar 4.14
Pekan Berbahasa

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember tidak hanya fokus pada tampilan lembaga tetapi berusaha menciptakan kesan positif di benak pengguna jasa dan memberikan pelayanan pendidikan dengan versinya sendiri dengan menerapkan program bilingual 2 bahasa yaitu bahasa arab dan bahasa inggris. Program bilingual inilah yang menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang bisa membedakan dengan lembaga pendidikan lainnya.⁸⁷

c. Positioning dengan keunikan

Positioning merupakan cara yang digunakan untuk menguasai benak pengguna jasa dengan menetapkan citra yang unik sehingga bisa mendapatkan tempat khusus di benak pengguna jasa. MTs Unggulan Al-qodiri ini memiliki keunikan tersendiri yang bisa membedakan

⁸⁷ Observasi di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, 30 September 2022.

dengan lembaga pendidikan lain. Berikut wawancara peneliti dengan waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd yang menyatakan:

Untuk pakaian atau seragam siswa disini kita membuat yang berbeda dengan lembaga lain. Jadi bisa dilihat dari seragamnya saja sudah memiliki ciri khas bahwa itu anak MTs Al-qodiri. Kita membuat seragam almamater yang berbeda dari yang lain itu salah satunya untuk membuat kesan tersendiri bagi orang lain yang melihat dan menjadikan berbeda dari yang lain. Jadi biar MTs itu punya ciri khas sendiri dari seragamnya itu. Kita juga ada ketentuan-ketentuan dalam berpakaian karnakan disini mayoritas santri jadi harus sesuai dengan nilai-nilai islaminya.⁸⁸



Gambar 4.15
Seragam Peserta Pidik

Dalam memberikan kesan unik MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember memilih untuk membuat seragam yang berbeda dengan lembaga lain yang bisa menjadi ciri khas madrasah di hadapan masyarakat luas. Tidak

⁸⁸ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

hanya dalam segi pakaian MTs juga mengatur tempat duduk peserta didik secara terpisah dengan harapan bisa membuat peserta didik lebih semangat dalam proses pembelajaran dan bisa percaya diri dengan hasil pencapaian selama pembelajaran berlangsung.



Gambar 4.16
Ruang Kelas

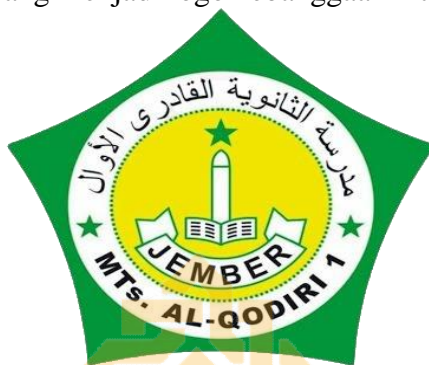
Mendapatkan kesan yang positif bagi lembaga pendidikan merupakan suatu kewajiban bagi lembaga pendidikan, karena image yang baik

akan memberikan pengaruh yang baik bagi lembaga. Dalam hal ini MTs

Unggulan Al-qodiri 1 Jember membuat logo madrasah yang bisa menimbulkan kesan positif, dan mudah diingat. Berikut wawancara peneliti dengan Ketua PPDB Bapak Muhammad Mukhlis S.Pd.I yang menyampaikan:

Untuk logo madrasah itu tidak pernah berubah sejak awal berdirinya MTs Al-qodiri 1 Jember tetap seperti itu. Logo itu dibuat seperti itu mempunyai arti yang bagus pastinya, logo yang

dibuat MTs juga terlihat simple, mudah diingat, dan itu sampai sekarang menjadi logo kebanggaan madrasah.⁸⁹



Gambar 4.17

Logo Madrasah

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember menampilkan keunikan lembaganya melalui logo yang simple dan mudah diingat. Selain itu MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember mempunyai keunikan tersendiri yang ditampilkan pada seragam madrasah yang mempunyai ciri khas dari lembaganya.

d. Positioning berkelanjutan dan relevan

Keterampilan madrasah dalam mempertahankan eksistensinya dilihat dari image atau citra yang ditanamkan oleh madrasah. Citra yang dibentuk oleh suatu madrasah berperan mempengaruhi sikap masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Madrasah bisa memiliki citra sebagai lembaga pendidikan islam yang baik dan mampu mencetak generasi pendidikan yang berkualitas dan bermutu yaitu melalui

⁸⁹ Muhammad Mukhlis, diwawancara oleh peneliti, 14 September 2022.

penanaman citra yang baik kepada masyarakat. Citra tersebut akan mempengaruhi calon peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan yang akan dipilih untuk anaknya sebagai lembaga pendidikan selanjutnya. Untuk memenuhi suatu kebutuhan pengguna jasa MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember membangun kepercayaan masyarakat dengan mencetak siswa-siswi yang berkualitas dan berakhlakul karimah. Menurut Ny. Ilmi Mufidah Muzakki, S.Pd.I yang merupakan keluarga dari pendiri mengatakan bahwa:

MTs Al-qodiri ini berdiri sejak tahun 1989. MTs ini adalah lembaga pertama yang dibangun pertama kali di Al-qodiri, jadi sebelum ada SD, MA, SMK, dan lainnya itu yang dibangun adalah MTs. Awalnya MTs ini tidak disini tempatnya ada di sebelahnya MAN 2. Tapi berkat abuya terus berikhtiar jadi tambah tahun santrinya semakin banyak kemudian pindah disini. Alumni-alumni Al-qodiri juga sudah banyak dan banyak juga anak-anak, saudara dari alumni yang sekolah di MTs Al-qodiri.⁹⁰

Dalam hal ini waka kurikulum Bapak Eko Mulyadi, S.Pd. I, M.Pd menyampaikan:

Upaya madrasah dalam melakukan pemasaran atau promsi disini awalnya kita mulai pasang bener di jalan, pamflet, baliho, datang ke lembaga-lembaga dan berkunjung di rumah alumni-alumni. Itu langkah awal dulu sebelum media sosial berkembang pesat seperti sekarang. Tetapi sekarang sudah tidak begitu sekarang ada media sosial jadi kita memanfaatkan media sosial untuk promosi. Di MTs ini yang daftar itu mayoritas adalah putra-putri dari alumni. MTs itu lembaga pertama yang didirikan di Al-qodiri jadi lembaga tertua dan alumninya sudah banyak. Jadi dari alumni-alumni banyak yang memilih MTs untuk pendidikan anaknya. Promosi yang tidak melalui media sosial adalah lewat pengajian yang dilakukan di halaman pondok yaitu manaqib yang jama'ahnya itu datang dari mana-mana dari luar jember banyak sekali dari luar kota itu banyak, jadi kita juga memanfaatkan itu

⁹⁰. Ilmi Mufidah Muzakki, diwawancarai oleh peneliti, 30 Agustus 2022.

untuk memperkenalkan MTs ini madrasah yang berkualitas dan bermutu di kalangan masyarakat luas.⁹¹

Eko Mulyadi mengatakan bahwa alumni Al-qodiri adalah salah satu kekuatan dalam proses promosi madrasah dimana mereka memilih madrasah ini untuk pendidikan putra-putrinya menuntut ilmu. Itu artinya mereka percaya dengan madrasah bahwa MTs Al-qodiri bisa mencetak generasi-generasi muda yang berkualitas, bermutu, berani, dan berakhlakul karimah.⁹² Hal itu diperkuat oleh Bapak Muhammad Mukhlis S.Pd.I selaku TU madrasah bahwa:

Berkat do'anya kyai disini kita tidak kekurangan murid alhamdulillah. Banyak orang dari luar kota Jember yang memilih MTs sebagai tempat belajar anaknya. Dari para alumni juga banyak yang menyekolahkan anaknya di MTs. Sebagian besar siswa disini itu putra-putri dari alumni. Hampir 90% yang sekolah disini adalah anak-anak, saudara dari para alumni al-qodiri. Itu semua menetap di pondok pesantren, tapi ada juga warga sekitar tapi tidak banyak dan mereka pulang kerumahnya jadi tidak mondok disini. Jadi siswa MTs itu tidak wajib mondok dan bagi yang ingin sekolah di MTs tetapi tidak mondok itu diperbolehkan.⁹³

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember melakukan pemasaran pendidikan tidak hanya melalui media sosial saja, akan tetapi juga berkelanjutan yaitu melalui alumni-alumni Al-qodiri yang ikut berpartisipasi dalam pemasaran madrasah kepada masyarakat luas.

⁹¹ Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

⁹² Eko Mulyadi, diwawancarai oleh peneliti, 31 Agustus 2022.

⁹³ Muhammad Mukhlis, diwawancarai oleh peneliti, 14 September 2022

Tabel 4.8
Temuan Penelitian

No	Fokus Penelitian	Data Hasil Penelitian
1	2	3
1	Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember	<p>Segmentasi yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember sesuai dengan teori Hermawan kartajaya yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Segmentasi secara geografis MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember berada di lingkungan pesantren sehingga tidak terganggu suara kebisingan dari kendaraan yang melintas, madrasah menyasar wilayah daerah yang penduduknya mayoritas dari desa. b. Segmentasi demografis yang menjadi target madrasah adalah kelas menengah ke bawah karena peminat lebih banyak dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, dengan biaya yang relatif murah tetapi bisa memberikan pelayanan yang berkualitas itu bisa dilihat dari program-program yang ada di madrasah. c. Segmentasi psikografis madrasah melihat kepribadian masyarakat yaitu menargetkan masyarakat yang agamis dan tidak mementingkan pendidikan formal saja akan tetapi juga mementingkan pendidikan spiritual seperti dari jamaah manaqib yang hadir setiap malam jumat di al-qodiri sehingga berminat menyekolahkan anaknya di MTs. d. Segmentasi perilaku MTs mempunyai kyai yang banyak dikenal masyarakat luar, berkat doa-doa beliau banyak jamaah manaqib yang menyekolahkan anaknya di MTs. dengan harapan supaya anaknya bisa berperilaku baik. e. Segmentasi MTs menampilkan keunggulan kompetitif lembaga dimana madrasah lebih fokus untuk mengalokasikan sumber daya yang dimiliki sehingga bisa bersaing dengan lembaga pesaing. Sumber daya madrasah cukup baik, pendidik di MTs semua lulusan S1 dan ada juga S2 yang sudah mempunyai kemampuan masing-masing dalam bidangnya. f. Keunggulan kompetitif yang ditampilkan yaitu melalui brosur, dimana madrasah memberikan jaminan kompetensi kepada masyarakat yaitu ada 5 jaminan kompetensi yang meliputi bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, bilingual 2 bahasa arab dan inggris 24 jam, berkarakter islami, tahfidzul quran (progran khusus). g. Madrasah menyediakan program layanan ekstrakulikuer 16 macam untuk mengembangkan minat dan bakatnya. Madrasah juga menerapkan tes diagnostik yang bekerjasama dengan primagama untuk melihat karakteristik kepribadian siswa yang mana hasil dari tes tersebut akan digunakan untuk memilih minat dan bakat yang cocok untuk siswa tersebut.

1	2	3
2	<p><i>Targeting</i> Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember</p>	<p>Adapun targeting yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> Target madrasah adalah membidik pengguna jasa dari kelas ekonomi menengah ke bawah, Madrasah membidik wilayah daerah seperti desa yang mayoritas orang tua siswa berprofesi sebagai petani dan pedagang di mana mereka menginginkan pendidikan yang baik untuk anaknya dengan biaya yang relative bisa dijangkau. Madrasah terus mengamati potensi pertumbuhan pasar, sehingga bisa mengambil keputusan yang lebih baik terkait program lembaga, seperti program ekstrakurikuler dilembaga lain menyediakan berbagai macam untuk mendukung minat bakat siswa tetapi MTs melihat kubutuhan dari siswa madrasah itu sendiri. Tareting MTs didasarkan dengan keunggulan lembaga yang mana madrasah mempunyai program keunggulan PPM (pusat program mingguan yang terdiri dari debate, drama, pidato, <i>missing lyrics</i>. Program tersebut adalah program pelatihan kepada siswa agar siswa tersebut berani berbicara, berpendapat, percaya diri di hadapan orang banyak. Madrasah menyesuaikan pemasaran dengan persaingan yaitu membuat konten promosi berupa brosur dan vidio pendek melalui media sosial whatsapp, facebook, instagram, dan youtube.
3	<p><i>Positioning</i> Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember</p>	<p>Positioning yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yakni</p> <ol style="list-style-type: none"> Positioining untuk memenangkan hati pengguna jasa adalah melalui diferensiasi program, yang mana MTs mempunyai program keunggulan yang berbeda dari lembaga lain seperti program intensif. Melalui program intensif yang dilakukan setiap pagi jam 06:00-07:30 dan sore jam 13:00-16:30. Jadwal intensif tersebut ada amtsilati, al-qur'an, bahasa arab, bahasa inggris. Program tersebut dilaksanakan setiap hari dan kegiatan tersebut berguna untuk membiasakan siswa dengan Bahasa asing sehingga siswa bisa menambah kemampuan belajar dan menambah kosa kata Bahasa asing siswa. Madrasah juga menerapkan wajib berbahasa bilingual di lingkungan madrasah maupun diluar madrasah menggunakan 2 bahasa yang meliputi bahasa arab, bahasa inggris Madrasah membuat program SEA competition untuk semua siswa yang diselenggarakan 1 tahun 1 kali yaitu lomba sport, education, dan art. Kegiatan tersebut dilaksanakan guna menambah semangat siswa untuk berkompetisi dalam berbagai kegiatan lomba. Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember juga memiliki keunikan tersendiri yang ditampilkan melalui seragam madrasah yang memiliki ciri khas tersendiri yang mencerminkan siswa berkarakter islami. Madrasah membentuk tim pemasaran khusus untuk menyukseskan proses pemasaran pendidikan yaitu panitia PPDB.

C. Pembahasan Temuan

Setelah data terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya hasil temuan peneliti disangkutkan dengan teoriteori yang ada. Hasil temuan tersebut merupakan kumpulan dari semua data yang akan dijelaskan oleh peneliti. Temuan merupakan gagasan peneliti, keterkaitan, posisi temuan dengan temuan sebelumnya, serta penafsiran dan penjelasan temuan dari lapangan.

Strategi pemasaran merupakan sebuah metode atau cara untuk mengenalkan serta mempromosikan madrasah yang dikelola, karena dalam pemasaran pendidikan yang ditawarkan ialah sebuah program dan jasa yang dimiliki oleh madrasah itu sendiri.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan disajikan dan dianalisis dengan teori-teori yang sesuai dengan fenomena yang terjadi dilapangan. Maka pada bagian ini akan dibahas mengenai hasil temuan yang diperoleh peneliti di Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember yang mencakup beberapa pembahasan yaitu mengenai *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*.

1. Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember

Sebelum peneliti menjelaskan mengenai segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember, peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu apa yang dimaksud segmentasi. Istilah pada umumnya segmentasi adalah pengelompokan pasar dari yang bersifat heterogen

menjadi homogen. Segmentasi yang dilakukan lembaga pendidikan memungkinkan lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya untuk dapat masuk ke pasar sesuai dengan keunggulan kompetitif lembaga.

Proses segmentasi menjadi salah satu kunci sukses lembaga pendidikan untuk mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda. Sebuah lembaga pendidikan yang memasarkan lembaganya harus mendefinisikan dengan jelas apa programnya, visi, misi, dan tujuannya, dan melihat peluang-peluang yang bisa diambil, tentunya semua itu ditunjang dengan anggaran lembaga yang cukup. Untuk itu lembaga perlu melakukan analisis untuk menyesuaikan kebutuhan dengan anggaran yang dimiliki lembaga.

Untuk melakukan analisis pengguna jasa maka perlu dilakukan analisis tentang segmentasi, kebutuhan yang belum terpenuhi yaitu:

- a. Menyangkut segmentasi perlu dicari jawaban terhadap pertanyaan, siapakan pengguna jasa yang terbesar, daerah mana, tipenya, masih banyaknya pengguna jasa potensial di daerah tersebut, Apa motivasinya, dan bagaimana karakteristiknya.
- b. Menyangkut motivasi pengguna jasa, perlu dicari jawaban unsur atau elemen program mana paling menarik mereka, apa tujuan memilih, apa motivasi mereka dan mungkinkah motivasi mereka berubah.

- c. Menyangkut kebutuhan yang belum terpenuhi, perlu dipertanyakan mengapa ada pengguna jasa yang tidak puas, apa masalahnya, dan bagaimana dengan program milik pesaing.⁹⁴

Untuk mengetahui pasar secara jelas, lembaga pendidikan perlu melihat pasar yang akan dituju. Ketika melakukan pemasaran jasa pendidikan lembaga harus mengetahui pasar yang akan menjadi calon pengguna jasa pendidikan, sebab mengenal pasar terlebih dahulu bisa menentukan kelangsungan lembaga pendidikan kedepannya. Secara tipikal segmentasi merupakan proses memanfaatkan peluang.

Segmentasi secara geografis MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember berada di lingkungan pesantren sehingga tidak terganggu suara kebisingan dari kendaraan yang melintas, madrasah menasar wilayah daerah yang penduduknya mayoritas dari desa. Segmentasi demografis yang menjadi target madrasah adalah kelas menengah ke bawah karena peminat lebih banyak dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, dengan biaya yang relatif murah tetapi bisa memberikan pelayanan yang berkualitas itu bisa dilihat dari program-program yang ada di madrasah. Segmentasi psikografis madrasah melihat kepribadian masyarakat yaitu menargetkan masyarakat yang agamis dan tidak mementingkan pendidikan formal saja akan tetapi juga mementingkan pendidikan spiritual seperti dari jamaah manaqib yang hadir setiap malam jumat di al-qodiri sehingga berminat

⁹⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 265.

menyekolahkan anaknya di MTs. Segmentasi perilaku MTs mempunyai kyai yang banyak dikenal masyarakat luar, berkat doa-doa beliau banyak jamaah manaqib yang menyekolahkan anaknya di MTs. dengan harapan supaya anaknya bisa berperilaku baik.

Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember memakai strategi segmentasi melalui keunggulan kompetitif lembaga, *insight*, mempersiapkan langkah berikutnya, dan memandang dari sisi unik. Segmentasi merupakan sebuah cara bagaimana melihat pasar secara kreatif. Lembaga pendidikan perlu melihat dan memanfaatkan peluang yang muncul dipasar. Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember menampilkan keunggulan kompetitif madrasah melalui brosur madrasah yang memberikan janji yaitu 5 jaminan kompetensi yaitu bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, bisa berbahasa arab dan inggris 24 jam, berkarakter islami, tahfidzul quran (program khusus).

Segmentasi pada lembaga pendidikan dapat menjelaskan posisi madrasah ditengah beragam pengguna jasa pendidikan yang memiliki perbedaan dan ketertarikan dengan beberapa program layanan yang tersedia di madrasah tersebut. Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember menyediakan layanan program ekstrakurikuler yang beragam sesuai dengan kebutuhan siswa yang bisa mengasah minat dan bakat. Pengelompokan yang dilakukan adalah melalui tes dignostik yang digunakan untuk mengetahui kemampuan siswa dan menentukan

ekstrakurikuler mana yang lebih cocok dengan kemampuan yang dimiliki. Dengan segmentasi yang tepat lembaga dapat menempatkan sumber daya yang dimiliki dengan efektif dan efisien.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Hermawan Kartajaya dalam bukunya *On Segmentation* Seri 9 Elemen Marketing yang menjelaskan bahwa *Segmentation* merupakan metode bagaimana melihat pasar secara kreatif, artinya lembaga pendidikan perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di pasar. Teori yang diterapkan yaitu sebagai berikut:

- a. *Segmentation* sesuai keunggulan kompetitif lembaga. Peran segmentasi dapat memungkinkan untuk lebih fokus dan memudahkan untuk mengalokasikan sumber daya lembaga.
- b. *Segmentation* untuk mendapatkan *insight*. Hal ini perlu diperhatikan karena tidak mungkin masuk ke segmen pasar tetapi sumber daya madrasah tidak mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain.
- c. *Segmentation* untuk memudahkan mempersiapkan langkah-langkah berikutnya. Bila kurang tepat dalam melakukan segmentasi maka lembaga bisa menghadapi kesulitan. Akibatnya keunggulan dan nilai lembaga kurang terlihat oleh masyarakat pengguna jasa dan akan berakibat pada pengguna jasa yang bingung dalam memilih program yang ditawarkan lembaga.
- d. *Segmentation* menjadi faktor kunci dalam mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sisi unik dan cara yang berbeda. Ada

beberapa cara dalam memandang pasar yaitu *static attribute segmentation*, *dynamic attribute segmentation*, dan *individual attribute segmentation*.⁹⁵

- 1) *Static attribute segmentation* merupakan cara memandang pasar berdasarkan geografis dan demografis. Berdasarkan geografi berarti melihat pasar berdasarkan wilayah seperti negara, kawasan, provinsi, dan kota. Sementara berdasarkan demografi melihat pasar dari segi jenis kelamin, usia, pekerjaan, agama, dan pendidikan. Strategi demografi merupakan strategi yang digunakan karena menggunakan variabel ini menjadi lebih mudah ditentukan. Misalnya menggunakan variabel usia, maka bisa ditentukan anak-anak atau remaja.
- 2) *Dynamic attribute segmentation* merupakan cara memandang pasar berdasarkan sifat-sifat dinamis berupa minat, kebiasaan, sikap, dan keyakinan. Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan psikografis dan perilaku. Psikografis meliputi *lifestyle* gaya hidup, kepribadian dan sejenisnya. Sementara itu segmentasi berdasarkan perilaku bisa berupa sikap, penggunaan, dan respon pengguna jasa terhadap program lembaga.
- 3) *Individual attribute segmentation* merupakan cara memandang pasar secara personal. Segmentasi ini dilakukan oleh lembaga melalui internet sehingga bisa dijangkau oleh tiap-tiap individu.

⁹⁵ Hermawan Kartajaya, *On Segmentation*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 19.

2. Targeting Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember

Sebelum menjelaskan tentang *targeting* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu apa itu strategi *targeting*. *Targeting* adalah menetapkan target pasar yang akan dituju. *Targeting* merupakan proses membidik pasar yang telah dipilih dalam proses analisa segmentasi pasar sebelumnya.⁹⁶ *Targeting* dilakukan karena dalam pemasaran mengajarkan bahwa tidak mungkin semua pasar dapat dipuaskan secara bersamaan dengan satu program, jadi harus fokus memilih pasar.⁹⁷

Untuk merealisasikan kepuasan pengguna jasa maka peranan strategi pemasaran sangat penting. Strategi pemasaran mengutamakan orientasi pada pengguna jasa dengan memberikan kepuasan tertinggi dan fokus pada tampilan lembaga pendidikan dalam melayani pengguna jasa. Lembaga dapat memutuskan untuk menargetkan satu, atau beberapa segmen yang cocok dengan kemampuan lembaga yang bisa menjadi keunggulan lembaga itu sendiri.

Selama proses *targeting* lembaga pendidikan harus menyeimbangkan sumber daya dan kemampuan lembaga secara efektif dan efisien. Proses *targeting* ini mencerminkan kenyataan bahwa lembaga pendidikan harus mengidentifikasi pengguna jasa pendidikan, apa yang

⁹⁶ Robi'ul Afif Nurul Aini, "Strategi Segmentasi, Targeting Dan positioning STP Lembaga Pendidikan Islam", *Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam* 2, no. 1 (Juni 2020), 25, <http://ejournal.kopertais4.or.id>.

⁹⁷ Aris Nurawani, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (April 2021), 57, <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.41>.

dibutuhkan dan apa yang bisa membuat masyarakat tertarik memilih lembaga pendidikan tersebut. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember memakai strategi *targeting* melalui keyakinan, potensi pertumbuhan pasar, keunggulan, dan kesesuaian.

Menjadi lembaga pendidikan yang diminati masyarakat tentu adalah lembaga yang baik dan bermutu. Lembaga pendidikan yang berkualitas, baik dalam pelayanan program dan pengelolaan sumber daya lembaga akan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan pesaing. Tujuan adanya strategi *targeting* itu sendiri adalah untuk menentukan jenis program apa yang ditawarkan dan bisa menarik perhatian pengguna jasa pendidikan. Dengan adanya proses *targeting* ini lembaga pendidikan bisa menyesuaikan program yang menjadi keunggulan atau daya tarik bagi calon pengguna jasa pendidikan.

Targeting Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember adalah membidik pengguna jasa dari kelas ekonomi menengah ke bawah,

Madrasah membidik wilayah daerah seperti desa yang mayoritas orang tua siswa berprofesi sebagai petani dan pedagang di mana mereka menginginkan pendidikan yang baik untuk anaknya dengan biaya yang relative bisa dijangkau. Ada beberapa program dan pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember melalui program PPM (pusat program mingguan yang terdiri dari debate, drama, pidato, *missing lyrics*).

Hal ini sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Hermawan Kartajaya dalam bukunya *On Targeting* Seri 9 Elemen Marketing yang menjelaskan bahwa *targeting* merupakan strategi dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif. Strategi ini perlu dilakukan untuk mempermudah penyesuaian proses sumber daya yang dimiliki lembaga Pendidikan. Hermawan Kartajaya menyebutkan ada 4 kriteria yang harus ada dalam proses *targeting* yaitu⁹⁸:

- a. Harus yakin dalam memilih segmen pasar. Lembaga pendidikan harus memilih segmen pasar dengan efektif, efisien, dan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, yang nantinya bisa memasarkan program pendidikan secara sempurna dan tetap sasaran.
- b. Lembaga pendidikan perlu mengamati potensi pertumbuhan pasar. Lembaga pendidikan harus mengetahui tren apa yang saat ini berkembang di masyarakat dan mengamati program-program yang ditawarkan lembaga pendidikan lain sebagai bahan perbandingan.

Dengan mengamati pertumbuhan pasar akan membuat pemasar mampu untuk mempertimbangkan keputusan yang lebih baik terkait adanya program yang akan ditawarkan kepada masyarakat.

- c. Strategi *targeting* harus didasarkan keunggulan lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan harus memasarkannya dengan kreatif, sehingga bisa menampilkan keunikan dari lembaga tersebut yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain.

⁹⁸ Hermawan Kartajaya, *On Targeting* (Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006), 17.

- d. Segmen pasar yang ditargetkan harus disesuaikan persaingan. Dalam menentukan target pemasaran, lembaga pendidikan harus bisa melihat lembaga lain agar tidak ketinggalan zaman dalam memasarkan lembaganya dan tidak berlebihan dalam membuat janji-janji.

Menetapkan target pasar merupakan tahap selanjutnya dari analisis segmentasi program yang nantinya akan memilih target market atau pasar sasaran yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran. Dalam menentukan target pasar ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan yaitu⁹⁹:

- a. Karakteristik

Berkaitan dengan umur, pekerjaan, dan etnis yang merupakan karakteristik demografi yang dapat menjelaskan pasar.

- b. Kebiasaan

Gaya hidup menjelaskan seperti apakah target pasar yang akan dimasuki. Apakah mereka lebih menyukai warna yang mencolok atau musik yang keras. Kadang-kadang kebiasaan disamakan juga sebagai psikografis yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, dan gaya hidup.

- c. Keinginan

Keinginan mewakili kebutuhan, permintaan dan harapan untuk memiliki atau memenuhi apa yang mereka mau dari sebuah target pasar.

- d. Aktivitas

⁹⁹ Suparso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2021), 240.

Menjelaskan secara umum pasar sasaran apa yang mereka lakukan. Apakah mereka berlibur di akhir pekan atau berbelanja ke supermarket.

e. Geografi

Sebuah faktor yang membedakan sebuah target pasar adalah geografi lokasi yang akan membedakan pasar. Geografi adalah tempat dimana prospek berada dan menawarkan program kepada mereka.

3. *Positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember

Sebelum menjelaskan tentang *positioning* Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu apa itu strategi *positioning*. Strategi *positioning* merupakan strategi dalam pemasaran yang terdiri dari metode atau cara-cara untuk memasarkan lembaganya kepada masyarakat. *Positioning* merupakan usaha menanamkan citra dan menciptakan kesan atau persepsi yang positif dibenak pengguna jasa pendidikan sehingga program yang ditawarkan memiliki keunikan dibanding lembaga lain.

Tujuan pokok strategi *positioning* ini adalah menempatkan atau memposisikan program madrasah di benak pengguna jasa dengan sedemikian rupa, agar program tersebut memiliki kesan lebih unik di hati pengguna jasa dibandingkan dengan lembaga pesaing, sehingga pengguna jasa pendidikan bisa tertarik untuk memilih lembaga tersebut sebagai tempat anaknya sekolah.

Strategi *positioning* ini digunakan untuk mempengaruhi pola pikir pengguna jasa supaya program yang dimiliki lembaga mengandung arti tertentu di benak pengguna jasa yang mencerminkan keunggulan dibandingkan program lembaga pendidikan pesaing. Dalam situasi persaingan yang semakin tajam, lembaga pendidikan harus mulai melihat penerapan experiential marketing yaitu pengalaman emosional yang unik dan positif dan mengesankan pengguna jasa.

Lembaga pendidikan harus memberikan nilai ekuitas kepada pengguna jasa karena adanya nilai ekuitas akan diterima oleh pengguna jasa atas dasar kepercayaan dari lembaga dapat memenuhi janji-janjinya atas brand promise yang dibuatnya, sehingga pengguna jasa merasa memperoleh keberuntungan dari lembaga.¹⁰⁰ Hal ini berkaitan dengan *positioning* yang mana memiliki fungsi sebagai strategi untuk memenangkan persaingan dengan cara merebut hati pengguna jasa melalui program-program yang unggul dan berkualitas. *Positioning* lembaga pendidikan akan dianggap baik ketika programnya lebih mudah diingat di benak pengguna jasa daripada program pesaing. Semakin kredibel dimata pesaing maka semakin kukuh *positioningnya*.

Dalam strategi pemasaran madrasah untuk menguasai benak pengguna jasa pendidikan lembaga harus bisa memilih strategi mana yang paling tepat untuk lembaganya. Dalam hal ini Madrasah Tsanawiyah

¹⁰⁰ Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 269.

Unggulan Al-qodiri 1 Jember memakai strategi positioning melalui keyakinan, keunggulan, keunikan, serta berkelanjutan / relevan.

Tujuan adanya strategi positioning itu sendiri adalah untuk mempermudah masyarakat atau pengguna jasa dalam memilih lembaga pendidikan mana yang akan dipilih untuk menyekolahkan anaknya positioning itu sendiri berperan sebagai penghubung antara program yang dimiliki madrasah dengan calon pengguna jasa pendidikan. Ada beberapa program dan pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember melalui program *bilingual* 2 bahasa yaitu bahasa arab dan bahasa inggris yang wajib diterapkan di dalam lingkungan madrasah ataupun diluar lingkungan madrasah.

Untuk membiasakan siswa berbahasa arab inggris, madrasah membuat program intensif yang didalamnya memuat mata pelajaran bahasa arab, bahasa inggris, Al-qur'an, dan amtsilaty. Hal ini sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Hermawan Kartajaya dalam

bukunya On-Positioning Seri 9 Elemen Marketing yang menjelaskan

bahwa untuk membangun strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan, madrasah harus menampilkan keunggulan yang dimiliki, dimana program-program yang ditawarkan madrasah itu benar-benar berkualitas dan bermutu yaitu melalui:

- a. *Positioning* yang digunakan lembaga pendidikan harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa program yang ditawarkan benar-

benar bagus dan berkualitas, sehingga nantinya pengguna jasa yakin memilih lembaga tersebut sebagai tempat anaknya bersekolah.

- b. *Positioning* harus memberikan keunggulan kompetitif lembaga, karena hal ini menjadi poin utama untuk meningkatkan kredibilitas lembaga pendidikan yang dikelola.
- c. *Positioning* harus mempunyai keunikan tersendiri agar nantinya pengguna jasa pendidikan dapat *mendiferensiasikan* dari lembaga pesaing, sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna jasa pendidikan.
- d. *Positioning* harus berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan yang akan dihadapi oleh lembaga sebagai tantangan perubahan dalam lingkungan pendidikan.¹⁰¹

Positioning pada lembaga pendidikan harus dipersepsikan secara positif dengan menampilkan *value* yang unggul, dimana lembaga pendidikan juga harus mampu memberikan hasil yang sesuai dengan janji yang diberikan, karena ketika madrasah berani memberikan janji tetapi tidak sesuai dengan harapan maka kredibilitas madrasah bisa hancur di mata pengguna jasa pendidikan. Oleh karena itu *positioning* menjadi penentu penting bagi pengguna jasa karena itu akan menjadi *reason to buy* mereka untuk memilih madrasah tersebut.

¹⁰¹ Hermawan Kartajaya, *On Positioning Seri 9 Elemen Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 14.

Hal ini juga sesuai dengan teori pemasaran Kotler dalam buku Wijaya menyebutkan beberapa kesalahan yang perlu dihindari dalam melakukan penentuan posisi pasar yaitu sebagai berikut:¹⁰²

1. Underpositioning

Pengguna jasa tidak mengenal kekhususan program, merek, atau atribut yang dikomunikasikan oleh madrasah. Contohnya kurang tepat memperlihatkan keunggulan lembaga, terkadang keunggulan yang ditawarkan bukan hal yang istimewa bagi pengguna jasa. Sehingga tidak bisa mencapai sasaran yang tepat.

2. Overpositioning

Pengguna jasa pendidikan memiliki gambaran yang terlalu sempit mengenai suatu atribut jasa pendidikan. Contohnya pengguna jasa beranggapan bahwa nilai jual yang ditawarkan kurang terjangkau di semua kalangan.

3. Confused positioning

Pengguna jasa pendidikan tidak merasa pasti dengan citra produk jasa pendidikan, karena terlalu banyak janji yang diberikan atau penentuan posisi pasar jasa pendidikan yang terlalu sering berubah. Contohnya membuat pengguna jasa bingung dengan citra band yang terlalu banyak

4. Doubtful positioning

¹⁰² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 59.

Pengguna jasa pendidikan merasa ragu terhadap janji suatu program yang dimiliki seperti kemampuan, harga, dan manfaat jasa pendidikan. Contohnya lembaga pendidikan yang mengklaim madrasah nya memiliki kualitas yang paling bagus, biasanya malah akan diragukan oleh pengguna jasa pendidikan karena mereka takut hanya termasak promosi janji-janji manis saja. Dengan adanya strategi positioning ini menjadi kekuatan bagi lembaga yang bisa memudahkan pengguna jasa untuk lebih selektif dalam memilih lembaga pendidikan untuk anaknya sekolah.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember.

Segmentasi dengan menampilkan keunggulan kompetitif madrasah yang ditampilkan melalui brosur dimana madrasah memberikan 5 jaminan kompetensi yaitu: bisa membaca Al quran, mampu membaca kitab kuning, mampu bahasa arab dan inggris, berkarakter islami, tahfidzul quran (progran khusus). Menyediakan program layanan ekstrakulikuer 16 macam untuk mengembangkan minat dan bakatnya. Madrasah bekerjasama dengan primagama untuk pelaksanaan tes diagnostik guna melihat karakteristik kepribadian siswa yang mana hasil dari tes tersebut akan digunakan untuk memilih minat dan bakat yang cocok untuk siswa tersebut.

2. Targeting Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember.

Adapun targeting yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yaitu wajib mengamati potensi pertumbuhan pasar, sehingga bisa mengambil keputusan yang lebih baik terkait program lembaga dan harus didasarkan dengan keunggulan lembaga yang mana madrasah mempunyai program keunggulan PPM (pusat program mingguan yang terdiri dari debate, drama, pidato, *missing lyrics*).

3. Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember

Positioning yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 jember yakni melalui program intensif yang dilakukan setiap

Jadwal intensif tersebut ada amsilati, al-qur'an, bahasa arab, bahasa inggris. Madrasah juga menerapkan wajib berbahasa bilingual di lingkungan madrasah maupun diluar madrasah. Membentuk tim pemasaran khusus untuk menyukseskan proses pemasaran pendidikan. Madrasah juga memiliki keunikan tersendiri yang ditampilkan melalui seragam madrasah yang memiliki ciri khas tersendiri yang mencerminkan siswa berkarakter islami.

B. Saran

1. Bagi kepala Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember Kepala madrasah harus terus *update* membuat kebijakan tentang strategi pemasaran yang inovatif, dan unik. Sehingga pengguna jasa pendidikan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya ke madrasah tersebut.
2. Dewan Guru Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember Guru diharapkan untuk dapat memberikan performa terbaik dalam proses pembelajaran dan bisa melaksanakan kebijakan yang dibuat oleh kepala madrasah tentang strategi pemasaran agar visi misi madrasah bisa tercapai dengan baik.
3. Bagi Peneliti Peneliti berikutnya diharapkan supaya melakukan penelitian yang sama di tempat yang berbeda agar hasil peneliti bisa dibandingkan. Serta melakukan penelitian lebih lanjut dalam menggali teori tentang strategi pemasaran dalam memasarkan madrasah nya dan mengembangkan teori-teori yang ditulis pakar strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Robi'ul Afif Nurul. "Strategi Segmentasi, Targeting Dan positioning STP Lembaga Pendidikan Islam". *Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam* 2, no. 1 (Juni 2020): 23-42. <http://ejournal.kopertais4.or.id>.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018. 265.
- Atika, dan Imam Machali. "Segmentasi dan Positioning Jasa Pendidikan di MAN Yogyakarta III." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (November 2016): 153-168. <https://doi.org/10.14421/manageria.2016.12-01>.
- Diantoro, Fery. "Positioning Madrasah dalam Penguatan Pendidikan Karakter (Perspektif Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter)". *Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (Juni 2018). 105-127. <https://www.alhayat.or.id/index.php/alhayat/article/view/22>.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Ar-Rahim Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013. 87.
- Faizin, Imam. "Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan nilai jual madrasah". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 2 (Agustus 2017): 261-283. <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/15>.
- Fradito, Aditia, Suti'ah, dan Muliyadi. "Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah.". *Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (Desember 2020): 12-22. <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.
- Hasanah, Dian Uswatun, Ahmad Alfi, Imam Mujahid. "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta". *Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (Desember 2021): 72-88. <https://doi.org/10.21009/10.21009/Improvement.081.08>.
- Iqbal, Muhammad. "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (Mei 2019): 127-146. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.
- Kartajaya, Hermawan. *On Positioning Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004. 11.
- Kartajaya, Hermawan. *On Targeting Seri 9 Elemen Marketing*. Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006. 16.

- Kartajaya, Hermawan. *On Differentiation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004. 15.
- Kartajaya, Hermawan. *On Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2016. 7.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi-13*. Jakarta: Erlangga, 2008. 5.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga, 2008. 59.
- Khasanah, Afidatun. "Pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden." *El-Tarbawi* 8, no. 2 (Juni 2015): 161-176. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.
- Nurawani, Aris. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (April 2021): 52-73. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.41>.
- Purnomo, Andri Cahyo. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran". *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 1, no. 2 (Mei 2022): 130-137. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129.31.05.22>.
- Raya, Moch Khafidz Fuad. "Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan)". *Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (Maret 2016): 21-52. <https://doi.org/10.36835/falasifa.v7i1.2>.
- Sarifudin dan Rahendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (Juli 2019): 133-151. <http://dx.doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. pasal 3.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran konsep Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014. 87.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019. 315.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014. 72.
- Suparso. *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press, 2021. 240.

- Sofia, Nila Nur, Umi Arifah, Sudadi. "Segmentasi Pemasaran Pendidikan di Era 4.0 di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 4 Kebumen". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2019): 21-30. <https://doi.org/10.33507/an-nidzam.v6i2.338>.
- Syukur, Hayi Abdus, dan Ni'matul Maula. "Segmentasi dan Positioning Promosi Madrasah Tsanawiyah At Taqwa Bondowoso dalam Konteks Persaingan antar Lembaga Pendidikan". *Jurnal Manajemen Pendidikan* 1, no. 2 (2021): 57-79. <http://ejournal.stitta.ac.id/index.php/attahsin/article/view/30>.
- Turmuzi, Imam S. "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)". *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* 2, no. 2 (November 2017): 188-196. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/358>.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016. 21.
- Salim dan Syahrur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012. 119.
- Zayyin, Saifuddin, dan Hinggil Permana. "Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Perspektif Islam Di MA Al-Ahliyah Cikampek Karawang". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 1 (Juli 2021): 75-86. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/El-idare/article/view/9231>.



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

Lampiran I

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Uliya Rohmah Handayani

Nim : T20183043

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsurunsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 4 Desember 2022

Saya



Uliya Rohmah Handayani

T20183043

Lampiran II

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Segmentasi, Targeting, dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember	a. Segmentasi	a. Strategi Segmentasi	1) Menampilkan keunggulan kompetitif lembaga, 2) Mendapatkan <i>insight</i> 3) Mempersiapkan langkah-langkah berikutnya 4) Memandang dari sisi unik.	Data Primer informan Wawancara a. Kepala Madrasah b. Waka Kurikulum c. Waka Humas d. Ketua Yayasan Operator Madrasah Data Sekunder	1) Pendekatan penelitian Kualitatif 2) Jenis Penelitian Deskriptif 3) Lokasi Penelitian : MTs Unggulan Al-qodiri 1 Jember 4) Subyek Penelitian 5) Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi	1) Bagaimana Segmentasi Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember? 2) Bagaimana Targeting Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember? 3) Bagaimana Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember?
	b. Targeting	b. Strategi Targeting	1) Memberikan keyakinan 2) Mengamati potensi pertumbuhan pasar 3) Didadarkan keunggulan lembaga	a. Observasi b. Dokumentasi	6) Metode Analisa Data: Analisis Deskriptif	

	c. Positioning	c. Strategi Positioning	<p>4) Memberikan kesesuaian</p> <p>1) Memberikan keyakinan</p> <p>2) Memberikan keunggulan</p> <p>3) Memberikan keunikan</p> <p>4) Berkelanjutan dan relevan.</p>		7) Uji Keabsahan Data: Triangulasi Sumber dan Teknik	
--	----------------	-------------------------	---	--	---	--

Lampiran III

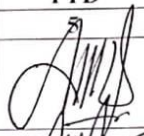







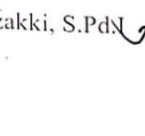
PEDOMAN PENELITIAN

No	Observasi	Wawancara	Dokumentasi
1	Fokus 1	Fokus 2	Fokus 3
	<ul style="list-style-type: none"> a. Sementasi sesuai keunggulan b. Segmentasi mendapatkan insight c. Segmentasi untuk mempersiapkan langkah berikutnya d. Segmentasi dari sisi unik 	<ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana proses segmentasi di MTs? b. Bagaimana cara madrasah memenangkan pesaing? 	<ul style="list-style-type: none"> a. Brosur b. Kegiatan Ekstrakurikuler
2	<ul style="list-style-type: none"> a. Targeting keyakinan b. Targeting mengamati potensi pasar c. Targeting didasarkan keunggulan d. Targeting disesuaikan persaingan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana Targeting di MTs unggulan Al-qodiri? b. Apa saja target yang ditentukan madrasah? c. Bagaimana cara mengimplementasikan proses <i>targeting</i>? 	<ul style="list-style-type: none"> a. Program Debate b. Program Pidato c. Program Drama d. Program Missing lyrics e. Data Hafal Al-quran f. Konten Promosi
3	<ul style="list-style-type: none"> a. Positioning dengan keyakinan b. Positioning dengan keunggulan c. Positioning dengan keunikan d. Positioning berkelanjutan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana cara menguasai benak pengguna jasa? b. Apa saja program keunggulan yang dimiliki? c. Apa saja ciri khusus yang dimiliki madrasah? 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kegiatan Program Intensif b. Seragam Madrasah c. Ruang Kelas d. Data Anggota PPDB e. Kegiatan SEA Competition f. Ruang Kepala Madrasah g. Logo Madrasah h. Kegiatan Pekan Berbahasa

Lampiran IV

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI MADRASAH TSANAWIYAH UNGGULAN AL QODIRI 1 JEMBER

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Nama Informan	TTD
1	2	3	4	
1	22 Agustus 2022	Permohonan izin penelitian di MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Siti Fatkhiah Ana Jakhah, S.Pd.	
2	25 Agustus 2022	Meminta Data di MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Siti Fatkhiah Ana Jakhah, S.Pd.	
3	30 Agustus 2022	Wawancara dengan kepala madrasah MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Hj. Ilimi Mufidah Muzakki, S.Pd.I	
4	31 Agustus 2022	Wawancara dengan waka kurikulum MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Eko Mulyadi, S.Pd.I, M.Pd.	
5	31 Agustus 2022	Wawancara dengan administrasi umum/ Operator PPDB MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Siti Fatkhiah Ana Jakhah, S.Pd.	
6	6 September 2022	Meminta data siswa dan wawancara dengan ketua Kemenpora MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Riski Ramadhan	
7	14 September 2022	Wawancara dengan ketua PPDB MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Muhammad Muklis, S.Pd.I.	
8	19 September 2022	Wawancara dengan Seksi Advertaising MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Faurul Anas, S.Pd.I.	
9	20 September 2022	Meminta data siswa dan wawancara dengan ketua Kemkominfo MTs Unggulan Al Qodiri 1 Jember	Ahmad Ridwan Safarudin, S.Pd.	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 22 September 2022
Kepala Madrasah

Hj. Ilimi Mufidah Muzakki, S.Pd.I



Lampiran V



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

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

Nomor : B-4261/In.20/3.a/PP.009/08/2022

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al Qodiri 1 Jember
Jalan Manggar No 139 A Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.

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

NIM : T20183043
Nama : ULIYA ROHMAH HANDAYANI
Semester : Semester sembilan
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai; Segmentasi, Targeting, dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al Qodiri 1 Jember; selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Ibu Ny. Hj. Ilmi Mufidah Muzakki, S.Pd.I

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 22 Agustus 2022

Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



MASHUDI

Lampiran VI



YAYASAN AL-QODIRI JEMBER
MADRASAH TSANAWIYAH AL-QODIRI I
Jalan Manggar Nomor. 139 A Gebang-Patrang-Jember 68117
Telepon 0331-4430806
E-mail : mts.alqodiri1jbr@gmail.com

Nomor : 0278/Mts.13.32.555/PP.00.5/09/2022 22 September 2022
Perihal : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini:

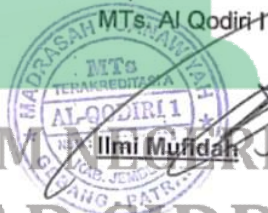
Nama : Hj. Ilimi Mufidah, S.Pd.I
Jabatan : Kepala MTs Al Qodiri I Jember

Menerangkan bahwa :

Nama : ULIYA ROHMAH HANDAYANI
NIM : T20183043
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian : Segmentasi, Targeting, dan Positioning Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al Qodiri I Jember

benar-benar telah melakukan penelitian di lembaga kami sejak 22 Agustus sampai 22 September 2022
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kepala
MTs Al Qodiri I Jember



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lampiran VII

DOKUMENTASI



Kegiatan Perkenalan Siswa Baru



Kegiatan LDK



Panggung Gembira



General Election



Pos Satpam



Perpustakaan

Tabel 4.6
Daftar Prestasi siswa tahun 2021/2022

No	Juara	Tingkat	Nama
1	2	3	4
1	Juara 3	KSM IPS Terintegrasi Tingkat Kabupaten Jember Tahun 2021	Nuril Khoiriyah
2	Juara Harapan 1	KSM Matematika Terintegrasi Tingkat Kabupaten Jember Tahun 2021	Nelza Miftahul Jannah
3	Juara 1	Pidato Bahasa Arab Tingkat Kabupaten Pada Event RBMJ Tahun 2021	M Izaz Fillah
4	Juara 3	Pidato Bahasa Inggris Tingkat Kabupaten Pada Event RBMJ Tahun 2021	Nurfaisal Hasanah
5	Juara 1	Olimpiade Bahasa Inggris Tingkat Kabupaten Pada Event RBMJ Tahun 2021	Adinda Reyna
6	Juara 1	Pidato Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada MOSAIC MAN 1 JEMBER Tahun 2022	M Izaz Fillah
7	Mendali Emas	Olimpiade Matematika Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Belqis Rifdatus Sabila
8	Mendali Emas	Olimpiade IPA Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Muhammad Afif Kamal
9	Mendali Perunggu	Olimpiade IPA Tingkat Nasional Pada Event Smart Teens Tahun 2022	Muhammad Afif Kamal
10	Mendali Perunggu	Olimpiade Matematika Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Nelza Miftahul Jannah
11	Juara Terbaik 6	Senam Lantai Team Jember	Mohammad Khoerul Hasan
12	Mendali Emas	Olimpiade IPA Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Devi Putri Oktavia
13	Mendali Emas	Olimpiade IPA Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Savila Febi
14	Mendali Perak	Olimpiade IPA Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Andika Darmadi
15	Mendali Perak	Olimpiade IPS Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Nuril Khoiriyah
16	Mendali Perak	Olimpiade IPS Tingkat Nasional Pada Event OSSI Tahun 2022	Marta Maulidiya Hanafi

1	2	3	4
17	Mendali Perunggu	Olimpiade Bahasa Inggris Tingkat Nasional Pada Event OSSSI Tahun 2022	Husnul Khotimah
18	Juara 3	Pidato Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event MBI Big Fair Tahun 2022	M. Izaaz Fillah Islami P
19	Juara 2	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	Abdullah Kamal Syah
20	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	M Hamdani Ibrahim
21	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	Ameylia Zahra
22	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	Belqis Rifdatus Sabila
23	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Inggris Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	Adindha Rayna Alesha
24	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Inggris Tingkat Nasional Pada Event Prisma Language Competition Tahun 2022	Nurfaisatul Hasanah
25	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Islamic Competition Tahun 2022	Anisatus Surur
26	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Islamic Competition Tahun 2023	Muhammad Syukron Zidni
27	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Prisma Islamic Competition Tahun 2024	Achmad Rihamul Fajri
28	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	M. Hamdani
29	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Safira Salsabila
30	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Abdullah Kamal
31	Mendali Emas	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Belqis Rifdatul Sabila

1	2	3	4
32	Mendali Emas	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Andika Ramadhani
33	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Nelza Miftahul Jannah
34	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Syifa Nur laili
35	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Adindha Rayna
36	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Nurfaisatul Hasanah
37	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Syifa Inayatur Rohmah
38	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Fadira Aura
39	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Ameliya Zahra
40	Mendali Perak	Olimpiade PAI Tingkat Nasional Pada Event Obsesi VI Tahun 2022	Siti Aisyah Zahra
41	Mendali Perak	Olimpiade Bahasa Arab Tingkat Nasional pada Ajang Juara Cup 5 Tahun 2022	Anisatus Surur
42	Juara II	Event PORDASI CUP Lomba Panahan Se-Jawa Timur Tingkat SLTP sederajat	Putra Bahij



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

Brosur Madrasah Tsanawiyah Unggulan Al-qodiri 1 Jember



MTs Unggulan Al-Qodiri 1 Jember

BUKU PANDUAN

PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU TAHUN PELAJARAN 2022/2023

A. PROFIL MADRASAH

1. Legalitas Lembaga

- Berdiri sejak tahun 1989.
- SK Ijin Operasional Madrasah (pembaruan) nomor : MTs/09.0093/2016.
- NSM (Nomor Statistik Madrasah) : 121235090093
- NPSN (Nomor Pokok Sekolah Nasional) : 20581537
- NUS (Nomor Urut Sekolah) : 555
- Sertifikat akreditasi BAN-S/IM No : 1334/BAN-SM/SK/2020, dengan predikat Terakreditasi A



2. Falsafah Madrasah

- Al Qodiri ada, sebab yaa ahamarohimin
- Al Qodiri tempat ibadah
- Al Qodiri tempat mencari ilmu
- Al Qodiri tempat riadloh
- Al Qodiri tempat memulihkan agama Allah SWT.

3. Visi

MENCETAK KADER-KADER ISLAMI, BERILMU PENGETAHUAN, CINTA LINGKUNGAN DAN BERJUWA PESANTREN

4. Misi

- Mengaktualisasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- Menyelenggarakan Pendidikan Full Day School (FDS)
- Pelaksanaan pembelajaran berbasis IT
- Pemaksimalan program Adiwiyata Madrasah
- Optimalisasi kompetensi Program Unggulan berupa penguasaan Bahasa Arab, Bahasa Inggris, Tartilul Qur'an, Tahfidzul Qur'an serta Penguasaan Membaca Kitab Kuning
- Membangun dan mengembangkan sistem keorganisasian yang berdaya guna untuk pengkaderan yang berkelanjutan

5. Tujuan

Menghasilkan output pendidikan yang memiliki karakter Islami dan muatan ilmu agama yang berdasarkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Serta memiliki semangat dakwah dalam mengembangkan Islam di masyarakat.

Menghasilkan output pendidikan yang berprestasi, berkualitas, peduli lingkungan dan tangguh dalam menghadapi arus globalisasi dengan bekal penguasaan bahasa dan ilmu pengetahuan serta teknologi yang memadai dan berdaya guna di masyarakat.

6. Orientasi Pendidikan

Orientasi Pendidikan di lembaga kami mencakup 3 hal yaitu Keislaman, Keilmuan dan Kemasyarakatan.

7. Nilai-Nilai Pendidikan

Nilai-nilai pendidikan mencakup 5 hal diantaranya:

- Nilai Kedisiplinan
- Nilai Keikhlasan
- Nilai kemandirian
- Nilai Kesederhanaan
- Nilai Ukhuwah Islamiyah

8. Metode Pendidikan

Metode Pendidikan mencakup 5 hal diantaranya:

- Keteladanan
- Pengarahan dan Bimbingan
- Pembiasaan dan Pelatihan
- Penciptan Lingkungan
- Perugasan

9. Jaminan Kompetensi

5 kompetensi yang kami tawarkan untuk putra putri anda diantaranya adalah:

- Fasih membaca Al Qur'an
- Mampu membaca kitab kuning
- Bilingual (bahasa arab dan inggris) 24 jam
- Berkarakter Islami
- Tahfidzul Qur'an (rumah tahfidz)



B. SARANA PRASARANA MADRASAH

1. Madrasah Building	10. Counseling's Room	19. Wudhu Facilities
2. Female Hostel	11. Teacher's Room	20. Shady Garden
3. Male Hostel	12. Library	21. Canteen
4. Treasurer's Room	13. Science Laboratory	22. Gazebo
5. Headmaster's Room	14. Digital Laboratory	23. Field
6. Secretary's Room	15. School Shop	24. Face Detector
7. Living Room	16. Lobby	25. CCTV
8. Administration's Room	17. Green House	26. Girls Bathroom
9. Class Room	18. Family Medical Plants	27. Boys Bathroom



C. KETENTUAN PAKAIAN PESERTA DIDIK



1. Pakaian Putra

- Seragam madrasah masing-masing hari maksimal 2 stel.
- Seragam sholat (baju taqwa) berjamaah ke masjid maksimal 4 pcs, warna putih (bila kombinasi/variasi tidak merubah warna dasar baju).
- Sarung maksimal 5 pcs.
- Baju dan celana harian model sport :
 - Lengan panjang/pendek
 - Tanpa krah dan tulisan, kecuali tulisan merk.
 - Maksimal 4 stel (2 stel bawa dari rumah; 2 stel beli di koperasi madrasah).
- Baju harian model hem :
 - Lengan panjang
 - Warna polos
 - Maksimal 2 pcs
 - Jaket maksimal 2 pcs.
- Sajadah maksimal 2 pcs dengan ukuran lebar 55 cm sampai dengan 60 cm.
- Celana tidur (pendek atau ¾) maksimal 2 pcs.
- Kopiah nasional warna hitam polos maks 2 pcs dan songkok warna putih polos 2 pcs.

2. Pakaian Putri

- Seragam madrasah masing-masing hari maksimal 2 stel.
- Pakaian harian (atasan bawahan atau jubah) maksimal 5 stel.
- Pakaian suci untuk sholat maksimal 2 stel.
- Mukena maksimal 2 stel.
- Pakaian tidur maksimal 2 stel.
- Jaket maksimal 1 pcs.
- Rok dalam/celana legging dalam, wajib panjang.
- Sajadah maksimal 2 pcs dengan ukuran lebar 55 cm sampai dengan 60 cm.
- Jumlah jilbab menyesuaikan dengan jumlah stel baju.
- Ukuran jilbab :
 - Batas samping minimal menutup siku bawah
 - Batas depan dan belakang minimal sebatas pusar dan pinggang.
 - Jilbab seragam madrasah wajib syar'i berlogo.
- Jenis kain dari modal baju harus menutup aurat.

D. KETENTUAN PERLENGKAPAN HARIAN PESERTA DIDIK

1. Perlengkapan pribadi harian :

- Perlengkapan mandi (gayung, timba, handuk, sikat gigi+pasta gigi, sabun, sampo, deterjen/ sabun cuci dan lain-lain yang dianggap perlu)
- Sepatu madrasah dengan warna dasar hitam atau didominasi warna hitam
- Tas madrasah (tas punggung)
- Pakaian dalam seokupnya
- Legging (khusus putri) jumlah tidak ditentukan
- Celana tidur ¼ (khusus putra)
- Kasur lantai yang bisa dilipat (khusus putri)

Note :

Diluar perlengkapan yang telah ditentukan tersebut diatas tidak diperkenankan.

E. KETENTUAN BENDA TERLARANG BAGI PESERTA DIDIK

- Peserta didik dilarang membawa HP dan benda elektronik lainnya serta kendaraan bermotor saat berada di Madrasah/Pesantren kecuali beberapa jenis benda elektronik tertentu (ketentuan berlaku)
- HP dan benda elektronik terlarang akan disita dan menjadi hak milik madrasah, untuk kepentingan kegiatan pendidikan dan pembelajaran.
- Kendaraan bermotor akan disita sementara dan diserahkan kembali kepada orang tua.
- Rokok dan obat-obatan terlarang akan disita dan dimusnahkan.
- Buku-buku bacaan yang tidak bermutu Pendidikan (kermik, novel dan sejenisnya), disita dan diserahkan kepada perpustakaan atau dimusnahkan.
- Pakaian yang tidak sesuai ketentuan Madrasah, akan disita dan diserahkan kembali kepada orang tua
- Sebelum berlakunya ketentuan ini akan diadakan peringatan dan sosialisasi kepada peserta didik dan wali murid, melalui lisan dan atau surat tertulis.

F. ALUR PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU



Note:

Pendaftaran bisa mengisi formulir online via link berikut :
<https://bit.ly/PPDBSENTRALALQODIRI>

G. JADWAL KEGIATAN PESERTA DIDIK BARU

No	Tanggal	Waktu	Kegiatan
1.	2 Juli 2022	23.00 WIB	Pendaftaran terakhir
2.	3 Juli 2022	08.00 WIB - selesai	Daftar Ulang (pengumpulan berkas peserta didik baru dan pelunasan Biaya Pendidikan)
3.	4 – 9 Juli 2022	07.00 - 16.30 WIB	Pekan Perkenalan (rincian jadwal menyusul)
4.	10 Juli 2022	09.00 WIB - selesai	Orientasi wali murid dan pembagian kelas peserta didik baru bertempat di aula Madrasah
5.	11 Juli 2022	07.00 - 16.30 WIB	Awal KBM (dibuka dengan upacara bendera, dll.)

Buku Panduan Peserta Didik Baru 2022/2023
 MTs Unggulan Al-Qodiri Jember 8

H. ADMINISTRASI PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU

1. Syarat Berkas Peserta Didik Baru

NO	BERKAS	KETERANGAN
1.	Mengisi Formulir PPDB	Online
2.	Menyerahkan ijazah SD/MI	Asli
3.	Menyerahkan SKHU SD/MI	Asli
4.	Menyerahkan fotokopi Ijazah SD/MI yang dilegalisir	3 lembar
5.	Menyerahkan fotokopi SKHU SD/MI yang dilegalisir	3 lembar
6.	Menyerahkan NISN (Nomor Induk Siswa Nasional)	Dari SD/MI
7.	Menyerahkan fotokopi KK (Kartu Keluarga)	1 lembar
8.	Menyerahkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk) Orangtua	1 lembar
9.	Menyerahkan fotokopi KIP/PKH	Bagi yang memiliki
10.	Menyelesaikan daftar ulang	Bendahara Madrasah

2. Biaya Pendidikan Peserta Didik Baru

a. Daftar Ulang Peserta Didik Muqim Pesantren

NO	RINCIAN BIAYA	BIAYA		KETERANGAN
		PUTRA	PUTRI	
1.	Jaryah dan Perawatan Gedung	Rp 500.000	Rp 500.000	1 Tahun Pelajaran
2.	SPP Pesantren, Infaq Yayasan, Program Unggulan, & Kos Makan	Rp 480.000	Rp 340.000	Bulan Juli 2022
JUMLAH :		Rp 980.000	Rp 840.000	

b. Daftar Ulang Peserta Didik Non Muqim Pesantren

NO	RINCIAN BIAYA	BIAYA		KETERANGAN
		PUTRA	PUTRI	
1.	Jaryah dan Perawatan Gedung	Rp 500.000	Rp 500.000	1 Tahun Pelajaran
2.	Infaq Yayasan	Rp 80.000	Rp 80.000	Bulan Juli 2022
JUMLAH :		Rp 580.000	Rp 580.000	

MTs Unggulan Al-Qodiri Jember
 Buku Panduan Pendaftaran Peserta Didik Baru 2022/2023 9

I. PERLENGKAPAN PEMBELAJARAN PESERTA DIDIK

c. Perlengkapan Peserta Didik Muqim Pesantren

NO	RINCIAN	BIAYA	
		PUTRA	PUTRI
1.	Seragam Beserta Atributnya	Rp 771.500	Rp 635.500
2.	Buku dan Kilab Pembelajaran	Rp 633.500	Rp 604.500
JUMLAH :		Rp 1.405.000	Rp 1.240.000

d. Perlengkapan Peserta Didik Non Muqim Pesantren

NO	RINCIAN	BIAYA	
		PUTRA	PUTRI
1.	Seragam Beserta Atributnya	Rp 473.000	Rp 582.000
2.	Buku dan Kilab Pembelajaran	Rp 242.000	Rp 242.000
JUMLAH :		Rp 715.000	Rp 824.000

Note:

- Perlengkapan siswa bisa diperoleh dengan sistem beli secara cash/transfer
- Perlengkapan peserta didik yang bersifat umum bisa didapatkan di tempat lain, bagi barang produksi Madrasah hanya disediakan di koperasi MTs Unggulan Al-Qodiri Jember
- Pembayaran perlengkapan bisa dilakukan via cash atau transfer ke Rek BRI No. 0872-0105-0925-534 a.n ADE YUANITA TAUFANI
- Setelah melakukan transfer, mohon mengirimkan foto bukti transfer dengan menyebutkan nama dan alamat peserta didik ke Ibu Ade Yunita Taufani, S.Pd. di No. WA 082335519900

d. Pendaftaran Pondok Pesantren

RINCIAN BIAYA	BIAYA	
	PUTRA	PUTRI
Biaya Pendaftaran Pondok Pesantren	Rp 770.000	Rp 660.000

Note:

Pendaftaran Pesantren dilaksanakan di kantor pengurus pondok pesantren atau bisa menghubungi contact person sebagai berikut :

- Pondok Putra** : Ust. Sholehuddin, S.Pd (0852 3021 8247)
Pondok Putri : Kantor (0821 3915 5683)

MTs Unggulan Al-Qodiri Jember
 Buku Panduan Pendaftaran Peserta Didik Baru 2022/2023 10

A. KELENGKAPAN SERAGAM

NO	RINCIAN	KETERANGAN			
		PUTRA	PUTRI	MUQIM PESANTREN	NON MUQIM PESANTREN
1.	Almaramer (1 stel)	√	√	√	√
2.	Romp (1 pc)	√	√	√	√
3.	Bed dan Lokasi (2 pasang)	√	√	√	√
4.	Kaos OR (1 stel)	√	√	√	√
5.	Kerudung (3 pcs)	√	√	√	√
6.	Kat pinggang (1 pc)	√	√	√	√
7.	Nome tag (1 pc)	√	√	√	√
8.	Dasi (1 pc)	√	√	√	√
9.	Kaos Kaki (2 pcs Hitam dan Putih)	√	√	√	√
10.	Kaos harian pondok (2 stel)	√	√	√	√
11.	Kantong Sampah (1 pc)	√	√	√	√
12.	Kelengkapan Pramuka :			√	
	a. Hasduk (1 pc)	√	√	√	√
	b. Lili, Tunas Jember, Jatim Gudup (1 pc)	√	√	√	√
	d. Tongkat dan tali 5 m (1 pc)	√	√	√	√
	e. Kolong rotan (1 pc)	√	√	√	√
	f. Buku Saku Penggalang (1 pc)	√	√	√	√
	g. Baret dan Talop (masing-masing 1 pc)	√	√	√	√
	h. Topi Bani (1 pc)	√	√	√	√

B. BUKU-BUKU

NO	RINCIAN	KETERANGAN			
		PUTRA	PUTRI	MUQIM PESANTREN	NON MUQIM PESANTREN
1.	Majmu' Al-Qodiri (1 pc)	√	√	√	√
2.	Buku Tabungan (1 pc saldo 10rb)	√	√	√	√
3.	Buku Literasi (1 pc)	√	√	√	√
4.	Buku Tulis MTs Al-Qodiri (2 pcs)	√	√	√	√
5.	Modul (15 mapel)	√	√	√	√
6.	Buku Tiwasil (1 pc)	√	√	√	√
7.	Daily Book (5 pc)	√	√	√	√
8.	Kamus Al-Munawwir (1 pc)	√	√	√	√
9.	Kamus Indonesia-Inggris (1 pc)	√	√	√	√
10.	Note book (1 pc) 1/2 pc	√	√	√	√
11.	Buku Saku Jujur (1 pc)	√	√	√	√
12.	Buku Gambar A3 (1 pc)	√	√	√	√
13.	Nashid/Isbad (1 pc)	√	√	√	√
14.	Sulam Taufiq (1 pc)	√	√	√	√
15.	Ta'lim Muta'alin (1 pc)	√	√	√	√
16.	Muhawarah Jilid 1 - 2 (2 pcs)	√	√	√	√
17.	Qoidah (1 pc)	√	√	√	√
18.	Khulasoh (1 pc)	√	√	√	√
19.	Amsallati Jilid 1-5 (5 pcs)	√	√	√	√
20.	Talimnah Jilid 1-2 (2 pcs)	√	√	√	√
21.	Buku Haid Putri (1 pc)	√	√	√	√

MTs Unggulan Al-Qodiri Jember
 Buku Panduan Pendaftaran Peserta Didik Baru 2022/2023 11



A. Data Penulis

Nama : Uliya Rohmah Handayani

Nim : T20183043

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tgl.lahir : Jember, 29 Agustus 1999

Agama : Islam

No. Hp : 085748314429

Email : uliarohma283@gmail.com

B. Riwayat Hidup

1. TK Perwanida 10 2004-2006
2. SDN Wringinagung 1 Jombang 2006-2012
3. SMPN 4 Tanggul 2012-2015
4. MA Al-qodiri Jember 2015-2018