

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU
DI MADRASAH ALIYAH BUSTANUL ULUM BULUGADING
BANGSALSARI JEMBER**

SKRIPSI



Oleh :

Hafifatus Sariyah

NIM : T20183064

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

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

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU
DI MADRASAH ALIYAH BUSTANUL ULUM BULUGADING
BANGSALSARI JEMBER**

SKRIPSI

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



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

Oleh :

Hafifatus Sariyah

NIM : T20183064

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

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU
DI MADRASAH ALIYAH BUSTANUL ULUM BULUGADING
BANGSALSARI JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

Haffatus Sariyah

NIM : T20183064

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ



NURUDDIN, M.Pd.I
NIP. 197903042007101002

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU DI MA
BUSTANUL ULUM BULUGADING BANGSALSARI
JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari : Kamis

Tanggal : 17 November 2022

Tim Penguji

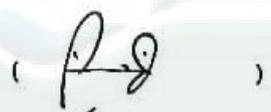

Ketua
Zeiburhanus Saleh, S.S. M.Pd.
NIP. 198008162009011012


Sekretaris
Dwi Khoiron Nisa'
NIP. 199101152019032012

Anggota:

1. Dr. Rifan Humaidi, M.Pd.I

2. Nuruddin, M.Pd.I

Menyetujui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan


Prof. Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I
NIP. 19640511 199903 2 001

MOTTO

“Sesungguhnya para pedagang (pengusaha) akan dibangkitkan pada hari kiamat sebagai para penjahat kecuali pedagang yang bertaqwa kepada Allah, dan berbuat baik dan jujur” (HR. Tirmidzi)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah atas kehadiran-Mu ya Allah untuk dapat menyelesaikan masa studi di IAIN Jember yang mana sekarang udah menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang sudah mengajarku tentang makna hidup serta kedewasaan dalam lika-liku kehidupan yang penuh makna agar lebih berarti:

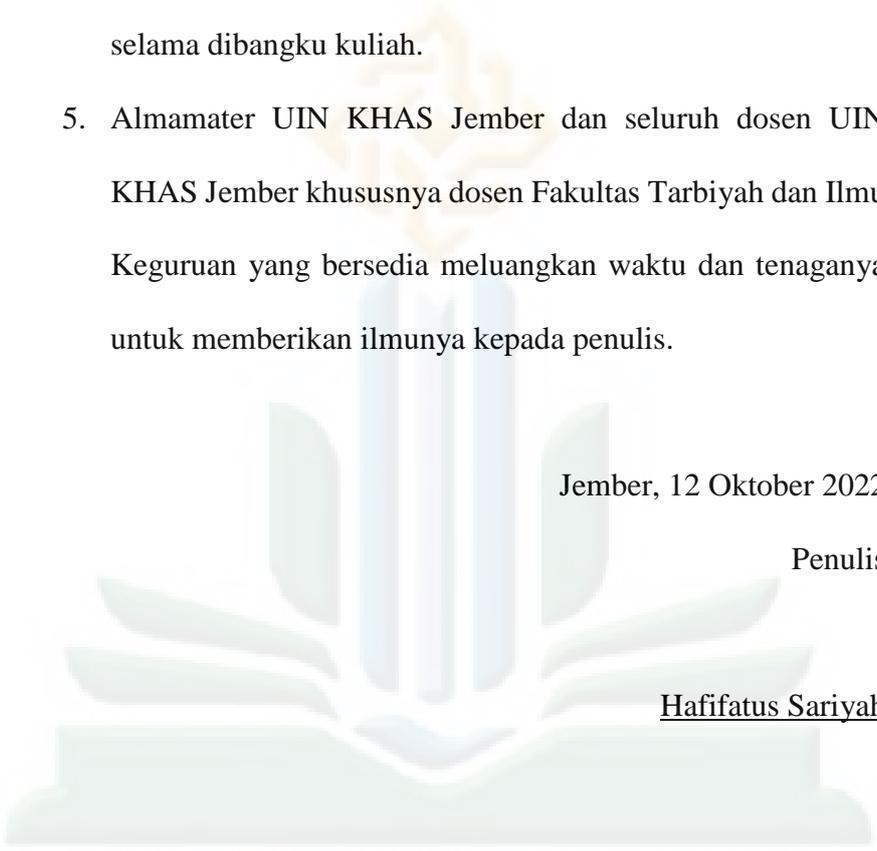
1. Kepada orang tua saya yang sangat amat saya cintai, kepada Bapak Moch. Hasyim Firmansyah yang meskipun sudah meninggalkan saya selama-lamanya dan Ibu Juma'ani, yang telah memberi segalanya kepada saya baik cinta, kasih sayang, dan yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan doa yang tulus serta rela bekerja keras demi kesuksesan anaknya, terimakasih banyak atas segala pengorbanannya, yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis, semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan kalian, amin.
2. Kepada suami dan anak saya tercinta Adittiya Nurahman dan Maharani Zea Adzkiya yang telah banyak memberikan bantuan kepada saya baik support, doa dan nasehatnya juga untuk anak saya yang membuat saya semangat menyelesaikan skripsi ini.

3. Kepada sahabat saya, Mariyatul Kiptiyah yang sudah banyak membantu saya dan memberikan dukungan.
4. Teman-teman dan sahabat MPI C2 angkatan 2018 terimakasih atas segala warna yang telah kalian berikan selama dibangku kuliah.
5. Almamater UIN KHAS Jember dan seluruh dosen UIN KHAS Jember khususnya dosen Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.

Jember, 12 Oktober 2022

Penulis

Hafifatus Sariyah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilaalamin. Segala puji dan syukur penulis ucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga Allah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya menuju kesuksesan dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa rasa bangga dan kebahagiaan yang telah tercapai ini tidak lepas dari adanya dukungan dan kerjasama banyak pihak. Oleh karenanya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan baik materi maupun non materi kepada penulis untuk kelancaran dalam penulisan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan atas doa-doa, semangat, motivasi dari pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM., selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I., selaku Dosen Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang senantiasa memberikan motivasi.
3. Ketua Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa, Dr. Rif'an Humaidi, M.Pd.I
4. Bapak Dr. H. Moh. Anwar, S.Pd.,M.Pd., selaku ketua Program Studi

Manajemen Pendidikan Islam yang senantiasa memberikan semangat dan arahan.

5. Bapak Nuruddin, M.Pd.I., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa selalu memberikan doa, motivasi, semangat, bimbingan serta dukungan dan memberikan kemudahan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Shohib, S.Pd.I., selaku Kepala Sekolah MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember yang turut memberikan doa dan semangatnya, serta kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempat.
7. Kedua Orang Tua dan Suami tersayang penulis yang senantiasa dan tidak pernah putus mendoakan, memberikansesemangat, motivasi dan dukungan untuk penulis.
8. Serta semua pihak yang secara tidak langsung telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih, semoga segala bentuk bantuan, dukungan dan partisipasi yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT. Aamiin. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua, khususnya bermanfaat bagi diri penulis. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan.

Jember, 12 Oktober 2022

Penulis

Hafifatus Sariyah

ABSTRAK

Hafifatus Sariyah, Nuruddin, M.Pd.I, 2022: *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.*

Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menyediakan apa yang mereka butuhkan dan secara bebas menukar produk dan jasa yang berharga dengan orang lain. pemasaran jasa pendidikan adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk atau jasa pendidikan sesuai dengan pelanggan jasa pendidikan dan dengan demikian menjual diri. Oleh karena itu, komersialisasi layanan pendidikan harus membawa pelanggan layanan pendidikan siap untuk membeli dan oleh karena itu yang diperlukan adalah penyediaan produk pendidikan atau layanan pendidikan.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember? 2) Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember? 3) Bagaimana evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember. 2) Untuk mendeskripsikan pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember. 3) Untuk mendeskripsikan evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan jenis penelitian deskriptif. Data penelitian diambil melalui kegiatan wawancara dengan kepala sekolah, penelitian ini juga dilengkapi dengan data-data pendukung berupa observasi lapangan dan dokumentasi foto maupun dokumentasi fisik. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman yaitu reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

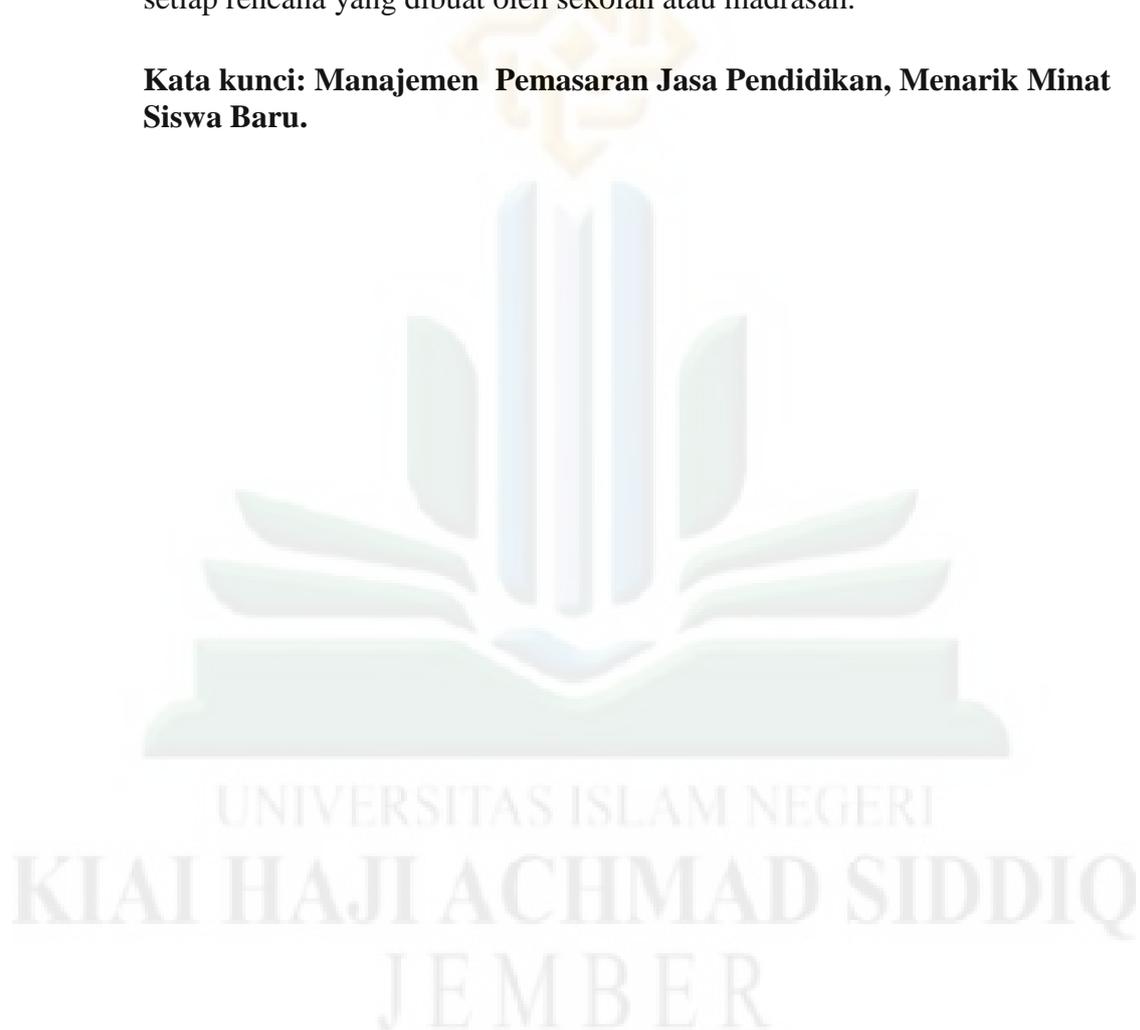
Dari hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan, yakni: Perencanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan adanya aktivitas perencanaan pemasaran jasa pendidikan dalam rapat yang diadakan di MA Bustanul Ulum yang melibatkan guru, kepala sekolah, komite sekolah, humas, staff dan juga wali kelas dalam hal menarik minat siswa baru untuk bersekolah di MA Bustanul Ulum tersebut sudah dikembangkan menjadi rencana tertulis dan terperinci dalam program promosi sekolah atau dalam memasarkan madrasah tersebut.

Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sudah terorganisir dengan baik oleh para personil

yang diberikan tugas dan tanggung jawab dalam pemasaran jasa pendidikan seperti periklanan dengan menggunakan brosur, spanduk, pamphlet dan promosi menggunkan mulut ke mulut juga melalui pembuatan media sosial untuk memperlihatkan semua kegiatan yang ada dimadrasah MA Bustanul Ulum.

Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, evaluasi ini telah dilakukan oleh pihak sekolah dan direncanakan serta dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Yang terpenting dalam memasarkan madrasah ini adalah bagaimana MA Bustanul Ulum dapat terus memiliki citra baik di masyarakat sekitar maupun di luar. Pada tahap evaluasi ini, kami mengukur keberhasilan setiap rencana yang dibuat oleh sekolah atau madrasah.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, Menarik Minat Siswa Baru.



DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL

.....

i

HALAMAN

PERSETUJUAN

.....

ii

HALAMAN

PENGESAHAN

.....

iii

MOTTO

.....

iv

PERSEMBAHAN

.....

v

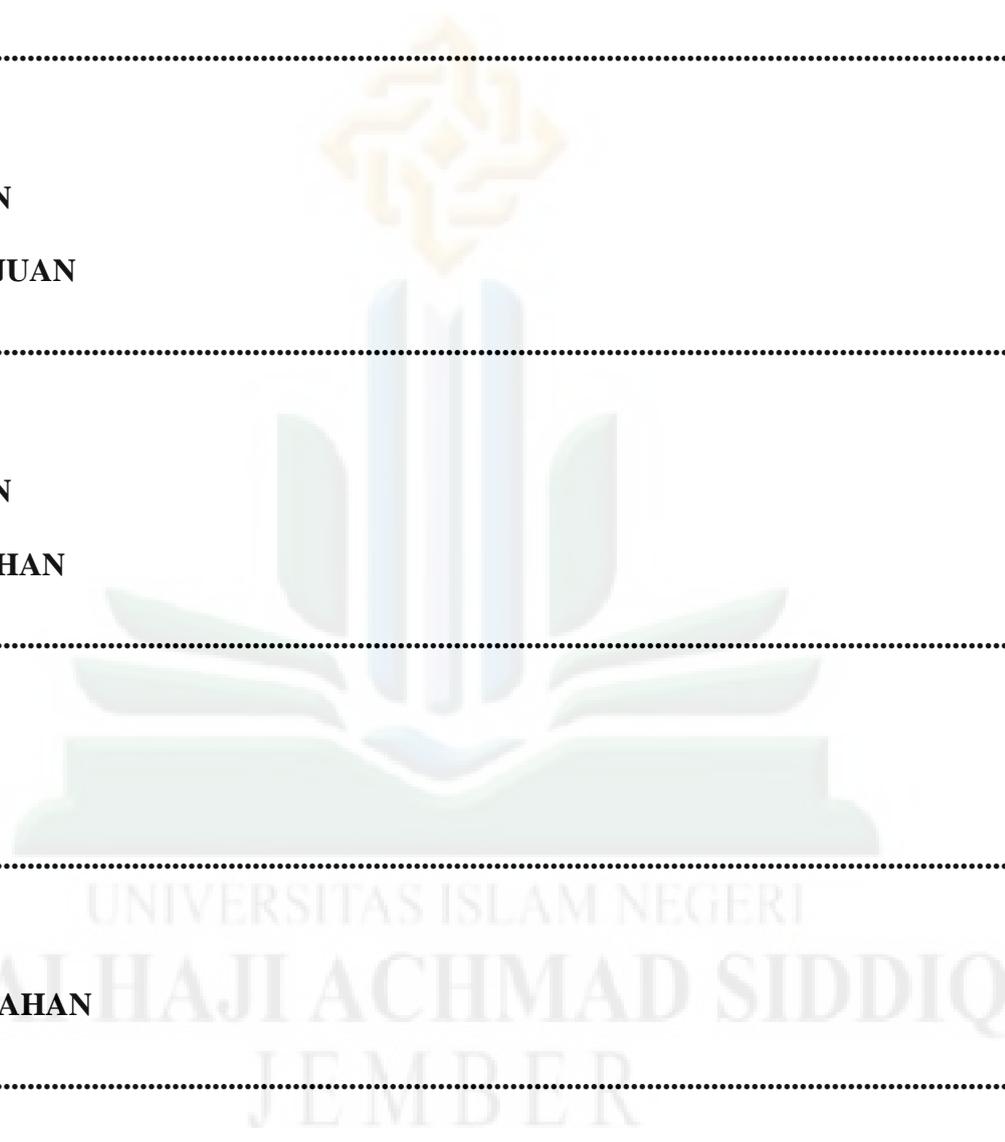
KATA

PENGANTAR

.....

viii

ABSTRAK



ix

DAFTAR

ISI

xi

BAB I

PENDAHULUAN

1

A. Latar Belakang

1

B. Fokus Penelitian

7

C. Tujuan Penelitian

8

D. Manfaat Penelitian

8

E. Definisi Istilah

9

F. Sistematika Pembahasan

10

**BAB II KAJIAN
KEPUSTAKAAN**

.....
12

A. Penelitian
Terdahulu

.....

12

B. Kajian
Teori

.....

17

BAB III METODE

PENELITIAN

38

A. Pendekatan dan jenis penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Subyek Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Analisis Data	41
F. Keabsahan Data	43
G. Tahap-tahap Penelitian	43

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

.....
45

A. Gambaran Obyek Penelitian	45
B. Penyajian Data dan Analisis	60
C. Pembahasan Temuan	

69

BAB V

PENUTUP

.....
78

A. Kesimpulan	78
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

<i>per</i>	Table 1.1 Jumlah Peserta didik	6
	Table 1.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	15
teliti	Table 1.3 Objek yang di	
	
39	Table 1.4 Jumlah	
siswa	
49	Table 1.5 Daftar guru dan staff di MA	53
	Table 1.6 Jumlah siswa di MA	56
	Table 1.7 Daftar sarana dan prasarana	57
	Table 1.8 Program kegiatan peserta didik	59



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR GAMBAR

1.1 STRUKTUR ORGANISASI

52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading yang berdiri pada tahun 1979 dan baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia pada tahun 1982. Madrasah Bustanul Ulum Bulugading adalah sebuah madrasah dijenjang atas di bawah naungan yayasan Bustanul Ulum Bulugading yang terletak di Langkap Bangsalsari Jember. Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading ini dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang tentunya sangat di pegang teguh oleh madrasah tersebut, visi dan misi sekolah Bustanul Ulum ini salah satunya adalah menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif dan inovatif tentunya juga memberikan siswa dengan life skill maupun spesifik life skill dan tidak lupa memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan mengingatkan ibadah serta akhlaqul karimah.

Dalam menghadapi perjalannya MA Bustanul Ulum Bulugading ini tentu bukanlah hal yang mudah untuk menjaga eksistensinya sebagai pendidikan yang berwawasan global, karena dalam Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tantangan bagi setiap pemasar sekolah mampu melakukan kegiatan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran ini memerlukan konsep pemasaran dasar yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pemasaran serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, strategi pemasaran jasa pendidikan menempati posisi yang sangat

penting. karena dimana Dunia telah memasuki era globalisasi, era dimana iklim persaingan telah merambah ke segala lini kehidupan. Seperti yang kita ketahui tentang sekarang ini dimana zaman dan teknologi pun semakin canggih sehingga dapat mempermudah dalam pendidikan melalui beberapa situs akademik. Kaitannya dalam layanan pendidikan pemasaran yang berfokus pada kualitas, di UUD 1945 Pasal 1 Ayat 31 yang memberikan amanah bahwa salah satu tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah mencerdaskan kehidupan bangsa anak bangsa, oleh karena itu semua Warga harus hak untuk mendapatkan pelayanan kualitas pendidikan dengan pemasaran jasa maka pendidikan merupakan lembaga yang menghasilkan jasa beli lembaga pelayanan

Kompetisi ini juga berlaku dalam dunia pendidikan, meskipun lembaga pendidikan bukanlah entitas yang mencari keuntungan, melainkan pengelolannya tidak dapat dilakukan secara tradisional, tetapi membutuhkan keterampilan khusus sehingga sukses sekolah tersebut memiliki daya saing yang tinggi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan ditingkat memiliki daya saing yang tinggi untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan di pandang dan dipelajari sebagai aspek sosial, orang sekarang melihat pendidikan sebagai bisnis ¹

Pendidikan dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki keterampilan atau kemampuan, sikap yang baik terhadap kehidupan, sehingga

¹ Arifin Zainal, *Penelitian Pendidikan (Metode Paradigma Baru)*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 20

dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan adalah investasi yang memberikan manfaat sosial dan pribadi yang membuat bangsa dan individunya menjadi orang yang berharga.² Lembaga yang dimaksud adalah sekolah untuk kelangsungan hidup. Sekolah harus bisa memasarkan medianya, karena sebegus apapun sebuah sekolah, jika tidak dipromosikan secara optimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan ketidaktahuan skolastik masyarakat. Pemasaran merupakan hal mutlak yang harus dilakukan sekolah, selain dimaksudkan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membangun citra yang baik. pembentukan dan perencanaan calon

Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menyediakan apa yang mereka butuhkan dan secara bebas menukar produk dan jasa yang berharga dengan orang lain. Oleh karena itu, tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk atau jasa pendidikan sesuai dengan pelanggan jasa pendidikan dan dengan demikian menjual diri. Oleh karena itu, komersialisasi layanan pendidikan harus membawa pelanggan layanan pendidikan siap untuk membeli dan oleh karena itu yang diperlukan adalah penyediaan produk pendidikan atau layanan pendidikan.³ Seperti pada ayat Al Qur'an surat Al Furqon ayat 20 yaitu:

² Engkoswara, Mahmud, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: UUP AMP YKPN, 2005), hlm. 14

³ Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 48

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي

الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا

Yang artinya:

Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu (Muhammad), melainkan mereka pasti memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebagian kamu sebagai cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar?

Fungsi pemasaran di organisasi profit (perusahaan) dan di organisasi non profit (sekolah) tentu berbeda. Perbedaan yang nyata terletak pada bagaimana organisasi memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan berbagai kegiatan bisnis, memperoleh modal awal dari investor atau pemegang saham. Organisasi nirlaba (sekolah), di sisi lain, memperoleh dana dari sumbangan donatur. atau lembaga pengasuhan anak yang tidak memungut komisi dari salah satu organisasi.

Menerapkan manajemen pemasaran yang tepat untuk layanan pendidikan sekolah akan mendorong tumbuh dan berkembangnya pendidikan di suatu lembaga pendidikan. Pada akhirnya, hasil pendidikan berupa sumber daya manusia akan digunakan untuk kebutuhan masyarakat di luar dan di dalam pendidikan itu sendiri. Tujuan pemasaran adalah untuk membantu para manajer suatu organisasi memutuskan produk mana yang akan ditawarkan atau harus ditawarkan terlebih dahulu dan untuk memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat.

Pada lembaga pendidikan, pemasaran ditujukan untuk mengedukasi masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan minat masyarakat terhadap produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, menonjolkan nilai yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan serta menstabilkan inventaris dan pentingnya sekolah-sekolah. di dalam komunitas. Dalam hal pemasaran, sekolah sangat membutuhkan kegiatan manajemen pemasaran untuk meningkatkan penerimaan siswa. Manajemen pemasaran yang baik menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan dan memantau semua kegiatan (program) untuk mencapai pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan bisnis.

Berdasarkan studi pendahuluan berupa wawancara dengan Pak Shohib selaku direktur, pendirian Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading didasarkan pada tujuan untuk memberikan pengetahuan umum dan agama kepada siswa, serta mengejar pembentukan kepribadian yang baik. Melalui observasi di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum adalah sekolah yang berdiri di Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember yang memperoleh BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH/MADRASAH (BAN-S/M) mendapatkan peringkat “A” dengan jumlah nilai “87”.

Untuk meningkatkan minat pemasaran, layanan pendidikan madrasah harus memiliki beberapa keunggulan. Kepentingan pengguna jasa pendidikan harus selalu dipertimbangkan secara matang, karena pemangku kepentingan justru melihat manfaat sekolah. Madrasah Aliyah Bustanul Ulum memiliki

jurusan yang meliputi ilmu alam (IPA), ilmu sosial (IPS), dan program agama.

Pada tahun 2019-2020 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum mengalami penurunan jumlah minat siswa akan tetapi pada tahun 2021-2022 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum mengalami peningkatan dalam jumlah minat siswa, berikut adalah tabel peserta didik “per” masa jabatan kepala madrasah dilihat dari 5 tahun terakhir baru di MA Bustanul Ulum Bulugading pada tahun 2018-2022.⁴

Table 1.1
Jumlah peserta didik

Thn Pelajaran	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah
2018-2019	53	88	89	230
2019-2020	71	57	81	209
2020-2021	67	71	53	179
2021-2022	95	67	71	233

Tabel di atas menunjukkan jumlah siswa selama 5 tahun terakhir, menunjukkan bahwa MA Bustanul Ulum mengalami peningkatan yang signifikan yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manajemen yang digunakan dalam pemasaran jasa pendidikan. Manajemen pemasaran sekolah adalah melalui kompetisi serta program MA Bustanul Ulum yang

⁴ Wawancara dengan Ibu Erik selaku Kepala Bidang Kesiswaan di Kantor MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari pada 25 November 2021 pukul 09.19

komprehensif melalui penyebaran brosur di media elektronik.

Program unggulan yang dilakukan MA Bustanul Ulum Bulugading seperti program pendidikan Islam dan ada kegiatan ekstra kurikuler juga. Mengetahui selera masyarakat sekitar sekolah, animo masyarakat disana sangat tinggi, dan mereka melihat sekolah terdekat, dan juga memiliki nama baik untuk sekolah dan fasilitas sekolah setelah itu masyarakat merasa senang masyarakat mengirim anaknya bersekolah di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

Oleh karena itu, dengan Manajemen pemasaran ini, jumlah siswa yang berminat masuk ke Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsal Sari Jember semakin meningkat. Berdasarkan pernyataan di atas, pihak sekolah berupaya semaksimal mungkin untuk selalu memberikan pelayanan pendidikan yang terbaik. Oleh karena itu harus dibarengi dengan pemasaran yang baik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti **Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.** Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di sekolah tersebut.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember?
2. Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember?
3. Bagaimana evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.
2. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.
3. Untuk mendeskripsikan evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini harus memiliki aplikasi yang signifikan, baik teoritis maupun praktis, khususnya:

a. Secara Teoritis:

Membantu menambah ilmu (knowledge) dalam kegiatan promosi sekolah bagi guru dan kepala sekolah sehingga dapat menambah jumlah siswa di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

b. Secara Praktis

Bagi sekolah, sebagai bahan evaluasi manajemen promosi sekolah atau guru ke depan, hendaknya juga dijadikan sebagai bahan informasi dan evaluasi bagi seluruh keluarga besar Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

E. Definisi Istilah

a. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penyampaian, dan perubahan nilai dari pencetus kepada pemangku kepentingannya. Sedangkan pelayanan adalah keinginan untuk melayani, membantu, dan melakukan hal-hal yang bermanfaat bagi orang lain.

b. Jasa Pendidikan

Jasa pendidikan adalah pembinaan watak intelektual dan

umum, dengan atau tanpa bantuan fisik, untuk memenuhi kebutuhan konsumen (peserta didik)..

Jadi, manajemen pemasaran jasa pendidikan adalah suatu langkah didalam dunia pendidikan untuk memperkenalkan program pendidikan di suatu lembaga untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif dan efisien.

c. Minat Siswa Baru

Minat adalah rasa kesukaan dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau kegiatan, tanpa ada yang mengatakannya. Peserta didik atau mahasiswa menurut ketentuan umum UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah anggota masyarakat yang berupaya mengembangkan potensinya melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.

Dapat disimpulkan bahwa minat siswa adalah minat siswa/orang tua pada suatu lembaga pendidikan tanpa dipaksa untuk mengembangkan potensinya sesuai dengan tingkat perkembangannya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi uraian tentang jalannya pembahasan disertai mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan ditulis dalam bentuk naratif deskriptif, bukan ringkasan

Adapun sistematika Pembahasan dalam penelitian proposal berdasarkan pedoman penulisan karya ilmiah UIN KHAS Jember yaitu:

Bab satu, yang membahas tentang pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab dua, merupakan kajian kepustakaan, terdiri dari kajian kepustakaan yang mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab tiga, ini merupakan metode penelitian, pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan keabsahan data.

Bab empat, merupakan hasil penelitian, bab ini membahas tentang inti atau hasil penelitian, yang meliputi latar belakang, obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pembahasan temuan.

Bab lima, kesimpulan, merupakan bab yang membahas tentang dan saran. Kesimpulan sebagai sun bab terkait jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab pertama. Sedangkan saran diberikan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya. Bab ini berfungsi untuk menyampaikan hasil dari yang ditemukan melalui pembahasan.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Belum banyak penelitian yang secara eksklusif membahas manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk menarik siswa baru ke Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading. Namun, beberapa penelitian fokus pada pemasaran atau menangani masalah yang berkaitan dengan pemasaran pendidikan. Berikut studi-studi tersebut:

1. Skripsi Mualimah Nidaul Khairah (2015) IAIN Surakarta yang berjudul Pengaruh Promosi Sekolah terhadap banyaknya Pencapaian Peserta Didik Baru di MTS Negeri Gondangrejo Filial Ngadilueuh Mateseh Karanganyar Tahun Pelajaran 2014/2015.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Hasil analisis data yang diterima menghasilkan kesimpulan bahwa: 1) Hasil data menunjukkan bahwa jumlah siswa baru sebelum pindah sekolah ke MTS Negeri Gondangrejo Cabang Ngadiluwuh Karanganyar pada tahun ajaran 2014/2015 telah mencapai 43 siswa. 2) Hasil data menunjukkan bahwa jumlah kelulusan siswa pasca promosi sekolah di MTS Negeri Gondongrejo Filial Ngadiluwuh Mateseh Karanganyar tahun ajaran 2014/2015 adalah 71 siswa.

Penelitian ini membahas tentang sponsorship sekolah sebagai upaya memasarkan sekolah untuk meningkatkan partisipasi sekolah. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan hanya mencari hubungan antara kenaikan pangkat dan pendaftaran siswa. Sedangkan penelitian yang penulis kaji berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menjaring mahasiswa baru.

2. Skripsi Fitri Maryanti, UIN Sultan Thaha Syaifuddin Jambi yang berjudul manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Peserta Didik (Studi Kasus) di Primagama Kota Jambi Tahun 2015/2016. Hasil Penelitian dari Tesis Fitri Maryanti bahwa segmentasi pemasaran telah tercapai karena posisi persaingan yang sempit dengan berfokus pada asosiasi merek atau asosiasi mereka. Penelitian ini membahas tentang sponsorship sekolah sebagai upaya memasarkan sekolah untuk meningkatkan partisipasi sekolah. Bedanya, penelitian ini menggunakan data kualitatif dan hanya mengukur tingkat strategi pemasaran pendidikan.
3. Skripsi Ervina Vironika, Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Saren, Kalijambe, Sragen Tahun 2015/2016. Di terbitkan di Pascasarjana IAIN Surakarta. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan pemasaran jasa pendidikan sedang berlangsung di

Madrasah Ibtidaiyah Negeri Saren, hal ini ditunjukkan dengan terwujudnya visi dan misi madrasah. Manajemen pemasaran di MIN Saren dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengendalian.

4. Skripsi Hidayah Zakiyah K (2010) IAIN Surakarta yang berjudul Manajemen Marketing dalam Lembaga Pendidikan Islam (Studi kasus SDIT Al-Huda Sidoharjo, Wonogiri).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menyarankan bahwa manajemen pemasaran SDIT Al-Huda melibatkan beberapa hal yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi.

Pengelolaan pemasaran SDIT Al-Huda dilakukan dengan sistem yang baik dan mengutamakan kerjasama antar pihak khususnya warga sekolah secara keseluruhan, untuk ikut serta mensosialisasikan keberadaan sekolah di masyarakat. semangat membangun citra baik sekolah berbasis Islam, yang selalu mendapat respon negatif dari masyarakat. Namun tentunya seiring dengan hasil siswa yang berhasil memberikan penilaian yang baik terhadap sekolah dan masyarakat, yang semakin menjadikannya sebagai pilihan nomor satu dan pertama.

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran untuk menarik minat siswa dan meningkatkan eksistensi sekolah.

Meskipun perbedaan penelitiannya adalah penelitian ini

berkaitan dengan pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru, penelitian peneliti hanya berfokus pada bagaimana hal itu dilakukan dalam pemasaran.

Table 1.2

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan

No	Nama, Judul penelitian	Persamaan	perbedaan
1.	Mualimah Nidaul Khairan “Pengaruh Promosi Sekolah terhadap banyaknya Pencapaian Peserta Didik Baru di MTS Negeri Gondangrejo Filial Ngadilueuh Mateseh Karanganyar”	a. Sama-sama meneliti tentang promosi atau pemasaran sekolah	b. Menggunakan pendekatan kuantitatif c. Lokasi penelitian
2.	Fitri Maryanti, Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Peserta Didik	a. Sama-sama meneliti tentang Pemasaran lembaga pendidikan dan upaya	a. Menggunakan kualitatif tetapi hanya mengukur dengan strategi saja

		memasarkan sekolah	b. Lokasi penelitian
3.	Ervina Vironika, Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Saren, Kalijambe, Sragen	a. Sama-sama meneliti tentang pemasaran jasa pendidikan b. Sama-sama menggunakan visi dan misi sekolah	a. Lokasi penelitian
4.	Hidayah Zakiyah K, Manajemen Marketing dalam Lembaga Pendidikan Islam (Studi kasus SDIT Al-Huda Sidoharjo, Wonogiri).	a. Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif b. Sama-sama memasarkan lembaga pendidikan	a. Lokasi penelitian

B. Kajian Teori

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan analisis perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau tujuan-tujuan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller menyebutkan bahwa pemasaran suatu usaha untuk merencanakan, menerapkan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

Banyak pendapat ahli yang menjelaskan pengertian manajemen, berikut akan dikemukakan pendapat Ilham Prisgunanto yang menyatakan bahwa “perencanaan manajemen berupa taktik operasional yang matang yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan”.

manajemen berarti jalan menurut kamus bahasa Indonesia. Sedangkan pemasaran pendidikan mengacu pada proses yang terlibat dalam mempromosikan barang atau jasa pendidikan. manajemen pemasaran pendidikan yang dimaksud adalah metode yang dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan terkemuka di bidang pelaksanaan pemasaran pendidikan untuk meningkatkan minat pada

lembaga pendidikan.⁵

Menurut Ilham Prisgunanto yang mengatakan bahwa perencanaan manajemen berupa taktik operasional yang matang yang dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan.⁶

manajemen adalah pendekatan komprehensif untuk mengimplementasikan ide, merencanakan, dan melaksanakan tugas dalam kerangka waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat koordinasi kelompok kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang sejalan dengan prinsip-prinsip pemasaran ide yang rasional, efisiensi dalam pembiayaan dan taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Para ahli memberikan makna yang berbeda dalam penyajian dan intonasi, namun semuanya memiliki makna yang hampir sama satu sama lain. Berikut adalah definisi dari pemasaran yang bersangkutan. Menurut *The American Marketing Association* menyebutkan: “*Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals*”.

Definisi di atas menyiratkan bahwa pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang

⁵ Yusak Burhanudin, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung:Pustaka Setia, 1998). hlm. 97

⁶ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta:CV. Prisani Cendikia, 2014), hlm. 138

memenuhi tujuan individu dan organisasi. Sedangkan Chartered Intitute of Marketing menyatakan bahwa pemasaran adalah; “*Management process of anticipating, identifying and satisfying customer requirements profitably*”. Ini menyiratkan bahwa pemasaran adalah proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan pembeli untuk mendapatkan keuntungan.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajemen dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang berharga dengan orang lain. Mengenai pemasaran, manajemen didefinisikan sebagai alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis dengan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui entri pasar dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.⁷

Oleh karena itu, manajemen pemasaran adalah suatu rencana yang dirumuskan secara sistematis dalam kaitannya dengan kegiatan pemasaran untuk dijadikan pedoman mengenai penerapan variabel-variabel pemasaran seperti identifikasi pasar, segmentasi pasar, positioning pasar, dan unsur-unsur bauran pemasaran.

⁷ Nyoman Sudiarta. “*Strategi Pemasaran; Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan*” dalam jurnal Ilmiah Manajemen dan Akutansi STIE Triatma Mulya, Vol. 16/No. 2/Desember 2011, hlm, 60.

Dari pengertian manajemen di atas, dijelaskan bahwa terdapat fungsi penting dari manajemen, yaitu suatu perencanaan/perencanaan yang digunakan sebagai tahap awal dalam menjalankan kegiatan dalam suatu lembaga/organisasi, yang berguna untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.

Dari beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa konsep manajemen pada dasarnya adalah suatu rencana yang dirumuskan dan digunakan untuk melaksanakan kegiatan manajemen dalam lembaga atau organisasi.

2. Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan

Buchari Alma menjelaskan bahwa fungsi *marketing* dalam dunia pendidikan adalah “untuk mendapatkan citra yang baik dari pendirian, untuk menarik sejumlah pelanggan potensial untuk layanan pendidikan”.⁸ Dari pendapat tersebut dikatakan bahwa pemasaran dapat membentuk citra sekolah, citra sekolah dapat digunakan untuk menarik calon siswa dan meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah.

Selain itu, pemasaran berfungsi untuk menjaga kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan kegiatan yang jelas dan gamblang bagi pelanggan, pendidikan pemasaran.⁹ Maka sama seperti pemikiran Charles “*The function of marketing must be given a more inportante*

⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pmasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 372.

⁹ Rohmitriasih Hendyat Soetopo, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Edukasi*, Vol. 24, 2015, hlm. 403.

*place in the marketing-management concept, because consumers can only available to them a preferred combination of products, service, and price”.*¹⁰

Fungsi pemasaran yang diberikan kepada pelanggan adalah yang terpenting dalam konsep manajemen pemasaran karena pelanggan dapat merasakan kepuasan hanya dari kinerja produsen dalam menyediakan produk, layanan, dan harga. Dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran jasa pendidikan adalah menentukan strategi-strategi yang harus ditempuh sekolah dalam memasarkan mutu jasa pendidikan yang sejalan dengan waktu dan kebutuhan peningkatan eksistensi sekolah guna membangkitkan minat dan mempertahankan pelanggan. loyalitas terhadap layanan pendidikan.

Kotler dan fox mendefinisikan tujuan utama pemasaran pendidikan untuk:

- 1) Memenuhi misi sekolah dengan sukses besar
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan pendidikan
- 3) Meningkatkan minat pada sumber daya pendidikan
- 4) Meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

Lemabaga organisasi yang bersifat *non-profit* melakukan kegiatan pemasaran Tujuannya adalah untuk mengubah pola pikir

¹⁰ Charless G. Walters, Whats Is This “Marketing Management”?, The Southwestern Social Science Quartely, Vol. 46, No. 1, 1965, pp.36

masyarakat tentang identitas sekolah di antara para pesaingnya dan juga untuk mendapatkan dukungan tambahan berupa anggaran ketika sekolah mengadakan acara/kegiatan.

Pemasaran jasa pendidikan bertujuan untuk memberikan keseimbangan dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pengguna jasa pendidikan. Kegiatan pelayanan yang dilakukan akan saling menguntungkan karena produsen telah berhasil mendapatkan banyak pelanggan dari kegiatan promosi sedangkan pelanggan atau konsumen mendapatkan pelayanan sesuai dengan program yang mereka tawarkan.

Secara umum Kasmir menjelaskan tujuan pemasaran adalah sebagai berikut:

(1) Memaksimalkan konsumsi, atau dengan kata lain, memfasilitasi dan membentuk konsumsi untuk mendorong pelanggan jasa agar berulang kali membeli produk yang ditawarkan oleh organisasi. (2) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai layanan yang diinginkan. (3) Memaksimalkan pilihan produk jasa. (4) Memaksimalkan kualitas hidup dan menciptakan iklim yang efisien.¹¹

Pada dasarnya Barnawi dan Arifin menjelaskan bahwa Tujuan pemasaran sekolah bukan hanya untuk memuaskan pelanggan, tetapi juga kepentingan sekolah itu sendiri. Pemasaran dimaksudkan untuk

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hlm 197.

memberikan kemudahan bagi siswa.¹² Tujuan pemasaran bermanfaat untuk menjaga branding lembaga pendidikan, memberikan kenyamanan dan kesejahteraan bagi produsen dan konsumen, serta memberikan perkembangan penting bagi lembaga pendidikan agar lebih dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan tujuan pemasaran jasa pendidikan, maka kegiatan pemasaran jasa pendidikan lebih dari sekedar kegiatan menjual jasa pendidikan, periklanan dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan. Komersialisasi layanan pendidikan karena itu kemampuan untuk merencanakan dan mengelola hubungan pertukaran antara lembaga pendidikan dan kelompok masyarakat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, disimpulkan bahwa tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah untuk memberikan informasi yang komprehensif tentang program dan kegiatan lembaga pendidikan yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan, untuk kepentingan bersama dalam mencapai tujuan pendidikan.

3. Konsep Dasar Pemasaran

Konsep ini dapat membantu seseorang manajer apakah permintaan itu elastic atau tidak. Diantaranya:

1) Kebutuhan (*Needs*)

Dalam konteks pemasaran, kebutuhan adalah keadaan di mana kita kehilangan elemen tertentu dan merasa

¹² Barnawi dan Mohammad Arifin, *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm 15

perlu untuk memuaskannya. Hal ini biasanya dikaitkan dengan kebutuhan dasar seperti kebutuhan kita akan minuman, makanan, dan pakaian. Jika dikaitkan dengan komersialisasi jasa pendidikan, sebuah lembaga pendidikan harus segera memenuhi kebutuhan tersebut.

2) Keinginan (*Want*)

Keinginan adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Artinya individu mungkin memiliki kebutuhan yang sama, seperti pakaian dan minuman, tetapi individu mungkin memiliki keinginan yang berbeda karena peran kepribadian dan budaya sudah ada. Jika dikaitkan dengan pendidikan, maka setiap individu memiliki keinginan untuk memilih lembaga pendidikan yang disukainya baik berdasarkan kebutuhan pribadi maupun budaya, misalnya pilihan antara lembaga pendidikan negeri dan lembaga pendidikan agama, baik negeri maupun swasta.

3) Permintaan

Dalam konteks ilmu pemasaran jasa pendidikan, terdapat keinginan dari pelanggan terhadap jasa pendidikan yang didukung oleh daya beli lembaga pendidikan. Pelanggan jasa pendidikan memiliki

keinginan, namun belum tentu merupakan permintaan terhadap produk jasa pendidikan tertentu jika tidak memiliki daya atau kemauan untuk menjadi pelanggan jasa pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan kreatif melangkah lebih jauh dengan membuat aplikasi baru sehingga klien layanan pendidikan merasa dan perlu menjadi siswa di lembaga pendidikan tersebut.

4) Produk jasa pendidikan

Produk jasa pendidikan adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan agar dapat dikonsumsi dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan jasa pendidikan.

Kata produk dalam pemasaran jasa pendidikan tidak hanya berarti “barang” (benda fisik), tetapi juga jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

5) Ide-ide

Lembaga pendidikan menawarkan lulusan (keluar) yang menghafal Al-Qur'an di luar kurikulum yang disajikan kepada publik.

6) Tempat

Tempat atau tempat yang dapat ditawarkan kepada klien pendidikan. Misalnya, gedung lembaga pendidikan / sekolah yang indah dan ruang tamu atau asrama siswa.

7) Orang

Orang-orang yang disebutkan di sini adalah kepribadian tertentu yang dapat diusulkan karena bakat dan keterampilan mereka. Misalnya, guru pendidikan kejuruan.

8) Organisasi

Sebuah lembaga pendidikan didandani agar menarik dalam laporan keuangan, data keuangan, kegiatan yang berkaitan dengan sistem manajemen, prospeknya dalam menawarkan layanan pendidikan kepada pelanggan, iklan atau presentasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan melalui berbagai program kampanye atau kehumasan.

9) Pelayanan

Jasa adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh pihak yang tidak berwujud dan tidak memerlukan kepemilikan.

10) Pengalaman (*Experience*)

Lembaga pendidikan akan memberikan pengalaman yang jarang ditemui oleh klien pendidikan (siswa). Misalnya, pengalaman yang diperoleh siswa di lembaga pendidikan tertentu.

11) Nilai pelanggan jasa pendidikan (*Customer Value*)

Nilai layanan pendidikan bagi klien merupakan konsep penting. Orang tua dan siswa dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan, evaluasi tersebut dapat berupa perasaan sejahtera, bahagia, bangga dan percaya. Untuk mendapatkannya jelas ada biaya yang harus dikeluarkan oleh orang tua siswa. Perbandingan antara nilai yang diperoleh dengan total biaya yang disebut nilai pelanggan layanan pendidikan.

12) Kepuasan pelanggan jasa pendidikan

Kepuasan pelanggan terhadap layanan pendidikan tergantung pada sejauh mana manfaat yang dirasakan dari suatu produk layanan pendidikan sejalan dengan apa yang diharapkan dari pelanggan layanan pendidikan.

13) Relationship marketing

Pemasaran relasional adalah istilah yang terkait erat dengan pencapaian dan pemeliharaan kepuasan pelanggan atas layanan pendidikan. Kita harus terus mengembangkan, memelihara dan memperkuat hubungan dengan klien layanan pendidikan. Ini disebut proses pemasaran hubungan. (*relationship marketing*).

14) Pasar jasa pendidikan

Pasar jasa pendidikan adalah pelanggan atau prospek jasa pendidikan yang memiliki kebutuhan dan keinginan khusus dari suatu lembaga pendidikan dan ingin memuaskan kebutuhannya dengan memasuki lembaga pendidikan tersebut. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus lebih kreatif dalam menciptakan demand, artinya lembaga pendidikan harus mampu menciptakan penyedia layanan pendidikan baru dan tidak hanya mengandalkan pelanggan layanan yang sudah ada.¹³

4. Perencanaan Pemasaran Jasa Pendidikan

Aktivitas pemasaran yang dilakukan sebuah perusahaan/sekolah penting untuk dikoordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umumnya dan tujuan bidang pemasaran khususnya.

Alat koordinasi dan pengarahannya tersebut adalah *marketing planning*. Terlepas dari jenis gaya manajemen apa yang dianut oleh sebuah perusahaan dalam melakukan perencanaan harus melaksanakan yaitu menetapkan misi perusahaan/sekolah dan mengenali unit-unit bisnis strategis perusahaan, menganalisis dan mengevaluasi bisnis yang ada.

Dengan demikian bias disimpulkan bahwa perencanaan

¹³ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 6-7.

pemasaran bertujuan untuk memberikan pendekatan yang sistematis dan rapi bagi perusahaan dengan cara:

1. Menyeimbangkan dan menelaraskan kegiatan pemasaran yang menjamin tercapainya tujuan dan sasaran .
2. Menggunakan cara-cara berusaha di bidang pemasaran secara intensif dan optional.
3. Pengendalian yang cepat, tepat dan teratus atas catatan, gagasan atau pemikiran serta usaha-usaha atau aktivitas pemasaran dalam perusahaan.

5. Pelaksanaan Pemasaran Jasa Pendidikan

Dalam pelaksanaan manajemen pemasaran dalam memasarkan produk perusahaan agar mencapai tingkat keuntungan jangka panjang perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dan pengembangan/pertumbuhan perusahaan, adalah menciptakan permintaan akan produk perusahaan itu dan memenuhi permintaan tersebut, jadi dalam pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan tidak terlepas dengan masalah permintaan.

Tugas manajemen pemasaran jasa pendidikan tidak hanya terbatas pada mengusahakan dan mengembangkan permintaan produk perusahaan, tetapi juga mencakup pengaturan jumlah, waktu, dan sifat permintaan tersebut sesuai dengan tujuan

perusahaan.

6. Evaluasi Pemasaran Jasa Pendidikan

Evaluasi adalah kegiatan terencana yang bertujuan untuk mengetahui keadaan suatu objek dengan menggunakan instrument dan hasil yang akan memperoleh sebuah kesimpulan. Evaluasi merupakan suatu kegiatan terencana yang bertujuan untuk menilai dan mengukur keberhasilan program yang dilaksanakan.

Evaluasi digunakan sebagai perbaikan serta pengembangan kegiatan yang sedang berlangsung seperti program kegiatan ataupun produk dalam suatu lembaga. Evaluasi sering kali dilakukan pada akhir program guna untuk mengetahui posisi lembaga, pencapaian serta perbaikan yang harus dilakukan, sehingga tujuan suatu lembaga dapat tercapai.¹⁴

Menurut Arikunto terdapat dua tujuan evaluasi yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum lebih diarahkan kepada program yang dilaksanakan secara keseluruhan, sedangkan tujuan khusus lebih memfokuskan pada masing-masing komponen, implementasi program senantiasa harus dievaluasi untuk melihat sejauh mana program tersebut berhasil dalam mencapai pelaksanaan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

¹⁴ Daryanto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.5

Terdapat empat kemungkinan kebijakan yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi sebuah program, yaitu:

- a. Menghentikan program karena dipandang sudah tidak bermanfaat atau tidak terlaksana sebagaimana yang diharapkan.
- b. Merevisi program karena terdapat bagian yang kurang sesuai dengan harapan.
- c. Melanjutkan program karena pelaksanaan program sudah sesuai dengan yang diharapkan serta memberikan hasil yang manfaat.
- d. Menyebarluaskan program atau mengulang program yang sama dilain waktu bahkan dilain tempat karena program tersebut dianggap berhasil dan sesuai dengan harapan.

Evaluasi dalam suatu organisasi merupakan hal yang sangat penting guna untuk menilai proses awal sampai akhir dari program yang telah dilaksanakan. Tanpa adanya evaluasi maka program-program yang telah dilaksanakan tidak dapat dilihat efektivitasnya dan tidak dapat berjalan dengan lancar atau tepat sasaran.

7. Minat Siswa Baru

Untuk pengaturan ketika penerimaan siswa baru terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: kebijakan peserta didik, system penerimaan siswa, kriteria penerimaan siswa baru,

prosedur penerimaan siswa baru, dan problem penerimaan siswa baru.

a. Kebijakan penerimaan siswa baru

Kebijakan peserta didik baru sebenarnya menggunakan dasar-dasar manajemen peserta didik baru sebenarnya menggunakan dasar-dasar manajemen peserta didik bahwa seseorang diterima sebagai peserta didik suatu lembaga pendidikan seperti disekolah, haruslah mematuhi persyaratan sebagaimana yang telah ditetapkan

b. Sistem penerimaan peserta didik

Sistem yang dinamakan disini lebih menunjukkan kepada cara, yaitu ada dua macam system peserta didik:

1) Dengan menggunakan sistem promosi

Sistem promosi adalah proses penerimaan peserta didik, yang sebelumnya tanpa menggunakan seleksi. Saat pendaftaran peserta didik tidak ada yang ditolak.

2) Dengan menggunakan sistem seleksi

Sistem seleksi dapat digolongkan menjadi tiga macam:

a) Seleksi berdasarkan daftar nilai Ujian Akhir Nasional.

- b) Berdasarkan penelusuran minat dan kemampuan.
 - c) Seleksi berdasarkan hasil tes masuk.
- c. Kriteria penerimaan peserta didik baru

Kriteria adalah patokan yang menentukan bias tidaknya seseorang diterima sebagai peserta didik baru. Ada tiga macam kriteria penerimaan peserta didik baru yaitu:

- a) Kriteria acuan patokan (standar criterion referenced)
- b) Kriteria acuan norma (norm criterion reference)
- c) Kriteria yang didasarkan atas daya tampung sekolah.

d. Prosedur penerimaan peserta didik baru

Penerimaan peserta didik termasuk salah satu aktivitas penting dalam manajemen peserta didik.

Sebab aktivitas penerimaan ini menentukan seberapa kualitas input yang dapat direkrut oleh sekolah tersebut.

Penerimaan peserta didik baru bertujuan memberi kesempatan yang seluas-luasnya bagi warga Negara usia sekolah agar memperoleh layanan pendidikan yang sebaik-baiknya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Disebut kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan bersifat kualitatif dan bukan kuantitatif dalam bentuk angka-angka. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang kualitas dan realitas sosial. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif, yaitu penelitian tentang data yang dinyatakan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang disusun dalam kalimat. Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Tohirin menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang dan perilaku.¹⁵

Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa cerita yang diambil dari wawancara, observasi, duplikasi dokumen. Mampu mendeskripsikan dengan benar pendekatan dan jenis penelitian, keberadaan peneliti, lokasi peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dan verifikasi keabsahan hasil proposal penelitian dan/atau laporan, pemahaman yang baik dari

¹⁵ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 2

masing-masing konsep-konsep ini diperlukan.¹⁶

Penelitian ini bersifat deskriptif serta menggambarkan sejumlah variabel yang terkait dengan masalah, tetapi dapat juga berarti realitas sosial. Dalam hal ini, untuk mendapatkan gambaran dan informasi tentang strategi pemasaran pendidikan yang di minati di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsal Sari Jember.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Jl. Krajan, Tisnogambar, Kecamatan. Bangsalsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68154. Melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Butanul Ulum Bulugading dengan alasan karena lokasi penelitian strategis dengan lingkungan masyarakat dan juga berada dinaungan pesantren.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan orang-orang yang dapat memberikan informasi yang akurat untuk memudahkan penelitian terhadap objek atau situasi yang diteliti. Jadi, contoh sumber data dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.3

Objek yang di teliti

No.	Nama	Satatus
1.	Shohib. S.Pd.I	Kepala Sekolah

¹⁶ Wahimurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*, (UIN Maulana Malik Ibrahim: Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2017)

2.	Abdul Rohim. S.Pd	Wakasek Humas/Kemuridan
3.	Erma Karlina. S.Pd	Guru
4.	Siswa siswi kelas X	Siswa

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan keakuratan data terkait manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember. Penulis menggunakan 3 (tiga) teknik dalam pengumpulan data penelitian, yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan. Teknik observasi partisipan yaitu Peneliti melakukan observasi lapangan secara langsung, peneliti melakukan observasi dengan pendekatan situasi lapangan dan mengamati manajemen, pemasaran dan juga manfaat yang ada di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan mengungkap permasalahan yang lebih mendalam terkait manajemen pemasaran layanan pendidikan

yang dikelola sekolah/Masrasah Aliyah Bustanul Ulum untuk meningkatkan minat siswa baru. Wawancara yang dilakukan menasar pihak-pihak yang tercantum dalam sumber data penelitian. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dengan subyek/obyek dan informan yaitu kepala sekolah, guru, humas, siswa dan masyarakat sekitar.

Wawancara dilakukan guna menambah data yang diperlukan melalui Tanya jawab seputar topik yang terkait dalam permasalahan ini. Peneliti melakukan Tanya jawab secara langsung dengan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran pendidikan di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember yaitu dengan Kepala Sekolah Bapak Shohib, S.Pd.I, Waka Humas Ibu Erika, Guru Ibu Khoridatut Toyyibah.

3. Dokumentasi.

Peneliti mengumpulkan data dan informasi tambahan melalui dokumen dan gambar/foto di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading sebagai data penelitian yang akurat. Dokumentasi peneliti berupa:

- a) Profil Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.
- b) Data Guru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum

- Bulugading Bangsalsari Jember.
- c) Profil dan Visi Misi Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.
 - d) Catatan Jumlah Peserta didik Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.
 - e) Sejarah Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bangsalsari Jember.
 - f) Foto/gambar di Madrasah Aliyah Butanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai penelitian. Data yang diperoleh di lapangan dianalisis dengan mengklarifikasi data kategorisasi dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian metode yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif deskriptif yaitu model yang dikenalkan oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Sugiyono, mengemukakan bahwa aktifitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya penuh. Dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Langkah-langkah yang dilakukan adalah pemilihan data, pemusatan data, sintesis data, abstraksi dan transformasi

data mentah yang diperoleh dari hasil penelitian. Penulis sangat perlu mengetahui terlebih dahulu data-data apa saja yang dibutuhkan terkait dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan minat mahasiswa baru..

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data atau sekumpulan informasi dalam bentuk deskripsi singkat, serta penyajian data dengan gambar, grafik, dan tabel untuk memperkuat data deskriptif sehingga pembaca penelitian ini dapat lebih memahaminya.

3. Penarikan Kesimpulan (*verification/Conclusion Drawing*)

Penalaran ini dilakukan dengan tujuan mencari kebenaran dan kesepakatan, sehingga keabsahan penelitian dapat dicapai dengan menarik kesimpulan dengan memberikan pengetahuan baru kepada penulis berupa teks naratif atau gambar pada objek yang sebelumnya dianggap kabur atau bahkan kabur setelah Cari. dirumuskan sesuai dengan teori atau hipotesis.¹⁷

F. Keabsahan Data

Sesuai dengan jenis, pendekatan dan metode dalam penelitian ini, maka data-data yang telah diperoleh tidak mustahil ada kata-kata yang tidak sesuai antara yang dibicarakan dengan keadaan yang sebenarnya. Hala ini

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 338

dipengaruhi oleh kredibilitas informan, waktu pengungkapannya, kondisi yang dialaminya. Adapun pemekrisaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan credibility (validitas internal) yaitu untuk menilai kebenaran suatu data yang diperoleh.

Adapun cara pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara triangulasi sumber, yaitu dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa (tiga sumber). Data dari ketiga sumber dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data tersebut. Sedangkan Maleong adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi dengan sumber, yaitu membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang didapatkan melalui waktu dan alat yang berbeda.
2. Triangulasi dengan metode, terdapat dua strategi yaitu, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Triangulasi dengan penyidik, yaitu dengan cara memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data.
4. Triangulasi dengan teori, dengan cara memeriksa fakta dengan lebih dari satu teori yang disebut penjelasan pembanding.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Data yang sudah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Triangulasi ini digunakan untuk membandingkan dan memverifikasi keandalan informasi/data yang diperoleh. Penulis menelaah kembali temuan dari berbagai sumber untuk triangulasi temuan dari wawancara, observasi, dan desk study terkait penerapan pemasaran sekolah untuk meningkatkan minat siswa baru.¹⁸ Dalam setiap penyelidikan harus dipastikan bahwa data yang diperoleh adalah murni dan bukan plagiat. Ada teknik triangulasi untuk mengecek keabsahan data penelitian.

Dalam triangulasi ini, peneliti menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data informasi dari para informan dan instansi yang bersangkutan. Pengumpulan data melalui

¹⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 327-332

observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi diperlukan untuk menunjukkan keabsahan data.

G. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini disusun melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan atau Persiapan

Sebelum penelitian dimulai, kerangka dasar akan disusun untuk diajukan sebagai penelitian tentang manajemen Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum mulai tanggal 18 Oktober 2021 dan 26 Oktober 2021. Kemudian peneliti menyiapkan proposal yang relevan untuk diajukan, sejak penelitian terbatas waktu sedang dilakukan, berisi kerangka penelitian disertai dengan beberapa informan di lapangan.

2. Tahap pengumpulan data

Pada tahap selanjutnya dilakukan pengumpulan beberapa data sementara untuk menunjang isi dari pada proposal penelitian. Peneliti melakukan perijinan penelitian pra-proposal, kemudian melakukan wawancara dan dokumentasi selama satu hari pada tanggal 25 November 2021 di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

3. Analisis data

Berdasarkan pengumpulan data, peneliti mulai menganalisis, menguraikan, mengelolah data dan informan yang di dapat melalui wawancara di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum

secara sistematis sesuai pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember hingga menjadi sebuah proposal dan siap untuk melaksanakan seminar proposal.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Letak Geografis

Penelitian ini berlokasi di Jl. Krajan, Tisnogambar, Kecamatan. Bangsalsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68154. Melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading dengan alasan karena lokasi penelitian strategis dengan lingkungan masyarakat dan juga berada dinaungan pesantren.

2. Sejarah berdirinya MA Bustanul Ulum Bulugading

MA Bustanul Ulum Bulugading berdiri pada tahun 1979, tepatnya 1 Juli 1979 dengan di Kepala oleh Bpk. Drs.Saiful Bahri. Pada tanggal 17 Nopember 1982 MA.Bustanul Ulum Bulugading Langkap Bangsalsari Jember baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia.

Dalam perjalanannya MA.Bustanul Ulum Bulugading tentulah bukanlah hal yang mudah untuk menjaga eksistensinya sebagai pendidikan yang berwawasan global, banyak hal yang harus dihadapi dari berbagai kendala antara lain: Pertama pengadaan fasilitas yang meliputi : ruang kelas, kantor, dan sarana olah raga lainnya. Kedua pengadaan tenaga pendidik. Ketiga perekrutan siswa baru. Keempat, menjaga mutu (Kualitas)

prestasi siswa, dan masih banyak lagi hal – hal yang membutuhkan perhatian khusus dari semua pihak baik dari lembaga itu sendiri, Yayasan, Pondok Pesantren, maupun pihak terkait lainnya seperti dukungan masyarakat sekitar dan instansi pemerintah.

Pada tahun 1981 MA.Bustanul Ulum meregenerasi Kepala Madrasah Aliyah Bustanul Ulum dari Bapak. Drs. Saiful Bhari ke generasi berikutnya yaitu Bapak. Abdul Wahid. Dimasa beliau beberapa pembinaan terus ditingkatkan, namun karena kurangnya fasilitas dan dana oprasional pada waktu itu maka beliau hanya bisa bertahan hingga tahun 1986. Pada tahun berikutnya Madrasah Aliyah Bustanul Ulum tidak lagi beroperasi (Vakum) yaitu dari tahun pelajaran : 1986 – 1987, 1987 – 1988, 1988 – 1989, atau tiga periode.

Atas desakan dan inisiatif para tokoh masyarakat juga instansi pemerintah maka, pada tahun 1989 atau tepatnya tanggal 1 Juli 1989 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Aktif kembali dengan dikepalai oleh Bapak. Drs Mustofa Hisyam, S.H. Beliau memimpin Madrasah Aliyah Bustanul Ulum hingga periode 1989 – 1990. namun tidak selang beberapa lama pada tanggal 1 Juli 1990 Kepala Madrasah Aliyah Bustanul Ulum digantikan lagi kepada Bapak. Drs. Saiful Faozi.

Eksistensi Madrasah Aliyah Bustanul Ulum terus mengalami peningkatan di segala bidang pada tahun 1993 baru mendapatkan

pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia. Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading mulai diperhitungkan keberadaannya hingga pada tahun 1999 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum mulai mendapatkan peringkat pertama kali yaitu dengan terakreditasi diakui dengan nilai B.

Bapak. Drs.Saiful Faozi telah membuka lembaran baru untuk meningkatkan mutu Madrasah sampai ke jenjang diakui hingga pada tanggal 1 Juli 2003 jabatan beliau digantikan kepada Bapak. H.Muh.Hasyim Baidlowi, S.Pd.

Madrasah Aliyah terus berbenah untuk melanjutkan tradisi terakreditasi sampai pada tahun 2006 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum berhasil terakreditasi dengan peringkat “ B ” (baik) berdasarkan hasil akreditasi Madrasah yang dilakukan oleh Dewan Akreditasi Madrasah Provinsi Jawa Timur.

Pengembangan dan peningkatan mutu terus berjalan hingga pada tahun 2011 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading berdasarkan BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH (BAN-S/M) mendapatkan peringkat “ A “ dengan jumlah nilai “ 87”.

3. Profil MA Bustanul Ulum Bulugading

Identitas Madrasah

- 1) Nama Madrasah : MAS Bustanul Ulum
- 2) Nama Kepala Madrasah : Shohib. S.Pd.I

- 3) Alamat Madrasah : Jln. PP. Bulugading No. 125/
Langkap
- a) Jl. / Desa : Jln. PP. Bulugading No. 125/
Langkap
- b) Kecamatan : Bangsalsari
- c) Kabupaten/Kota : Jember
- d) Provinsi : Jawa Timur
- e) No. Telp : 0331711875
- 4) Nomor tlp/HP : +6285236090235
- 5) NSM – NPSN : 1312350900011-20580273
- 6) Tahun Berdiri : 1981
- 7) Status Akreditasi – Tahun : A – 2020
- 8) Pelaksanaan Pendidikan : Asrama
- 9) Visi Madrasah : Kebersamaan, Inovatif, Kreatif,
Bertanggung Jawab, berakhlakul karikamah, serta Agamis
- 10) Misi Madrasah : Mengupayakan murid dan
alumninya mempunyai wawasan kedepan sehingga dapat
menjawab semua tantangan di era globalisasi ini
- 11) Jumlah Murid : Laki-laki : 63, Perempuan :
157, Jumlah : 220
- 12) Jumlah Rombel : 9 (Sembilan)
- 13) Jumlah Guru : 27
- 14) Kegiatan Pebiasaan : Reguler

15) Kegiatan Ekstrakurikuler : Pramuka, Bathminton, Futsal, Pimpong, PMR, dan KIR/KIT

16) Jumlah Siswa :

Table 1.4

Jumlah Siswa

Kelas	Jumlah Rombel	Laki-laki	Perempuan	jumlah
X	3	21	61	82
XI	3	22	35	57
XII	3	20	61	81
Jumlah	9	63	157	220

4. Visi, Misi dan Tujuan MA Bustanul Ulum Bulugading

a. Tujuan pendidikan jenjang dasar

Tujuan pendidikan dasar adalah meletakkan dasar kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut. “Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 3, tujuan pendidikan nasional adalah mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada tuhan Yang Maha

Esa, berakhlak mulia, sehat berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

b. Visi MA Bustanul Ulum Bulugading

Kebersamaan, Inovatif, Kreatif, Bertanggung jawab, Berakhlakul karimah, serta Agamis.

c. Misi MA Bustanul Ulum Bulugading

Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif dan inovatif membekali siswa dengan life skill maupun spesifik life skill, memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan menggiatkan ibadah serta akhlakul karimah.

d. Tujuan MA Bustanul Ulum Bulugading

Tujuan yang ingin dicapai oleh Madrasah Aliyah Bustanul

Ulum Bulugading adalah sebagai berikut:

1. Siswa MA Bustanul Ulum mampu dan memahami kewajiban dalam menjalankan ibadah dalam kehidupan sehari-hari.
2. Siswa MA Bustanul Ulum mampu menjaga silaturrahi antar sesama warga sekolah baik terhadap murid, guru serta personal sekolah lainnya.
3. Siswa MA Bustanul Ulum mampu menerapkan perilaku disiplin, jujur dalam bersikap dan berucap.
4. Siswa MA Bustanul Ulum mampu menjuarai beberapa

lomba minimal ditingkat kabupaten pada tiap tahunnya.

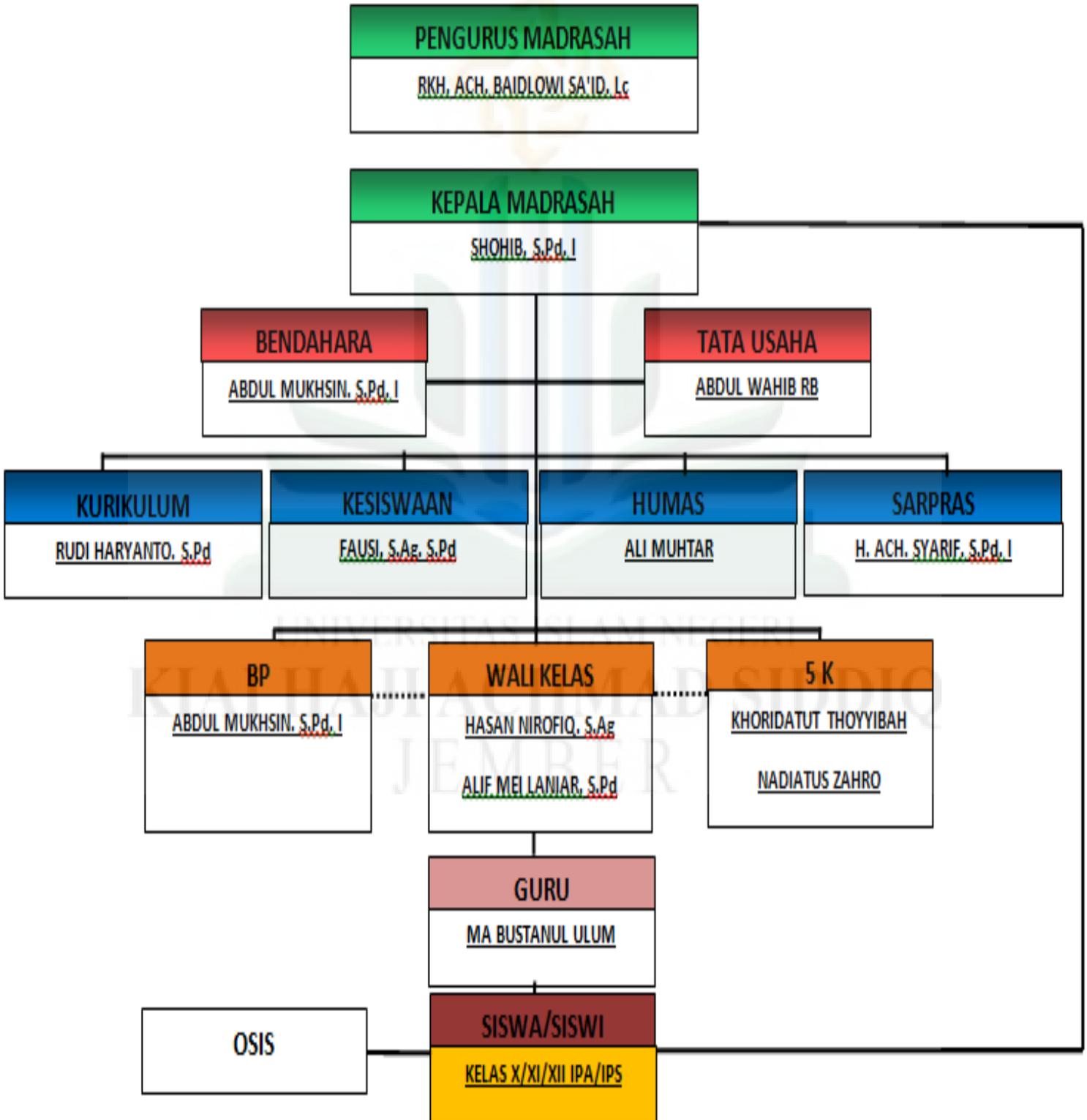
5. Lulusan MA Bustanul Ulum dapat diterima di Perguruan Tinggi Negeri favorit.
6. Memberikan bekal kecakapan hidup untuk mandiri.

5. Struktur Organisasi MA Bustanul Ulum Bulugading

Guna mencapai suatu tujuan yang baik dan bisa optimal dalam sebuah lembaga pendidikan harus dibentuk suatu struktur organisasi sekolah.



**STRUKTUR ORGANISASI MADRASAH ALIYAH
BUSTANUL ULUMBULUGADING**



6. Keadaan Guru dan Karyawan MA Bustanul Ulum Bulugading

Tenaga pendidik yaitu guru sangat berperan penting dalam keberlangsungan kegiatan belajar mengajar untuk membentuk serta mendidik siswa/siswi agar menjadi pribadi yang berakhlakul karimah. Sebuah sekolah dasar membutuhkan tenaga pendidik dan kependidikan yang memang kompeten dibidangnya sehingga tujuan dari sekolah bias tercapai serta memberikan pelayanan yang maksimal terhadap siswa dan memuaskan pelanggan yaitu masyarakat sebagai orang tua siswa.

Dalam menunjang kegiatan operasional sekolah, maka sekolah harus memiliki guru dan tenaga kependidikan yang professional dan kompeten dalam bidangnya. Berikut ini data guru dan staff di sekolah MA Bustanul Ulum Buluganing Bangsalsari :

Tabel 1.5

Daftar Guru dan Staff di MA Bustanul Ulum

NO	Nama guru (lengkap Gelar)	Tugas mengajar Guru
1	Shohib, S.Pd.I	Kepala Madrasah
2	Abdul Wahid	Operator
3	Abd. Holiq	TU/ KA. LAB/ Guru Mapel
4	Rudi Hariyanto, S.Pd.I	Waka Kurikulum 1/Wali Kelas/ Guru Mapel

5	Arif Elly Harri Merti, S.Pd.I	Waka Kurikulum 2/Wali Kelas/ Guru Mapel
6	Fausi, S.Pd.I	Waka Kurikulum 1/Wali Kelas/ Guru Mapel
7	Abdul Rohim, S.Pd.I	Waka Kurikulum 2/Wali Kelas/ Guru Mapel
8	Abdul Muhsin, S.Pd.I	BP/ BK/ Bendahara/ Wali Kelas/ Guru Mapel
9	H. Ahmad Syarif, S.Pd.I	Waka Sarpras
10	Ali Mukhtar	Waka Humas
11	Hasan Nirofiq, S.Ag	Wali Kelas/ Guru Mapel
12	Alif Mei Laniar, S.Pd	Wali Kelas/ Guru Mapel
13	Erma Karlina, S.Pd	Wali Kelas/ Guru Mapel
14	Mustika Zahro, S.Pd	Wali Kelas/ Guru Mapel
15	H. Moh Hasyim Baidlowi, S.Pd	Guru Mapel
16	H. Abdul Wahid RF	Guru Mapel
17	Siyati, S.Pd	Guru Mapel
18	Masyhuri, S.Pd	Guru Mapel
19	Imam Asy'ari, S.Pd	Guru Mapel

20	Ach. Muchlis, S.Pd.I	Guru Mapel
21	Khoridatut Toyyibah	Guru Mapel
22	Nadiatuz Zahro	Guru Mapel
23	Erika Shinta Dewi	Guru Mapel
24	Nur Asia Jamil	Guru Mapel
25	Nur Yasin	Guru Mapel
26	Makmum Amin	Guru Mapel
27	Abdul Hamid, Lc	Guru Mapel

Berdasarkan tabel di atas, kita dapat mengetahui bahwa setiap tenaga pendidik dan karyawan sekolah MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari memiliki tugasnya masing-masing, meskipun ada beberapa tenaga pendidik yang tidak linear atau tidak sejajar dari latar belakang lulusan pendidikannya dengan kegiatan mengajar yang diampui. Tetapi hampir semua tenaga pendidik telah mengikuti kegiatan pelatihan untuk meningkatkan profesionalisme kinerjanya agar dapat memberikan ilmu pengetahuan yang dapat meningkatkan potensi para siswa. Selain itu kepala sekolah juga ikut berperan dalam meningkatkan dalam mengajar di kelas.

7. Keadaan siswa MA Bustanul Ulum Bulugading

Siswa merupakan salah satu target yang dijadikan sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Salah satu tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan sekolah yaitu mendapatkan siswa disetiap tahun ajaran baru. Adapun jumlah siswa MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember Tahun 2021-2022 sebanyak 220. Berikut ini merupakan data jumlah siswa 5 tahun terakhir di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember:

Tabel 1.6

Jumlah siswa MA Bustanul Ulum

Thn Pelajaran	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah
2018-2019	53	88	89	230
2019-2020	71	57	81	209
2020-2021	67	71	53	179
2021-2022	95	67	71	233

Dari tabel jumlah perkembangan siswa/siswi MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari dalam 5 tahun terakhir menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah siswa di setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat dalam tabel terjadi penambahan jumlah siswa di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

8. Keadaan Sarana dan Prasarana di MA Bustanul Ulum Bulugading

Salah satu Prasarana adalah salah satu komponen penting dalam dunia pendidikan karena menjadi satu dari delapan Standar Nasional Pendidikan. Sehingga sekolah MA Bustanul Ulum Bulugading juga harus memiliki sarana dan prasarana Pendidikan yang digunakan sebagai fasilitas penunjang atau daya dukung untuk terlaksananya kegiatan sekolah. Berikut ini adalah data sarana dan prasarana :

Tabel 1.7
Daftar Sarana dan Prasarana di MA Bustanul Ulum
Bulugading

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Baik	Rusak ruangan
1	Jumlah ruang/rombel	9	
2	Perpustakaan	1	
3	Laboratorium	1	
4	Masjid/Musholla	1	
5	UKS		
6	OSIS		
7	BP	1	
8	Kamar mandi	2	

9	Toilet	1	
10	Computer/ Laptop	40	
11	LCD	2	
12	Ruang Kepala Madrasah	1	
13	Ruang Guru	2	
14	Kantin	3	
15	Koperasi Madrasah	1	

Sarana dan Prasarana yang dimiliki oleh MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari merupakan salah satu unsur penunjang kegiatan pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat siswa baru.

Maka untuk lebih jelasnya lagi penulis akan menjelaskannya peran penting dari sarana dan prasarana sekolah pada sub pembahasan hasil analisis penelitian yang ditemukan dilapangan.

**9. Kegiatan Pembiasaan Siswa MA Bustanul Ulum Bulugading
Bangsalsari**

Tabel 1.8

**Program Kegiatan Peserta Didik di MA Bustanul Ulum
Bulugading**

Kegiatan Harian	Kegiatan Mingguan
1 Sholat Dhuha	1. Ekstrakurikuler
2 Do'a Bersama	2. Kelas tambahan
3 Tilawah Al-Quran	3. Upacara bendera
3 Sholat Berjamaah	

**10. Kegiatan Ekstrakurikuler Siswa MA Bustanul Ulum
Bulugading Bangsalsari**

Ekstrakurikuler merupakan sarana penunjang yang disediakan sekolah untuk para siswanya dalam memperluas dan memperdalam setiap bakat, minat dan kreatifitas MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari, menyediakan kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari setiap orang tua siswa dan disesuaikan dengan usia para siswanya. Berikut adalah ekstrakurikuler yang terdapat di MA Bustanul Ulum Bulugaing :

- a. Pramuka

- b. Hadroh
- c. Tahfidz
- d. Bulu tangkis
- e. Futsal

Dari beberapa kegiatan di atas, setiap peserta didik diwajibkan ikut dalam kegiatan ekstrakurikuler.

B. Penyajian Data dan Analisis

Data-data penelitian ini didapat oleh peneliti langsung dari lapangan penelitian di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi berupa gambar dan dokumen yang terkait dalam judul penelitian ini yaitu “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember“. Data penelitian bersifat objektif sesuai yang peneliti dapatkan dari informan di lapangan.

Data yang diperoleh peneliti kemudian dianalisis berdasarkan penyajian data dari penelitian ini, diantaranya 1) Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat mahasiswa baru ke MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember, 2) Implementasi pemasaran strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa baru ke MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember, 3) Evaluasi strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik siswa baru ke MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember. Berikut adalah

penyajian data penelitian ini.

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Segala sesuatu dalam suatu tindakan memerlukan suatu rencana, yang meliputi dalam suatu kegiatan baik organisasi maupun lembaga yang menyediakan sumber daya berupa pengabdian kepada masyarakat, seperti lembaga pendidikan. Di lembaga pendidikan, manajemen pemasaran lembaga dirancang agar proses belajar mengajar efektif dan efisien untuk memaksimalkan kinerja layanan pendidikan sekolah bagi siswa dan wali siswa.

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember adalah sebuah madrasah di jenjang atas di bawah naungan yayasan Bustanul Ulum Bulugading yang terletak di Langkap Bangsalsari Jember. Dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang telah dipegang teguh oleh Madrasah Butanul Ulum Bulugading tersebut. Seperti yang telah peneliti tanyakan mengenai perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember kepada Kepala Sekolah, Bapak Shohib:

“Iya mbak, pastinya dalam sebuah pemasaran sekolah tentu adanya perencanaan, nah untuk perencanaan pemasaran di MA Bustanul Ulum Bulugading ini saya selaku kepala sekolah melibatkan sebuah tim untuk mengatur sebuah

rencana pemasaran mbk, seperti membuat tim khusus untuk mempromosikan MA Bustanul Ulum Bulugading ini. Jadi, dalam tim ini ada pembagian masing-masing tugas untuk bagaimana strategi pemasaran di MA Bustanul Ulum ini mbk

Hal tersebut juga serupa dengan jawaban yang diberikan oleh guru Humas, ibu Erika:

“Saya selaku Humas tim khusus mbk, saya melakukan perencanaan apa saja yang menjadi kebutuhan masyarakat dalam MA Bustanul Ulum Bulugading ini, jadi menampung apa yang menjadi kebutuhan masyarakat untuk madrasah ini mbk”

Kegiatan rencana manajemen pemasaran sekolah yang akan dilaksanakan akan lebih baik jika dimusyawarahkan kepada wali murid untuk mengetahui tujuan pemasaran sekolah ini dalam proses pengembangan pencapaian peserta didik baik akademik maupun non akademik. Jadi, penting untuk mengadakan pertemuan wali murid dan memusyawarahkan tentang MA Bustanul Ulum Bulugading ini.

Bapak Shohib selaku Kepala Sekolah menjelaskan perihal perkembangan MA Bustanul Ulum:

“Dalam perkembangan madrasah ini sangat baik mbk, meskipun notabennya dalam lingkungan pesanten, tetapi peningkatan dalam tahun ke tahun ini sangat baik mbk”

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari

Jember adalah sebuah madrasah dijenjang atas dibawah naungan yayasan atau pesantren Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari jember yang terletak di Bangsalsari Jember. MA Bustanul Ulum Bulugading berdiri pada tahun 1979 dan baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia pada tahun 1982.

Ibu Erika selaku Humas menambahkan penjelasan dari Bapak Shohib Kepala Sekolah:

“ maka dari itu mbk pemasaran Madrasah tentu penting bagi madrasah ini, dan agar bisa lebih berkembang luas lagi MA Bustanul Ulum ini, agar bisa di dengar oleh oleh masyarakat luas, maka dari itu dalam perencanaan pemasaran ini kita melakukan banyak hal dalam memasarkan MA ini mbk”

Setiap pendidikan sudah semestinya menyediakan pelayanan pendukung pendidikan agar berjalan sesuai rencana pelayanan. Pendukung merupakan elemen sekolah yang bertugas menjalankan proses belajar mengajar agar menjadi efektif. Pelayanan pendukung di MA Bustanul Ulum Bulugading yang dijelaskan oleh Kepala Sekolah, bapak shohib yaitu:

“Kalau pendukung pelayanan pendidikan nggeh Alhamdulillah semua guru yang mengajar disini sudah kualifikasi akademiknya sudah S1, nggeh beberapa ada yang baru itu masih berstatus kuliah semester akhir, kemudian untuk fasilitas Alhamdulillah sudah terpenuhi meskipun tidak

banyak tetapi sudah ada dan terpenuhi”

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading merupakan madrasah yang berada di jenjang atas di bawah naungan pondok pesantren, akan tetapi meskipun berada di naungan pondok pesantren MA Bustanul Ulum ini lebih unggul dalam ilmu keagamaan.

“Sekolah itukan ada visi dan misi, dari visi dan misi yang kita pihihak sekolah ini cantumkan di MA Bustanul Ulum, yang mana yang sudah tercapai bukti fisiknya apa, yang belum tercapai kendalanya itu apa. Nah dari situ mbk kita jadikan alat ukur untuk evaluasi kedepannya, jadi kendala nya dimana kita carika solusinya bersama-sama untuk mewujudkan visi dan misi sekolah. Agar sebuah pemasaran sekolah juga berjalan dengan baik sesuai yang kita dan masyrakat inginkan”

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari

Jember ini dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang tentunya sangat dipegang teguh oleh madrasah tersebut. Visi dan misi MA Butanul Ulum salah satunya yaitu menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif, inovatif tentunya juga memberikan siswa dengan life skill maupun spesifik life skill dan tidak lupa memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan mengingatkan ibadah serta berakhlaqul karimah.

2. Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Pelaksanaan manajemen pemasaran sekolah dalam menarik minat siswa di MA Bustanul Ulum Bulugading sudah di terapkan oleh pihak sekolah kepada siswa dan juga masyarakat serta wali murid peserta didik. Pelaksanaan manajemen pemasaran sekolah dalam menarik minat siswa telah dijelaskan oleh salah satu guru yaitu ibu Erik selaku penanggung jawab Humas.

“Pelaksanaan yang kami pihak sekolah laksanakan seperti mempromosikan lewat media yang sudah kami buat jadi setiap kegiatan sekolah dan sebagiannya kami upload di media social tersebut agar masyarakat tau lebih jelas tentang kegiatan sekolah di MA ini mbk, itu salah satu pelaksanaan dari strategi pemasaran sekolah di MA Bustanul ini mbk”

Dari penjelasan ibu Erik dapat kita simpulkan bahwa pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru sudah dilaksanakan oleh pihak sekolah. Dari pelaksanaan menggunakan media social serta mempromosikan sekolah, meskipun Madrasah Aliyah ini dibawah naungan pondok pesantren akan tetapi strategi pemasarannya tidak kalah saing dengan sekolah-sekolah luar.

Tambah penjelasan dari Kepala Sekolah Bapak Shohib,

“Jadi, gini mbk dalam pelaksanaan strategi pemasaran sekolah tentunya yang di laksanakan dalam pemasaran ini yaitu tidak lupa membuat brosur yang berisikan tentang visi dan misi sekolah, tujuan sekolah serta keunggulan-keunggulan dan

jurusan apa saja yang ada di MA Bustanul Ulum ini mnk”

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember ini dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang tentunya sangat dipegang teguh oleh madrasah tersebut. Visi dan misi MA Butanul Ulum salah satunya yaitu menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif, inovatif tentunya juga memberikan siswa dengan life skill maupun spesifik life skill dan tidak lupa memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan mengingatkan ibadah serta berakhlaqul karimah.

Penjelasan dari Ibu Erik sebagai Waka Humas, untuk tambahan dari penjelasan Bapak Kepala Sekolah, Bapak Shohib.

“Nah tentunya, bukan hanya brosur saja tetapi pihak sekolah dan kepala sekolah mengadakan pertemuan wali murid mbk, jadi apa yang diinginkan wali murid dalam sekolah ini bias kamitampung, dan kami bias menjadikan tampungan tersebut sebuah pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di MA Bustanul Ulum ini agar bias lebih baik lagi kedepannya”

Dalam strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa di MA Bustanul Ulum Bulugading tentunya masyarakat juga wali murid peserta didik di ikutsertakan untuk memberikan suatu pendapat dan masukan terhadap MA Bustanul Ulum ini, karena suatu masukan dari masyarakat dan wali murid tentunya juga berpengaruh dalam pelasaan strategi pemasaran jasa pendidikan.

Maka dari itu pihak sekolah selalu mengadakan sebuah pertemuan wali murid agar bisa memusyawarahkan apa saja masukan dari wali murid peserta didik tersebut.

3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Penilaian manajemen Pemasaran Pendidikan di MA Bustanul Ulum Bulugading dilakukan untuk mengetahui apakah pelaksanaan strategi pemasaran yang telah ditetapkan atau dibuat dan dilaksanakan sudah efektif dan efisien seperti yang dicita-citakan oleh madrasah. Dalam kegiatan review ini, Humas dijelaskan sebagai berikut,

“Jadi gini mbk, dalam evaluasi ini tentunya apa yang sudah pihak sekolah lakukan dalam pemasaran ini Alhamdulillah berjalan lancar, seperti bertambahnya murid dari tahun ke tahun, tetapi tidak menutup kemungkinan dalam evaluasi ini pelaksanaan dan perencanaan strategi pemasaran ini kita akan lakukan yang terbaik lagi”

Evaluasi dilakukan agar pengukuran dan perbaikan dalam kegiatan yang telah dilakukan bias kita ketahui sejauh mana pihak sekolah bias mencapai target, maka dari itu dalam strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa ini perlu adanya evaluasi agar mengetahui sejauh mana target atay hasil yang dicapai oleh sekolah dan bias mengetahui lebih lagi untuk lebih baik lagi kedepannya.

Seperti yang kepala sekolah jelaskan di wawancara ini, bapak Shohib.

“dari evaluasi ini pihak sekolah mengerti kalo peningkatan peserta didik itu sudah pasti mbk, karena dari yang dulunya tidak paham sekarang menjadi paham karena adanya strategi pemasaran ini meskipun madrasah ini dalam naungan pondok pesantren”¹⁹

MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember dalam strategi pemasaran jasa nya untuk menarik minat siswa tentuk melakukan bebrapa hal agar mencapai apa yang dinginkan seperti yang sudah dibahas dan mewawancarai bebrapa guru di madrasah tersebut dan hal yang perlu ditanyakan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang sudah dilakukan pihak sekolah.

Dari evaluasi tersebut MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember bisa mengetahui sejauh mana keberhasilan strategi pemasaran sekolah yang dilakukan oleh pihak-pihak dan msyarakat di madrasah agar bias menjadi lebih baik lagi kedepannya.

C. Pembahasan Temuan

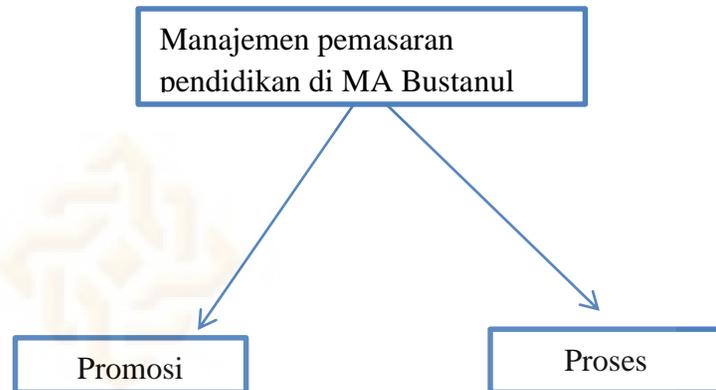
1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading yang berdiri

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Shohib selaku Kepala Sekolah di Kantor MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari pada 14 Juni 2022 pukul 11.10

pada tahun 1979 dan baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia pada tahun 1982. Madrasah Bustanul Ulum Bulugading adalah sebuah madrasah dijenjang atas di bawah naungan yayasan Bustanul Ulum Bulugading yang terletak di Langkap Bangsalsari Jember. Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading ini dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang tentunya sangat di pegang teguh oleh madrasah tersebut, visi dan misi sekolah Bustanul Ulum ini salah satunya adalah menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif dan inovatif tentunya juga memberikan siswa dengan life skill maupun spesifik life skill dan tidak lupa memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan mengingatkan ibadah serta akhlaqul karimah.

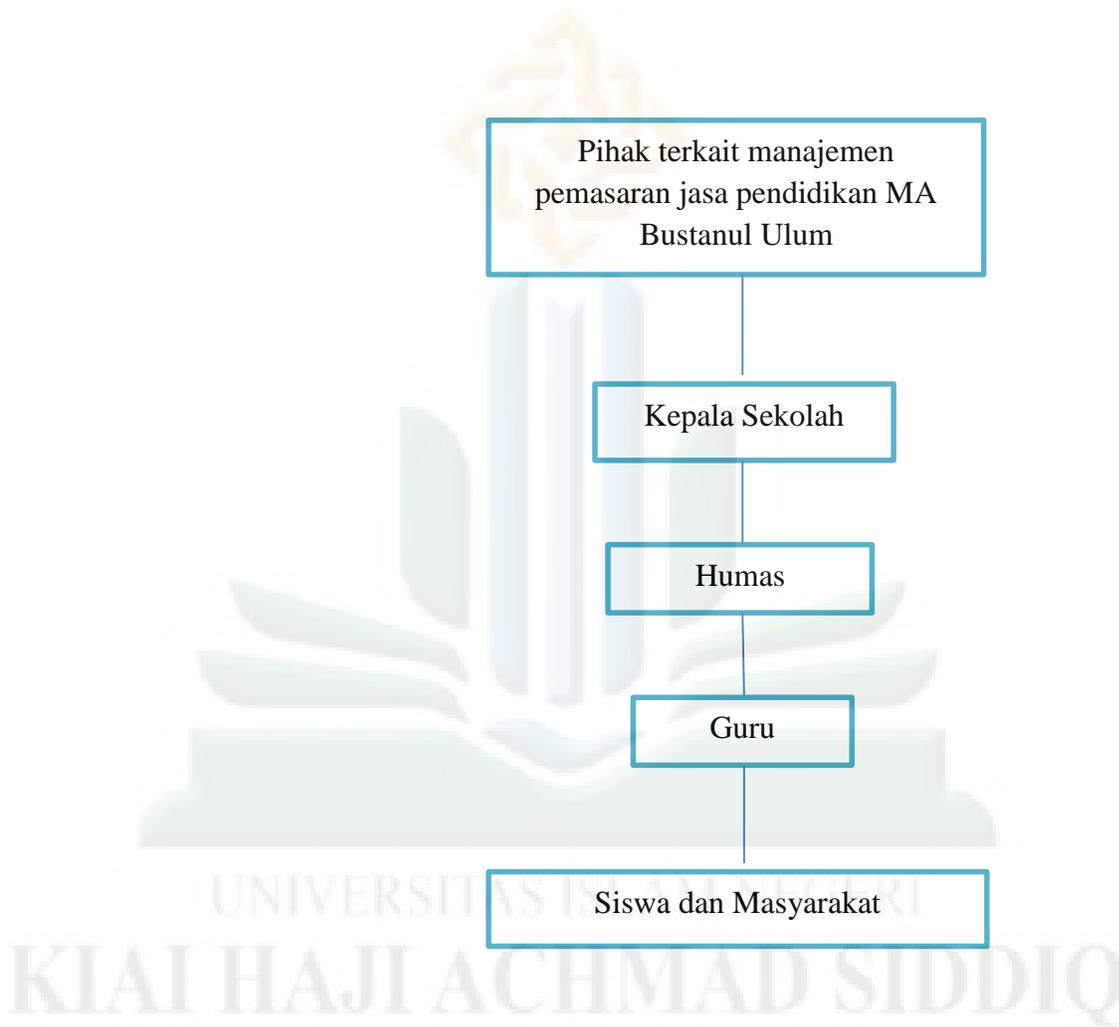
Dalam menghadapi perjalannannya MA Bustanul Ulum Bulugading ini tentu bukanlah hal yang mudah untuk menjaga eksistensinya sebagai pendidikan yang berwawasan global, karena dalam tingkat persaingan dunia pendidikan menuntut setiap pemasar sekolah untuk mampu melaksanakan kegiatan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien.



Berdasarkan hasil penyajian data penelitian melalui wawancara peneliti dengan pihak sekolah diketahui bahwa perencanaan manajemen pemasaran madrasah di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember dilakukan berdasarkan kegiatan dan fakta yang ditemui peneliti. Kegiatan atau data yang peneliti ambil dari hasil observasi dan wawancara mengungkapkan bahwa pada saat merencanakan manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa di MA Bustanul Ulum Bulugading Jember, mereka membuat rencana seperti promosi sekolah dengan promosi sekolah seperti: mengadakan pertemuan dengan orang tua dan lulusan pondok pesantren, penyebaran brosur dan promosi MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

Mengetahui perencanaan manajemen pemasaran terlebih dahulu, mengetahui manajemen pemasaran jasa pendidikan apa yang dilakukan dan dijalankan, maka dari itu pentingnya

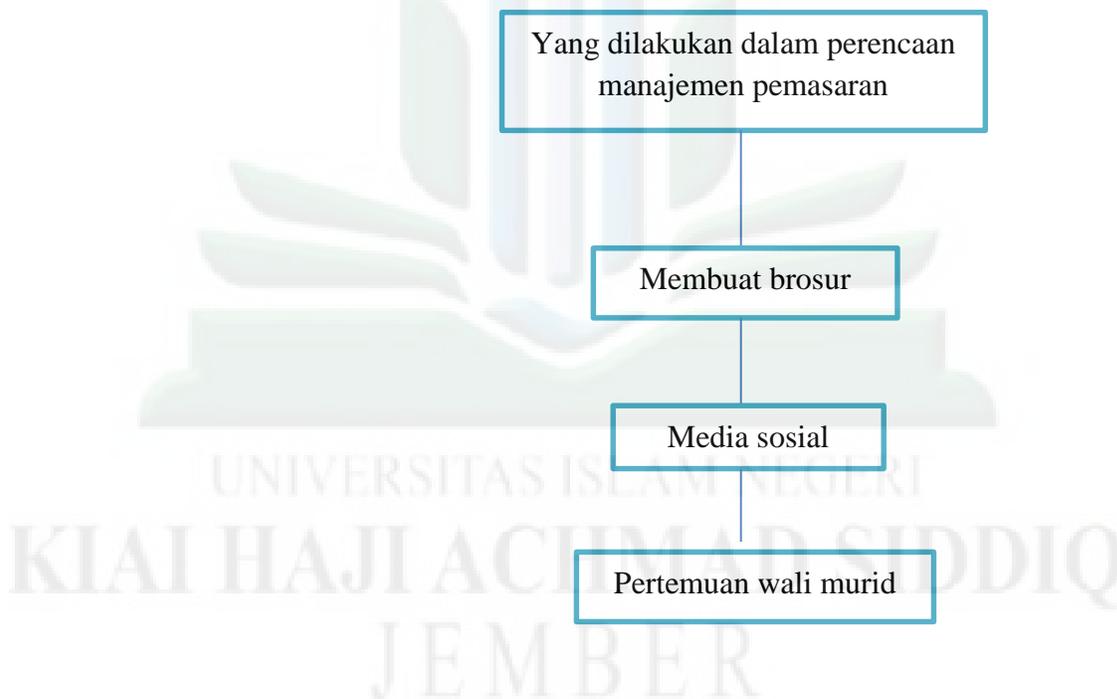
implementasi, perencanaan dan terakhir evaluasi. Dari evaluasi ini diketahui sejauh mana keberhasilan manajemen pemasaran.



2. Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bnagsalsari Jember

Setelah diadakannya perencanaan manajemen pemasaran madrasah, langkah selanjutnya adalah bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa di MA Bustanul Ulum yang telah ditetapkan untuk dilakukan atau

dilaksanakan perencanaan tersebut. Pada perencanaan manajemen pemasaran ini dilakukan berbagai tahap perencanaan, perencanaan tersebut ada berbagai cara yang akan dilakukan kepala sekolah juga waka kesiswaan dan juga humas yang turut andil mensukseskan perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember agar bias berjalan dengan efektif dan efisien.



Dalam perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan di MA Bustanul Ulum Bulugading Jember perencanaan yang pertama seperti membuat brosur pihak sekolah membuat brosur yang berisi tentang visi misi sekolah tujuan dan lain-lain.

Madarasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading ini dalam memasarkan sekolahnya tentunya mempunyai visi dan misi yang

tentunya sangat di pegang teguh oleh madrasah tersebut, visi dan misi sekolah Bustanul Ulum ini salah satunya adalah menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, kreatif dan inovatif tentunya juga memberikan siswa dengan life skill maupun spesifik life skill dan tidak lupa memperteguh keimanan kepada Allah SWT dan mengingatkan ibadah serta akhlaqul karimah.

Dengan adanya brosur tersebut masyarakat atau calon pendaftar mengetahui tujuan visi dan misi serta jurusan apa saja yang terdapat di MA Bustanul Ulum Bulugading Bnagsalsari Jember, perencanaan pemasaran menggunakan brosur tersebut juga dimulai sejak lama dan sedikit banyaknya menuai hasil. Brosur tersebut tidak hanya diberikan kepada masyarakat sekitar akan tetapi brosur tersebut diberikan kepada santri dan siswa yang berada di pondok pesantren bustanul ulum tersebut, karena santri dan siswa akan ikut serta memberikan brosur tersebut kepada wilayah masyarakat sekitar rumah satri tersebut.

Setelah membuat brosur Madrah Bustanul Ulum ini juga memiliki akun media sosial guna agar masyarakat mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan di sekolah, setiap kegiatan, lomba dan sebagainya akan terupdate di media social MA Bustanul Ulum ini. Jadi seluruh masyarakat atau yang ingin mengetahui apa saja kegiatan sekolah di madrasah tersebut akan lebih mudah untuk mengetahuinya.

Tidak hanya media social, pihak sekolah melakukan atau mengadakan pertemuan wali murid agar pihak sekolah juga mengetahui apa saja keinginan atau ada masukan terhadap madrasah dari wali murid tersebut, jadi pertemuan wali murid itu juga penting bagi pihak sekolah untuk perencanaan manajemen pemasaran madrasah.

Selain menggunakan brosur, media sosial dan juga adanya pertemuan wali murid sekolah atau MA Bustanul ulum Bulugading ini setiap tahun meningkat dengan jumlah peserta didiknya. Karena apa setiap madrasah atau sekolah harus mempunyai atau memiliki citra yang baik bagi masyarakat dan sekolah dan MA Bustanul ulum ini harus dan mengetahui bagaimana pola harmonisasi antar masyarakat dan antar madrasah.

Maka dari itu MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember ini harus tetap menjaga pola harmonisasi dan tetap menjaga citra baik nama madrasah tersebut, dengan itu salah satu perencanaan juga dalam strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat siswa baru di MA Bustanul ulum Bulugading Bangsalsari Jember.

3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Rangkaian terakhir proses penyusunan manajemen pemasaran

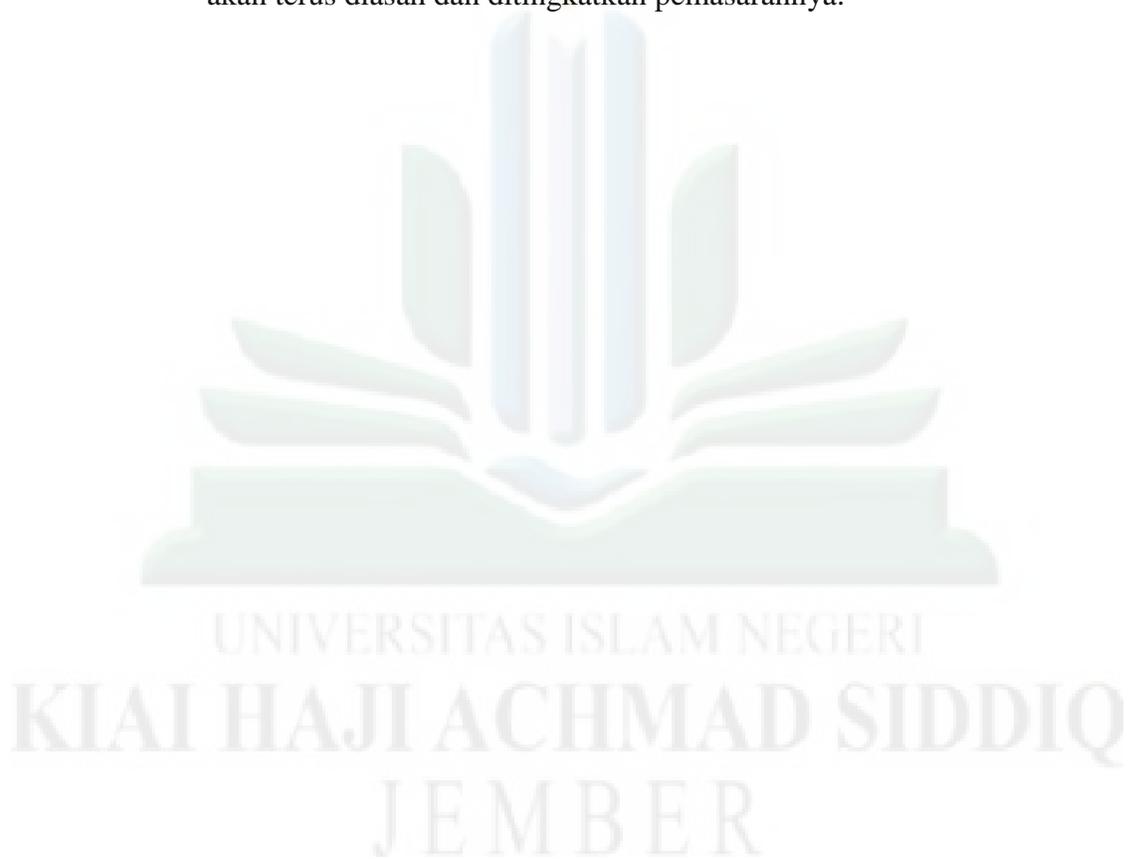
jasa pendidikan di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember dari perencanaan sampai pelaksanaannya adalah evaluasi. Evaluasi manajemen pemasaran dilakukan pada akhir suatu rencana dalam sebuah organisasi maupun lembaga. Evaluasi dilakukan untuk mengukur dan mengetahui tingkat keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan. Pada proses evaluasi ini juga dilakukan pengambilan keputusan selanjutnya mengenai suatu rencana apakah tetap dengan perencanaan sebelumnya atau berganti manajemen yang lain. Pada evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang dicapai selama proses pendidikan berlangsung.²⁰

Pada tahap evaluasi ini, manajemen pemasaran yang dilakukan dimulai dengan perencanaan pelaksanaan dan terakhir evaluasi ini telah dilakukan oleh pihak sekolah dan direncanakan serta dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Yang terpenting dalam memasarkan madrasah ini adalah bagaimana MA Bustanul Ulum dapat terus memiliki citra baik di masyarakat sekitar maupun di luar. Pada tahap evaluasi ini, kami mengukur keberhasilan setiap rencana yang dibuat oleh sekolah atau madrasah.

Pada tahap evaluasi ini strategi pemasaran jasa pendidikan di MA Bustanul Ulum ini sudah berjalan baik dengan adanya atau

²⁰ Riinawati, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Tim Thema Publishing, 2021) hlm. 13

dengan meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya. Tetapi tidak hanya mengandalkan setiap rencana tersebut, pihak sekolah akan terus mengevaluasi setiap tahunnya apa saja hambatan dan kekurangan yang akan di perbaiki kedepannya agar strategi pemasaran jasa pendidikan di MA Bustanul Ulum Bulugading ini akan terus diasah dan ditingkatkan pemasarannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan dan analisis data pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan adanya aktivitas perencanaan pemasaran jasa pendidikan dalam rapat yang diadakan di MA Bustanul Ulum yang melibatkan guru, kepala sekolah, komite sekolah, humas, staff dan juga wali kelas dalam hal menarik minat siswa baru untuk bersekolah di MA Bustanul Ulum tersebut sudah dikembangkan menjadi rencana tertulis dan terperinci dalam program promosi sekolah atau dalam memasarkan madrasah tersebut.
2. Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sudah terorganisir dengan baik oleh para personil yang diberikan tugas dan tanggung jawab dalam pemasaran jasa pendidikan seperti periklanan dengan menggunakan brosur, spanduk, pamphlet dan promosi menggunakan mulut ke mulut juga melalui pembuatan media sosial untuk memperlihatkan semua kegiatan yang ada dimadrasah MA Bustanul Ulum.
3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, evaluasi ini telah dilakukan oleh pihak sekolah dan direncanakan serta dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. Yang terpenting dalam memasarkan madrasah ini adalah bagaimana MA

Bustanul Ulum dapat terus memiliki citra baik di masyarakat sekitar maupun di luar. Pada tahap evaluasi ini, kami mengukur keberhasilan setiap rencana yang dibuat oleh sekolah atau madrasah.

B. Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember, penulis ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember harus selalu melakukan inovasi program pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.
2. MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember hendaknya selalu menjaga komunikasi dan kerjasama serta selalu menciptakan koherensi dengan berbagai pihak baik internal maupun eksternal karena kerjasama yang baik dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan madrasah, sehingga program-program madrasah dapat terkomunikasikan dengan baik antar pihak.
3. MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember harus terus meningkatkan penerapan manajemen pemasaran untuk menarik minat masyarakat menyekolahkan anaknya ke MA Bustanul Ulum.

4. MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember harus memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kualitas pendidikan baik akademik, non akademik maupun keagamaan agar masyarakat tetap percaya akan pendidikan di MA Bustanul Ulum.



DAFTAR PUSTAKA

Arifin Zainal. 2014. *Penelitian Pendidikan (Metode Paradigma Baru)*.

- Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Barnawi dan Mohammad Arifin. 2012. *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Burhanudin, Yusak. 1998. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Charless G. Walters. 1965. *Whats Is This "Marketing Management"?, The Southwestern Social Science Quartely*.
- David Wijaya. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Engkoswara, Mahmud. 2014. *Pengantar Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Lexy J. Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin, dkk. 2009. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Nyoman Sudiarta. 2011. *Strategi Pemasaran; Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan*. jurnal Ilmiah Manajemen dan Akutansi STIE Triatma Mulya.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasran Era Digital*. Jakarta: CV. Prisani Cendikia.
- Riinawati. 2021. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Yogyakarta: Tim Thema Publishing
- Rohmitriasih Hendyat Soetopo. 2015. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.

Yogyakarta: Andi.

Tohirin. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konselin*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wahimurni. 2017, *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*, (UIN Maulana Malik Ibrahim: Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

Wawancara dengan Ibu Erik selaku *Kepala Bidang Kesiswaan di Kantor MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari* pada 25 November pukul 09.19.

Wawancara dengan Bapak Shohib selaku *Kepala Sekolah di Kantor MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari* pada 14 Juni pukul 11.10.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafifatus Sariyah
NIM : T20183064
Prodi/jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulogading Bangsalsari Jember” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan yang ini saya buat dengan sebenarnya dan digunakan dengan semestinya.

Jember, 12 Oktober 2022
Saya yang menyatakan



Hafifatus Sariyah
NIM. T20183064

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Focus penelitian
manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangasalsari Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran Jasa Pendidikan 2. Menarik Minat siswa Baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan • Pelaksanaan <p>Evaluasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pendidikan, dalam pemasaran jasa pendidikan • Untuk membangun opini publik terhadap citra lembaga pendidikan dalam menarik minat siswa • Pemasaran jasa pendidikan 	<p>A. Informan Primer</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kepala Sekolah MA. Bustanul Ulum b. Wakasek Humas/Kesiswaan c. Guru d. Orang tua siswa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: deskriptif 3. Metode Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Metode Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan 5. Keabsahan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Perpanjangan Keikutsertaan b. Triangulasi Data 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangasalsari Jember? 2. Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangasalsari Jember? 3. Bagaimana evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat siswa baru di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Bangasalsari Jember?

Lampiran 2

Jurnal Kegiatan Penelitian di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember

Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
14 Juni 2022	Menyerahkan surat ijin penelitian	Ibu Erika	
15 Juni 2022	Wawancara dengan Kepala Sekolah MA Bustanul Ulum	Bapak Shohib	
17 Juni 2022	Wawancara dengan bagian Humas	Ibu Khorid	
2 Juli 2022	Observasi lapangan	Ibu Erika	
8 Maret 2022	Dokumentasi penelitian	Bapak Shohib	
12 September 2022	Meminta surat pernyataan selesai penelitian	Ibu Erika	

Jember, 12 September 2022

Kepala Sekolah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SHOHIB, S. Pd.I

Lampiran 3

Dokumentasi



mabu_official_ MA Bustanul Ulum Bulugading

YAYASAN BUSTANUL ULUM BULUGADING
MADRASAH ALIYAH BUSTANUL ULUM
Jl. PR. Bulugading Langkap Bangsalsari Jember P.O.BOX. 09 Kode Pos 68154

VISI
KEBERSAMAAN, INOVATIF, KREATIF, BERTANGGUNG JAWAB,
BERAKHLAKUL KARIMAH SERTA AGAMIS

MISI
Menyelenggarakan Pendidikan yang berkualitas, kreatif dan inovatif
Membekali siswa dengan life skill maupun spesifik life skill
Memperteguh keimanan kepada Allah SWT
Menggiatkan ibadah serta akhlaqul karimah

TUJUAN
Tujuan yang ingin dicapai oleh Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bangsalsari adalah sebagai berikut.

1. Siswa MA. Bustanul Ulum Bangsalsari mampu dan memahami kewajiban dalam menjalankan ibadah dalam kehidupan sehari-hari
2. Siswa MA. Bustanul Ulum Bangsalsari mampu menjaga silaturahmi antar sesama warga sekolah baik terhadap murid, guru serta personal sekolah lainnya
3. Siswa MA. Bustanul Ulum Bangsalsari mampu menerapkan perilaku disiplin, jujur dalam bersikap dan berucap
4. Siswa MA. Bustanul Ulum Bangsalsari mampu menjuarai beberapa lomba minimal ditingkat kabupaten pada tiap tahunnya.
5. Lulusan MA. Bustanul Ulum Bangsalsari dapat diterima di Perguruan Tinggi Negeri Favorit
6. Memberikan bekal kecakapan hidup untuk mandiri

MA Bustanul Ulum Bulugading #Madrasah_Hebat_Bermartabat
mabu_official_ #Mabu_Beda
#Mabu_Sakti

Disukai oleh annaan1701 dan 13 lainnya

mabu_official_ VISI MISI MA BUSTANUL ULUM... lainnya

14 September

mabu_official_ MA Bustanul Ulum Bulugading

PROFIL MA.BUSTANUL ULUM

A. Sejarah Berdirinya MA.BU

MA Bustanul Ulum Bulugading berdiri pada tahun 1979, tepatnya 1 Juli 1979 dengan di Kepalal oleh Bpk. Drs.Saiful Bahri.

Pada tanggal 17 Nopember 1982 MA.Bustanul Ulum Bulugading Langkap Bangsalsari Jember baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia.

Dalam perjalanannya MA.Bustanul Ulum Bulugading tentulah bukanlah hal yang mudah untuk menjaga eksistensinya sebagai pendidikan yang berwawasan global, banyak hal yang harus dihadapi dari berbagai kendala antara lain: Pertama pengadaan fasilitas yang meliputi : ruang kelas, kantor, dan sarana olah raga lainnya. Kedua pengadaan tenaga pendidik. Ketiga perekrutan siswa baru. Keempat, menjaga mutu (Kwalitas) prestasi siswa, dan masih banyak lagi hal – hal yang membutuhkan perhatian khusus dari semua pihak baik dari lembaga itu sendiri, Yayasan, Pondok Pesantren, maupun pihak terkait lainnya seperti dukungan masyarakat sekitar dan instansi pemerintah.

Pada tahun 1981 MA.Bustanul Ulum meregenerasi Kepala Madrasah Aliyah Bustanul Ulum dari Bpk. Drs. Saiful Bhari ke generasi berikutnya yaitu Bpk. Abdul Wahid. Dimasa beliau beberapa pembinaan terus ditingkatkan, namun karena kurangnya fasilitas dan dana oprasional pada waktu itu maka beliau hanya bisa bertahan hingga tahun 1986. Pada tahun berikutnya Madrasah Aliyah Bustanul Ulum tidak lagi beroperasi (Vakum) yaitu dari tahun pelajaran : 1986 – 1987, 1987 – 1988, 1988 – 1989, atau tiga periode.

Atas desakan dan inisiatif para tokoh masyarakat juga instansi pemerintah maka, pada tahun 1989 atau tepatnya tanggal 1 Juli 1989 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading Aktif kembali dengan dikepalai oleh Bpk. Drs Mustofa Hisyam, S.H. Beliau memimpin Madrasah Aliyah Bustanul Ulum hingga periode 1989 – 1990. namun tidak selang beberapa lama pada tanggal 1 Juli 1990 Kepala Madrasah Aliyah Bustanul Ulum digantikan lagi kepada Bpk. Drs. Saiful Faozi.

Eksistensi Madrasah Aliyah Bustanul Ulum terus mengalami peningkatan di

segala bidang pada tahun 1993 baru mendapatkan pengakuan dari Departemen Agama Republik Indonesia.

Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading mulai diperhitungkan keberadaannya hingga pada tahun 1999 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum mulai mendapatkan peringkat pertama kali yaitu dengan terakreditasi DIAKUI dengan nilai B.

Bpk. Drs.Saiful Faozi telah membuka lembaran baru untuk meningkatkan mutu Madrasah sampai ke jenjang diakui hingga pada tanggal 1 Juli 2003 jabatan beliau digantikan kepada Bpk. H.Muh.Hasyim Baidlowi, S.Pd.

Madrasah Aliyah terus berbenah untuk melanjutkan tradisi terakreditasi sampai pada tahun 2006 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum berhasil terakreditasi dengan peringkat " B " (baik) berdasarkan hasil akreditasi Madrasah yang dilakukan oleh Dewan Akreditasi Madrasah Provinsi Jawa Timur.

Pengembangan dan peningkatan mutu terus berjalan hingga pada tahun 2011 Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading berdasarkan BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH (BAN-S/M) mendapatkan peringkat " A " dengan jumlah nilai" 87".

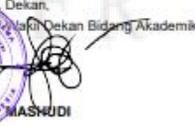
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





Lampiran 4

Surat ijin penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN Jl. Mataran No. 01 Mangli, Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos. 68136 Website www.http://itk.uinhas-jember.ac.id Email: tarbiyah@uinjember.jgswal.com
<hr/>	
Nomor : B-3869/In.20/3.a/PP.009/06/2022 Sifat : Biasa Perihal : Permohonan Ijin Penelitian	
Yth. Kepala MA Bustanul Ulum Bulugading Jl. Krajan, Tisnogambar, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68154	
Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :	
NIM	: T20183064
Nama	: HAFIFATUS SARIYAH
Semester	: Semester delapan
Program Studi	: MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MA Bustanul Ulum Bulugading Bangsalsari Jember" selama 15 (lima belas) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu Shohib. S.Pd.I	
Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.	
Jember, 14 Juni 2022 Dekan, Maklul Dekan Bidang Akademik,	
  MASHUDI	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



**YAYASAN BUSTANUL ULUM BULUGADING
MA BUSTANUL ULUM**

Jalan PP, Bulugading Nomor 125 Langkap Bangsalsari Jember 68154 PO. BOX. 69
Telepon: (0331) 711 875 Email: matubustanulul@gmail.com

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: 147/ Mas.13.12.532/PP.00.6/09/2022

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SHOHIB, S.Pd.I
Jabatan : Kepala Madrasah
Alamat : Jalan Ahmad Yani Dusun Krajan Kidul RT/ RW: 002/016
Balung Kulon Balung Jember

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : HAFIFATUS SARIYAH
Stambuk : T20183064
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Sekolah/Univ. : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Bustanul Ulum Bulugading selama 15 (Lima Belas) hari, terhitung mulai tanggal 29 Juni s/d 21 Juli 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/ Penelitian yang berjudul : **"STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU DI MA BUSTANUL ULUM BULUGADING BANGSALSARI JEMBER"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Bangsalsari, 22 Oktober 2022

Kepala Madrasah



SHOHIB, S.Pd.I



BIODATA PENULIS

1. Identitas Diri

Nama Lengkap : Hafifatus Sariyah
NIM : T20183064
Tempat/tanggal Lahir : Jember, 17 Oktober 1999
Alamat : Jl. Hosco Kroaminoto 1/6/53 Jember Kidul, Kaliwates
Agama : Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Telp : 0895388878691

2. Riwayat Pendidikan

TK Al-Hidayah 2 (Tahun 2006)
SDN Kepatihan 7 (Tahun 2012)
Mts Bustanul Ulum (Tahun 2015)
MA Masyithah (Tahun 2018)
UIN KHAS Jember (Tahun 2022)

3. Riwayat Organisasi

Pengurus Ikatan Mahasiswa Santri Bulugading