PEMASARAN STRATEJIK
SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

TESIS

Oleh:

Entin Rusmartiningsih

NIM.0849118025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PASCASARJANA IAIN JEMBER

AGUSTUS 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PEMASARAN STRATEJIK
SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan

Oleh:

Entin Rusmartiningsih

NIM.0849118025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PASCASARJANA IAIN JEMBER

AGUSTUS 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERSETUJUAN

Tesis dengan judul "**Pemasaran Stratejik Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember**" yang ditulis oleh **Entin Rusmartiningsih** ini, telah direvisi dan disetujui untuk diuji dalam ujian tesis.

Jember, 24 Juli 2020
Pembimbing I

Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, Lc. M.Pd.I
NIP. 197403202007101004

Jember, 24 Juli 2020
Pembimbing II

Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I
NIP. 198106092009121004

Jember, 24 Juli 2020
Mengetahui
Ketua Program Pascasarjana MPI

Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, Lc. M.Pd.I
NIP. 197403202007101004

PENGESAHAN

Tesis dengan judul **"Pemasaran Stratejik SD AL Baitul Amien 02 Jember"** yang ditulis oleh Entin Rusmartiningsih ini, telah dipertahankan di depan dewan penguji tesis pascasarjana IAIN Jember pada hari Selasa, 18 Agustus 2020 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd)

DEWAN PENGUJI

1. Ketua penguji : Dr. Kun Wazis, M.I.Kom (.....)
2. Anggota
   a. Penguji Utama : Dr. H. Sofyan Tsauri, M. M. (.....)
   b. Penguji I : Dr. H. Zainuddin Al-Haj Zaini, Lc,M.Pd (.....)
   c. Penguji II : Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I (.....)

Jember, 18 Agustus 2020

Mengesahkan

Pascasarjana IAIN Jember

Direktur,

KEMENTERIAN AGAMA PASCASARJANA IAIN JEMBER REPUBLIK INDONESIA

Prof. Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A

NIP. 196101041987031006

ABSTRAK

Rusmartiningsih, Entin. 2020. Pemasaran Stratejik Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Jember. Pembimbing I: Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, Lc. M.Pd.I. Pembimbing II: Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I.

Kata Kunci: Pemasaran Stratejik

Banyaknya lembaga pendidikan dengan berbagai kelebihan dan program sekolah yang ditawarkan, menuntut sebuah lembaga pendidikan untuk mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan akademis dan di tengah masyarakat. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu memiliki pemasaran stratejik agar lembaga pendidikan semakin kompetitif.

Fokus penelitian ini membahas 1) Bagaimana SD Al Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya?, 2) Bagaimana desain pemasaran stratejik yang dipilih SD Al Baitul Amien 02 Jember?, 3) Bagaimana implementasi pemasaran stratejik yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember?.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses SD Al Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya, mendeskripsikan desain strategi pemasaran yang dipilih, serta untuk mendeskripsikan implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumen. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang dilakukan secara interaktif dengan data *condentation*, data *display*, dan *conclusion*. Keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber data dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya dalam waktu yang sangat cepat, sehingga mereka mampu mengetahui beberapa kekuatan dan kelemahan untuk menghadapi ancaman serta mengambil peluang di masa depan, 2) Lembaga ini memandang masyarakat Kaliwates adalah masyarakat kota yang sebagian besar penduduknya adalah pegawai yang sibuk dengan pekerjaannya, mereka adalah orang tua yang mempertimbangkan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran, faktor biaya pendidikan bukan menjadi prioritas utama, hadirnya *full day school* dengan konsep pembelajaran yang komprehensif sangat cocok bagi perkembangan dan pendidikan anaknya. 3) implementasi pemasaran stratejik di sekolah ini yaitu dengan menempatkan orang – orang yang berusia muda dalam posisi struktural sehingga bisa membawa dampak perubahan budaya yaitu untuk tetap semangat dalam menghadapi perubahan zaman, selain itu pelaksanaan *marketing mix* (7P) selalu dievaluasi oleh kepala sekolah yang bersinergi dengan LPA dan yayasan masjid jami' sehingga selalu terjaga kualitas pembelajaran dan layanan kepada semua pengguna jasa pendidikan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRACT

Rusmartiningsih, Entin. 2020. Strategic Marketing of Al Baitul Amien 02 Primary School of Jember. Thesis. Islamic Education Management Study Program. Post Graduate School of the State Islamic Institute of Jember. Supervisor I: Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, LC. MPd.I, Supervisor II: Dr. Zainal Abidin, MSI.

Keywords: Marketing Strategic

There are many educational institutions with so many qualified programs offered, demands an institution that is able to establish their existence in the academic competition and in the society. School as the provider of educational service needs to have strategic marketing in order to build competitiveness.

This research focuses on: 1) How SD Al Baitul Amien 02 of Jember analyses the internal and external circumstances? 2) How is the design of marketing strategic selected by SD Al Baitul Amien 02 Jember? 3) How is the marketing strategic implemented by SD Al Baitul Amien 02 Jember?

This research aimed to describe the effort of SD Al Baitul Amien 02 Jember in analysing their marketing strategic internally and externally. This research has also described the design of the marketing strategic selected and described the implementation of the marketing strategic by SD Al Baitul Amien 02 Jember.

This research is qualitative in nature. The data collection technique employed observations, interviews, and documents analysis. Data analysis process employed Miles, Huberman and Saldana qualitative data analysis technique by using data condensation, data display, and data verification or conclusion drawing. Data triangulation is utilised to check the trustworthiness of data by sources of data and technique triangulation.

The research findings showed that: 1) SD Al Baitul Amien 02 Jember has tried to analyse their internal and external circumstances quickly. In this way, they are able to understand their strength and weaknesses in order to take opportunity in the future. 2) This institution sees that the people in sub-district of Kaliwates are the urban people and most of them are busy workers. They are the parents who consider religiousity and success in learning are important for their children. The factor of expenses and school fees are not priority for them. The full day school is appropriate for their children. 3) The implementation of marketing strategic, i.e. by positioning the younger staffs has proved to give benefits for development. Apart from that, the marketing mix (7P) have been evaluated by the principal who has built the synergy with LPA and the foundation of masjid jami' and thus they are always provide the quality of educational services for all users.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ملخص البحث

روسمارتينينجسيه، أنتين. 2020. استراتيجية التسويق للمدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر. بحث علمي. برنامج الدراسات العليا بالجامعة الاسلامية الحكومية جمبر قسم إدارة التربية الإسلامية تحت الإشراف: (1) الدكتور الحاج زين الدين الحاج زيني الماجستير، و(2) الدكتور زين العابدين الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق

كان عدد كبير من وجود المؤسسات التعليمية التي لديها المزايا المختلفة والبرامج المدرسية المقدمة يتطلب لتكون متمكنا من الحفاظ على وجودها في المنافسة الأكاديمية والمجتمع. وتحتاج المدارس بصفتها محهزة الخدمات التعليمية إلى استراتيجية التسويق لكي تصبح مؤسسات تعليمية تقدر على التنافس جيدا.

أما تركيز هذا البحث فهو (1) كيف تقوم ا لمدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر بتحليل بيئته الداخلية والخارجية؟ و(2) كيف يتم اختيار تصميم استراتيجية التسويق من قبل ا لمدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر؟ و(3) كيف تنفيذ استراتيجية التسويق التي قامت بها المدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر؟

أما أهداف هذا البحث فهي وصف قيام ا لمدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر بتحليل بيئته الداخلية والخارجية، و اختيار تصميم استراتيجية التسويق، وتنفيذ استراتيجية التسويق التي قامت بها المدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر.

استخدمت الباحثة في هذا البحث مدخل البحث الكيفي مع صورة وصفية من خلال دراسة الحالة. وتم جمع البيانات باستخدام المشاركة، والملاحظة، والمقابلة، والوثائق. وعن طريقة تحليل التفاعلية باستخدام طريقة مايلز (Miles) وهوبرمان (Huberman) التي تشتمل على: جمع البيانات، وتخفيض البيانات، وعرض البيانات والتحقق من البيانات. وتم التحقق من صحة البيانات عن طريق تثليث المصادر والطرائق.

أما النتائج التي حصلت عليها الباحثة فهي: (1) أن المدرسة الإبتدائية العامة البيت الآمين 2 بجمبر قد حاولت على تحليل بيئته الداخلية والخارجية في أسرع وقت ممكن، حتى يتمكنوا من تحديد بعض نقاط القوة والضعف لمواجهة التهديدات واغتنام الفرص في الأيام المستقبلة، و(2) أن تنظر هذه المؤسسة إلى المجتمع "كاليواتيس" بصفته من المجتمعات المدينة حيث يكون معظم السكان من الموظفين المشغولين بأعمالهم الذين يهتمون بالأمور الدينية والإنجازات في مختلف مجالات التعلم، ويرون أن عامل تكلفة التعليم ليس من الأشياء الأولوية، ووجود تعليم في المدرسة لمدة يوم كامل بمفهوم تعليمي شامل يكون مناسبا جدًا للتطوير وتعليم أبنائهم. و(3) أن تنفيذ استراتيج التسويق في هذه المدرسة يعني عن طريق وضع المدرسين الشباب بصفتهم المئسولين في تنظيم الهيكل حيث يمكنهم التأثير على التغيير الثقافي يعني الاعتماد على الحماسة في مواجهة الأوقات المتغيرة، بجانب ذلك فأن تنفيذ المزيج التسويقي (7P) يتم تقويمه دائمًا من قبل مدير المدرسة مستعينا بـ LPA ومؤسسة المسجد الجامع حيث يجري الحفاظ دائمًا على جودة التعليم والخدمات لجميع مستخدمي خدمات التعليم.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Tesis yang berjudul *Pemasaran Stratejik Sekolah Dasar AL Baitul Amien 02 Jember* diangkat oleh penulis karena ketertarikan penulis pada dunia pemasaran pendidikan. Bidang pemasaran merupakan keunikan dan tantangan tersendiri dalam sebuah manajemen. Sebagus-bagusnya sebuah kepemimpinan jika organisasi tersebut tidak memiliki strategi dalam memasarkan lembaga pendidikannya maka bisa jadi lembaga tersebut akan mengalami keterlambatan dalam proses perkembangannya.

Dalam hal ini penulis membahas tentang pemasaran stratejik pendidikan Islam yang mana sekolah Islam perlu melakukan sebuah gebrakan dan inovasi-inovasi baru program pendidikan yang menjadi pembeda dengan sekolah lain atau yang biasa disebut *differensiasi* program agar lembaga pendidikan itu berbeda dengan lembaga lain sehingga mudah dikenal oleh banyak orang.

Pemasaran stratejik merupakan sebuah sistem yang dirancang untuk membantu manajemen menciptakan, mengubah, dan mempertahankan sebuah strategi program pendidikan serta menciptakan visi strategis di masa depan yang tentunya eksistensi lembaga dalam jangka panjang bisa diatur dan direncanakan dalam sebuah strategi, sehingga lembaga pendidikan Islam akan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain. Persaingan ini bukan berarti untuk saling mengalahkan satu sama lain, namun merupakan cambuk bagi seorang pemimpin untuk tidak sekedar mempertahankan sebuah lembaga, tetapi berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan lembaga pendidikannya secara optimal dalam jangka waktu yang cepat dengan berbagai program pendidikan yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan perkembangan jaman.

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas karunia dan limpahan nikmat-Nya sehingga tesis dengan judul *Pemasaran Stratejik SD Al Baitul Amien 02 Jember* ini dapat terselesaikan dengan baik dan pendidikan pascasarjana bisa ditempuh empat semester.

Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya menuju agama Allah sehingga tercerahkanlah kehidupan saat ini.

Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Pendidikan pada program studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Jember. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak selama menyelesaikan tesis ini, tidak akan mungkin dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya teriring do'a *jazaakumullahu ahsanal jaza* kepada para pihak:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.MM selaku Rektor Direktur Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan ijin dan bimbingan yang bermanfaat.
2. Prof. Dr. H. Abd, Halim Soebahar, M.A. selaku Direktur Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan motivasi, sekaligus memberikan banyak ilmu kepada kami.
3. Dr. Kun Wazis, M.I.Kom selaku ketua penguji yang telah memberi kemudahan dalam proses ujian serta beberapa pengarahan tentang ruang lingkup tesis ini
4. Dr. H. Sofyan Tsauri, M.M selaku penguji utama dan juga dosen beberapa mata kuliah yang telah memberikan banyak wawasan, masukan, dan pengarahan, sehingga memperlancar penulisan tesis ini.
5. Dr. H. Zainuudin Al-Haj Zaini, M.Pd Kaprodi MPI dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, sekaligus memberikan banyak ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran, petunjuk dan arahan selama penyusunan tesis ini.
6. Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu baru, bimbingan dengan penuh kesabaran, dan pengarahan yang luar biasa, sehingga penelitian dan penulisan tesis ini berjalan dengan lancar serta bisa selesai tepat waktu.
7. Seluruh Dosen Pascasarjana IAIN Jember yang telah memberikan ilmu, mendidik dan membimbing selama penulis menempuh pendidikan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

8. H. Muzakki Hidayat, M.M selaku Kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember yang telah memberikan ijin dan bersedia menjadi objek penelitian, serta memberi banyak informasi dan wawasan dalam sebuah kepemimpinan khususnya tentang implementasi pemasaran pendidikan.
9. Abdul Holik, M.Pd saat tahun 2018 menjabat Kepala SD Al Furqan dan memberi ijin kepada saya untuk melanjutkan studi ini.
10. Hadi Basuni, S.Pd saat ini menjabat Kepala SD Al Furqan yang selalu memberi kemudahan dalam setiap perijinan saya selama menjalani kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
11. Rekan kerja di SD AF, Ustadzah Marsi, Ustadzah Aminah, Ustadzah Ririn, teman-teman *mahmud investor*, dan yang lain yang tidak bisa saya sebut di sini, terimakasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya
12. Kedua orang tua tercinta (Bapak Hudori dan Ibu Sri Hartatik), serta ibu mertua saya (Ibu Sulastri) yang selalu mendukung dan tak henti-hentinya dalam memberi support dan selalu mendoakan saya.
13. Suami tercinta (Doan Kurnia AS) yang selalu memberi dukungan, doa, dan selalu sabar dalam membantu semua urusan kuliah, urusan rumah, dan anak-anak.
14. Anak-anakku tercinta (Muthia Mayza Mumtaz dan Fathan Mubina Rizqullah) yang selalu loss/nggak rewel ketika bunda sering meninggalkan kalian selama penyelesaian pendidikan pascasarjana ini.
15. Adikku satu-satunya (Nova Alviati) yang selalu membantu mensukseskan semua aktivitasku, menemani *my baby*s untuk sementara waktu.
16. Teman-teman seperjuangan di Pascasarjana IAIN Jember yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan hingga terselesaikannya tesis ini.

Semoga penyusunan tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca/peneliti selanjutnya.

Jember, Agustus 2020

Penulis

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR vii

UCAPAN TERIMAKASIH viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 8

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 9

E. Definisi Istilah 10

F. Sistematika Penulisan 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu 13

B. Kajian Teori 26

1. Pemasaran Stratejik 26

2. Analisis Lingkungan Pemasaran 30

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Desain Strategi Pemasaran Pendidikan 33
a. Segmentasi Pasar (Segmentation) 35
b. Penentuan Pasar sasaran (Targeting) 37
c. Penempatan Produk (Positioning) 39
4. Implementasi Strategi Pemasaran 41
a. Produk 43
b. Price 43
c. Place 44
d. promotion 45
e. People 47
f. Physical evidence 48
g. Process 49
C. Kerangka Konseptual 54
BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 56
B. Lokasi penelitian 56
C. Kehadiran Peneliti 57
D. Subyek penelitian 57
E. Sumber Data 60
F. Teknik Pengumpulan Data 60
1. Observasi 60
2. Wawancara 62
3. Dokumen 63

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

G. Analisis Data 63
1. Kondensasi Data 63
2. Penyajian Data 64
3. Penarikan Kesimpulan 64
H. Keabsahan Data 65
I. Tahapan-tahapan Penelitian 66

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian 67
1. Sejarah singkat berdirinya SD Al Baitul Amien 02 Jember 67
2. Profil SD Al Baitul Amien 02 Jember 70
3. Visi, misi, dan tujuan sekolah 72
4. Kondisi pendidik dan tenaga kependidikan 76
5. Kondisi siswa 77
6. Sarana dan Prasarana 79
B. Paparan Data dan Analisis 80
1. Analisis lingkungan SD Al Baitul Amien 02 Jember 80
a. Analisis lingkungan internal 80
b. Analisis lingkungan eksternal 85
2. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember 89
a. Segmentasi pasar (Segmentation) 89
b. Penentuan pasar sasaran (Targeting) 91
c. Penempatan produk (Positioning) 93

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember 95
1. Product.....96
2. Price 103
3. Place.....105
4. Promotion 107
5. People 108
6. Physical Evidence.....112
7. Process.....121
C. Temuan Penelitian 127
1. Analisis lingkungan SD Al Baitul Amien 02 Jember.....127
2. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember.....129
3. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember 131
BAB V PEMBAHASAN
A. Analisis lingkungan SD Al Baitul Amien 02 Jember.....137
B. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember.....140
1. Segmentasi pasar (Segmentation).....140
2. Penentuan pasar sasaran (Targeting) 140
3. Penempatan produk (Positioning).....142
C. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember 144
1. Product.....144
2. Price 146
3. Place.....147
4. Promotion 148

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. People 152
6. Physical Evidence 154
7. Process 155
BAB VI PENUTUP
A. Kesimpulan 157
B. Saran 161
DAFTAR PUSTAKA 163
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....166

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR TABEL

No	Tabel	Keterangan	Halaman
1	2.1	Orisinalitas penelitian	20
2.	2.2	Matrik SWOT	32
3.	3.1	Tahapan-tahapan penelitian	66
4.	4.1	Daftar nama kepala SD AL Baitul Amien 02 Jember	70
5.	4.2	Daftar pendidik dan tenaga kependidikan berdasarkan usia	76
6.	4.3	Daftar pendidik dan tenaga kependidikan berdasarkan linieritas pendidikan	77
7.	4.4	Data Jumlah siswa	78
8.	4.5	Daftar Inventaris sekolah secara umum	79
9.	4.6	Struktur kurikulum	100
10.	4.7	Jadwal pelajaran	102
11.	4.8	Rincian biaya pendidikan bagi siswa baru	103
12.	4.9	Daftar menu makan siang	124
13.	4.10	Temuan penelitian	133

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Keterangan	Halaman
1	2.1	Perbandingan organisasi tradisional dan modern	29
2.	2.2	Tujuh elemen *marketing mix*	42
3.	2.3	Kombinasi formulasi dan implementasi strategi	52
4.	2.4	Analisis perubahan budaya	52
5.	2.5	Kerangka konseptual	54
6.	3.1	Komponen analisis data	65
7.	4.1	Struktur Lembaga pendidikan Al Baitul Amien (LPA)	71
8.	4.2	Struktur organisasi SD Al Baitul Amien 02 Jember	72
9.	4.3	Brosur LPA tentang program pendidikan	91
10.	4.4	Brosur LPAtentang rincian biaya pendidikan	92
11.	4.5	Lokasi sekolah	106
12.	4.6	Contoh surat pernyataan calon pegawai	109
13.	4.7	Kegiatan workshop pendidik dan tenaga kependidikan	111
14.	4.8	Pendidik dan tenaga kependidikan	113
15.	4.9	Masjid SD Al Baitul Amien 02 Jember	114
16.	4.10	Laboratorium komputer	115
17.	4.11	UKS	116
18.	4.12	Kamar mandi sekolah	117
19.	4.13	Perpustakaan	118
20.	4.14	Tempat penghargaan/trophy	119
21.	4.15	Ruang tamu	120
22.	4.16	Kondisi kelas yang dilengkapi dengan AC dan LCD	122
23.	4.17	Kondisi kelas saat makan siang	123
24.	4.18	Kondisi depan kelas	126

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB–LATIN

No	Arab	Indonesia	Keterangan	Arab	Indonesia	Keterangan
1	ا	‘	Komadi atas	ط	t}	te dg titik dibawah
2	ب	b	Be	ظ	Z	Zed
3	ت	t	Te	ع	‘	Komadi atas terbalik
4	ث	th	te ha	غ	Gh	ge ha
5	ج	j	Je	ف	F	Ef
6	ح	h}	ha dengan titik di bawah	ق	Q	Qi
7	خ	kh	ka ha	ك	k	Ka
8	د	d	De	ل	l	El
9	ذ	dh	de ha	م	m	Em
10	ر	r	Er	ن	n	En
11	ز	z	Zed	و	w	We
12	س	s	Es	ه	h	Ha
13	ش	sh	es ha	ء	‘	Koma Diatas
14	ص	s}	es dgtitik dibawah	ي	y	es dgtitik dibawah
15	ض	d}	de dg titik dibawah	-	-	de dg titik di bawah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan dengan berbagai kelebihannya, baik pendidikan umum maupun pendidikan berbasis Islam, menuntut lembaga pendidikan agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan akademis dan di tengah masyarakat. Tidak hanya berusaha untuk bertahan, tetapi juga lembaga pendidikan harus mampu meningkatkan kualitas lembaganya agar tetap diminati masyarakat.

Tanpa melakukan langkah strategis sebagai upaya meningkatkan kualitas lembaga, maka kemungkinan untuk ditinggalkan pengguna jasa pendidikan akan semakin besar. Terlebih lagi dengan banyaknya tawaran lembaga pendidikan yang menyajikan lulusan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pangsa pasar, disertai juga dengan adanya fasilitas pemerintah dengan adanya pendidikan gratis.

SD Al Baitul Amien 02 Jember berdiri tahun 2012. Lembaga pendidikan Islam ini tergolong sebagai lembaga baru di Jember. Sekolah ini memberlakukan *full day school* dengan berbagai macam kegiatan sekolah, misalnya pembiasaan shalat dhuha, dan pembiasaan shalat dhuhur serta shalat ashar berjamaah. Siswa belajar mulai pukul 07.00 hingga pukul 16.00. Karena lamanya proses belajar maka siswapun mendapat fasilitas makan siang dari sekolah.[1] Lamanya belajar dan padatnya kegiatan sekolah tidak membuat lembaga ini memberlakukan biaya

[1] Observasi tanggal 20 Januari 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang sangat mahal karena biaya pendidikan masih terjangkau oleh masyarakat Jember.

Dengan sistem pendidikan *full day school* yang diterapkan, maka orang tua yang memiliki banyak kesibukan tidak perlu khawatir putra-putrinya bermain bebas di luar tanpa pengawasan karena dalam lembaga ini mereka mendapatkan pendidikan yang terpadu antara pendidikan agama dan pendidikan umum, sehingga bekal untuk mempersiapkan masa depan mereka semakin terarah. Terlebih lagi lokasi lembaga ini yang strategis karena berada di jalur kedua dari jalan Nasional Jember sehingga tidak menyulitkan para orang tua untuk mengantar dan menjemput putra-putrinya baik dengan kendaraan pribadi ataupun dengan kendaraan umum.[2]

Sekolah ini tergolong lembaga baru. Namun, lembaga ini berkembang sangat pesat. Terbukti saat proses akreditasi pertama kali langsung meraih nilai A, jumlah siswa saat ini mencapai 536 siswa dengan 20 rombongan belajar.[3] SD Al Baitul Amien 02 Jember melakukan kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) mulai Bulan November atau Desember setiap tahunnya, jadi ketika sekolah lain masih sibuk melakukan kegiatan PPDB atau bahkan masih mencari siswa baru, sekolah ini sudah siap dengan calon murid di tahun ajaran berikutnya yang dilengkapi dengan seragam serta buku baru yang akan digunakan siswa.[4]

Nama dan gaung SD Al Baitul Amien 02 Jember mencuat tidak hanya di Jember namun di tingkat propinsi pun banyak yang mengenal sekolah ini karena setiap ada event perlombaan akademik maupun nonakademik, siswa sekolah ini

[2] Wawancara, Fitriasari, 2 Juli 2020
[3] Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember
[4] Observasi, 20 Januari 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

selalu ada dan tampil mengisi daftar kejuaraan di berbagai bidang perlombaan.[5] Salah satu event nasional yang tidak pernah absen adalah KMNR (Kompetisi Matematika Nalaria Realistik) dan beberapa lomba lainnya baik di tingkat kabupaten, propinsi, maupun tingkat nasional, begitu yang disampaikan oleh Ari Kurniawan salah satu pembina olimpiade Matematika dan IPA sekaligus pemilik lembaga bimbingan belajar Phytagoras Jember yang selalu aktif dalam berbagai event perlombaan di kancah nasiaonal.[6]

Kendati lembaga ini sebagai sekolah baru di Kecamatan Kaliwates, sederet prestasi telah SD Al Baitul Amien 02 Jember raih, baik lomba-lomba tingkat regional maupun tingkat nasional. Hal inilah yang menjadi nama sekolah ini semakin dikenal dan diketahui oleh masyarakat sehingga memicu pengembangan baik dari sisi kualitas maupun kuantitas siswanya.[7]

Sekolah Dasar Islam (SDI) yang berkualitas memang perlu dipromosikan agar bisa diketahui oleh masyarakat dan dapat meyakinkan calon wali murid untuk mempercayakan putra-putrinya di lembaga pendidikan Islam tersebut, karena Sekolah Dasar (SD) merupakan pendidikan utama bagi peserta didik terutama dalam agama Islam, di mana lembaga Sekolah Dasar merupakan pondasi bagi peserta didik agar bisa mempelajari berbagai bidang ilmu pengetahuan baik ilmu umum maupun ilmu agama, misalnya menghafal bacaan dzikir dan doa-doa shalat, serta mempraktekkannya agar menjadi kebiasaan dalam hidupnya.

Pergeseran lingkungan dan kekuatan persaingan dalam dunia pendidikan menyebabkan timbulnya kesenjangan antara tuntutan lingkungan dan persaingan

[5] Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember Data Prestasi dalam Histori 2014 – 2020.
[6] Ari Kurniawan, Wawancara, Jember 25 Januari 2020.
[7] Imam Syafi'I, wawancara, Surabaya, 08 Maret 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan kekuatan satuan pendidikan. Situasi ini telah memaksa sebagian satuan pendidikan menghentikan operasinya. Sejumlah program studi pada sejumlah perguruan tinggi mengalami penurunan jumlah mahasiswanya, bahkan terpaksa tutup dan dicabut ijin operasinya. Ini terjadi pula pada satuan pendidikan dasar dan menengah. Fenomena sejumlah satuan pendidikan mengalami penurunan jumlah siswa/mahasiswanya dan bahkan menghentikan operasinya tersebut sangat meluas dan merupakan isu permasalahan yang penting untuk dikaji.[8]

David Wijaya mengatakan:

> Pemasaran untuk lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Alasannya yang pertama, sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih eksis. Kedua, kita perlu meyakinkan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat apalagi pelanggan. Keempat, agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta pelanggan potensial.[9]

Dari apa yang disampaikan oleh David Wijaya sangat jelas bahwa pemasaran dalam dunia pendidikan sudah menjadi suatu kebutuhan, agar lembaga pendidikan bisa dikenal dan mendapat tempat di hati masyarakat sehingga mereka mau menyekolahkan putra-putrinya di lembaga pendidikan tersebut.

Banyaknya instansi yang mendirikan sekolah berasrama (*boarding school*), sekolah Islam Terpadu (IT) terutama di dalamnya terdapat keunggulan tertentu menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan

[8] Agus Rahayu. *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Stratejik)*, (Bandung: Alfabeta), 63.
[9] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya untuk meningkatkan Daya Saing Sekola* (Jurnal Pendidikan Penabur – No 11/Tahun Ke - 7/ Desember 2008), 42.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Islam sangatlah besar. Wali murid memiliki banyak pilihan lembaga pendidikan di mana setiap lembaga menunjukkan keunggulannya masing-masing. Hal ini berarti terdapat banyak persaingan di dalam lembaga pendidikan terutama SD karena sebagai pondasi dalam kehidupan, sehingga setiap lembaga pendidikan harus mampu mengikuti kompetisi dalam dunia pendidikan karena tidak dapat dipungkiri bahwa dalam pendidikan di Indonesia ini memiliki persaingan yang sangat luar biasa. Untuk itu Setiap lembaga pendidikan harus memiliki inovasi dalam memasarkan lembaga pendidikannya agar lembaga itu bisa berkembang dan maju, maka dari itu setiap lembaga pendidikan membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan agar sekolah mampu bertahan dan tumbuh berkembang, serta mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain.[10]

Pemasaran stratejik sebuah lembaga pendidikan sangat diperlukan karena persaingan antar sekolah semakin tinggi. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu memiliki inisiatif dan inovatif untuk meningkatkan layanan jasa pendidikan kepada para pengguna jasa. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah serta untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.[11]

Di dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dijelaskan bahwa

> Pasal 8: masyarakat berhak berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan.

[10]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014),39.
[11]David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 42

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Pada saat yang sama, juga dijelaskan dalam

Pasal 9: masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan.[12] Berdasarkan regulasi ini, masyarakat mempunyai hak dan berkewajiban dalam mendukung dan mengevaluasi proses penyelenggaraan pendidikan.

Dalam dunia pendidikan yang penuh persaingan seperti sekarang ini, kepuasan pengguna jasa pendidikan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan kompetisi institusi pendidikan. Apabila sekolah mempunyai program dan jasa pendidikan dengan harga mahal, pelanggan jasa pendidikan akan berpindah pada penyedia jasa pendidikan yang lebih murah, tetapi memiliki kualitas pendidikan yang sama. Begitu juga dengan sekolah yang mempunyai program dan jasa pendidikan yang sama sekali tidak diinginkan pengguna jasa pendidikan maka dalam waktu yang tidak terlalu lama sekolah akan gulung tikar. Hanya sekolah yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa pendidikan yang dapat bertahan.[13]

Lembaga pendidikan sebagai suatu organisasi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh pengguna jasa. Biaya pendidikan semakin mahal maka para pengguna jasa akan menuntut mutu pendidikan itu harus baik dan berkualitas. Konsep ini diambil dari konsep pemasaran, jika konsumen tidak puas maka pemasaran itu akan gagal. Begitu pula dengan pendidikan jika pengguna jasa tidak puas maka pendidikan itu dianggap gagal. Oleh karena itu, pemasaran dalam lembaga pendidikan sangatlah penting. Jadi pemasaran jasa pendidikan

[12]UU20-2003 Sisdiknas

[13]Lupiyoadi, Rambat & A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa (*Jakarta : Salemba Empat, 2006), 87.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berarti kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada pengguna jasa dengan cara yang memuaskan.

Dalam Agama Islam telah diatur bagaimana cara manusia untuk saling mengingatkan dan bekerjasama. Dari itu peneliti mengutip hadits berikut:

عن أَبي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآله وسَلَّمَ يَقُولُ: «الحَلِفُ مُنَفِّقَةٌ لِلسِّلْعَةِ، مُمْحِقَةٌ لِلْبَرَكَةِ» متفق عليه.

Dari Abi Hurairah ra, bahwasanya Nabi SAW bersabda: Sumpah palsu (bombastis) akan menjadikan barang dagangan menjadi laris, (akan tetapi) menghapuskan keberkahan."[14]

Selain hadits di atas Allah juga menjelaskan tata cara dalam berdagang seperti yang tertulis dalam Al Qur'an surat An Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

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

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian".[15]

Adanya persaingan antar sekolah maka diperlukan pemasaran stratejik jasa pendidikan untuk meningkatkan layanan pendidikan. Karena untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sekolah membutuhkan dukungan

[14] Muhammad Bin Ismail Bukhari, Kitab Shohih Bukhari nomor 2087 jilid 3, Darul Thauqin Najah, 1422 H

[15] Departemen Agama RI Al Hikmah, Ayat Al Quran surah An-Nisa ayat 29, (Bandung: CV Diponegoro), 83.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kepala sekolah dan tenaga kependidikan yang berkualitas. Kepala sekolah harus mengembangkan kompetensi, kreativitas, mampu berperan sebagai agen perubahan sekolah, dan melihat fungsi SDM sebagai sumber keunggulan kompetetif sekolah. Kepala sekolah harus mengarahkan karyawan sekolah untuk mewujudkan sekolah yang semakin baik dan berkualitas. Kepala sekolah juga seharusnya memegang kendali dirinya sendiri dan menciptakan pasar jasa pendidikan di masa mendatang. Pemimpin sekolah juga harus meramu visi dan misi sekolah, SDM yang ada, serta strategi bersaing untuk menciptakan sekolah berkelas dunia.

Lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Setiap lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki pemasaran stratejik jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar lembaga pendidikan serta untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas mutu manajemen sebuah lembaga pendidikan.

Berdasarkan pada fenomena di atas maka penulis terdorong untuk mengadakan penelitian berjudul "Pemasaran Stratejik Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana SD Al Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya?
2. Bagaimana desain pemasaran stratejik yang dipilih oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember?

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Bagaimana implementasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan proses SD Al Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya.
2. Untuk mendeskripsikan desain pemasaran stratejik yang dipilih oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.
3. Untuk mendeskripsikan implementasi pemasaran stratejik SD Al Baitul Amien 02 Jember.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini memberikan sumbangan terhadap pengembangan konsep pemasaran Pendidikan Islam.

2. Secara Praktis

   a. Bagi peneliti

      Penelitian ini bisa menjadi literatur tentang pemasaran stratejik yang dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan bagi peneliti berikutnya.

   b. Bagi lembaga

      Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk menganalisis lingkungan internal dan

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

eksternalnya, mendesain pemasaran stratejik, dan mengimplementasikannya sehingga semakin kompetitif.

E. Definisi Istilah

1. Pemasaran Stratejik

Pemasaran stratejik adalah sebuah sistem yang dirancang untuk membantu manajemen menciptakan, mengubah, dan mempertahankan sebuah strategi program pendidikan dan menciptakan visi strategis di masa depan. Pemasaran stratejik mencakup sebuah analisis strategis untuk mengidentifikasi peluang/kesempatan, tantangan, tren, ketidakpastian strategis, dan alternatif strategis yang ada. Dalam pemasaran stratejik keputusan yang diambil memiliki implikasi jangka panjang, proses keputusan cenderung *bottom-up*, serta lingkungan dianggap sering berubah dan dinamis.

2. Analisis Lingkungan Lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember

Analisis lingkungan adalah suatu proses memantau lingkungan organisasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*) yang mempengaruhi kemampuan lembaga pendidikan SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk mencapai tujuannya.

Berdasarkan uraian di atas maka yang dimaksud dengan pemasaran stratejik SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sebuah sistem yang dirancang untuk membantu manajemen menciptakan, mengubah, dan mempertahankan sebuah

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

strategi program pendidikan dan menciptakan visi strategis SD Al Baitul Amien 02 Jember di masa depan agar semakin kompetitif.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan diperlukan untuk mempermudah peneliti dalam menggali data dan dapat menyusunnya secara sistematis sesuai dengan ketentuan alur penelitian. Adapun sistematika pada penelitan ini adalah:

Bab I: Pendahuluan. Pada bab ini akan diuraikan beberapa dari sub bab tentang konteks penelitian dengan penjelasan mengenai problematika yang akan diteliti, identifikasi masalah dengan fokus penelitian yang lebih rinci pada sub bab yakni konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka. Pada bab berisikan kutipan dari sumber buku teks yang ditulis para ahli untuk membantu memecahkan masalah dan sejumlah teori sabagai kerangka pemikiran pada penelitian ini. Adapun kajian pustaka yang diuraikan di sini secara berurutan yang meliputi: pertama; konsep pemasaran stratejik, kedua; konsep tentang analisis lingkungan internal dan eksternal lembaga pendidikan, ketiga: konsep tentang desain strategi pemasaran, dan keempat: konsep tentang implementasi strategi pemasaran.

Bab III: Metode Penelitian. Pada bab ini peneliti menguraikan metodologi penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab, sebagai berikut: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi peneltian, subjek penelitian, sumber data penelitian, teknik

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahaan data, serta pengolahan dan analisis data.

Bab IV: Paparan data dan temuan penelitian. Pada bab ini peneliti menyajikan data dan analisis data tentang gambaran objek penelitian, serta temuan penelitian lapangan.

Bab V: Pembahasan. Pada bab ini peneliti mendialogkan hasil temuan tentang analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi pemasaran, serta implementasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember dengan teori yang ada di bab II.

Bab VI: Penutup. Pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Selanjutnya diikuti daftar rujukan dan beberapa lampiran sebagai pendukung kelengkapan data dalam tesis ini.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sepanjang penelurusan penulis, ada sejumlah peneliti yang sudah membahas manajemen pemasaran pendidikan. Oleh karena itu, peneliti mencoba melakukan tinjauan pustaka secara komprehensif yang berkaitan dengan judul tersebut, agar tidak terjadi pengulangan penelitian serupa. Upaya tersebut dilakukan untuk menunjukkan bahwa masalah yang dibahas dalam tesis ini betul-betul relevan, menarik, dan belum dikaji oleh peneliti sebelumnya. Adapun hasil dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Pertama: Penelitian yang dilakukan oleh Hevi Hekayanti dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso merupakan jenis penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini mengkaji tentang strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, dan implikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga. Teori yang digunakan yaitu *differentition strategy*, *marketing mix,* dan *public relation.* Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian mengungkap bahwa strategi pemasaran pendidikan menggunakan biaya rendah, dan strategi *differensiasi*. Kualitas layanan dilakukan dengan profesional sehingga loyalitas dan kepercayaan pengguna jasa pendidikan semakin kuat.[1]

[1]Hevi Hekayanti, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra dan Kualitas Layanan Lembaga di MAN Bondowoso* (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2019), 4.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kedua: Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Muadin yang berjudul Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Quran merupakan jenis penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini mengkaji tentang cara pondok pesantren Tahfidz Quran Samarinda menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen pendidikan dan cara menimbulkan kepuasan sesuai harapan masyarakat. Teori yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan mengevaluasi teori marketing mix. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian mengungkap bahwa manajemen pemasaran pendidikan pondok pesantren Tahfidz Quran Samarinda diterapkan untuk menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen pendidikan sehingga akan menimbulkan kepuasan sesuai dengan ekspektasi masyarakat.[2]

Ketiga: Penelitian yang dilakukan oleh Eni Murwati yang berjudul Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam Studi tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan manajemen administratif. Fokus penelitian mengkaji tentang pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dan target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan. Teori yang digunakan untuk menganalisis data yaitu teori fungsi manajemen Henry Fayol dan teori lingkungan pemasaran oleh Philip Kotler. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa Pelaksanaan manajemen pemasaran melalui beberapa tahap yaitu perencanaan,

[2]Akhmad Muadin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an*. Jurnal Pendidikan Islam Volume 05, Nomor 02, November 2017, p-ISSN: 2303-1891; e-ISSN: 2549-2926.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

penataan, kepemimpinan, dan pengendalian. Target pemasaran sudah terpenuhi yang ditunjukkan dengan jumlah siswa MTs Negeri Maguwoharjo Yogyakarta semakin banyak dan sekolah mulai dikenal masyarakat.[3]

Keempat: Penelitian yang dilakukan oleh M. Hasbi Rahmani yang berjudul Manajemen Pemasaran Sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini mengkaji tentang perencanaan pemasaran sekolah melalui teknologi informasi dan komunikasi serta pelaksanaan pemasaran sekolah melalui teknologi informasi dan komunikasi. Analisis data menggunakan *Data Reduction*, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing*. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkap bahwa SMP IT Al Ghazali melakukan prencanaan pemasaran menggunakan *analysis*, *planning*, *organizing*, dan *controlling* melalui teknologi informasi dan komunikasi dengan menerapkan bauran pemasaran serta menerapkan analisis SWOT.[4]

Kelima: Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Prasetyowati Thana yang berjudul Strategi Pemasaran Kopi di Kabupaten Tana Toraja merupakan jenis penelitian deskriptif. Fokus penelitian ini mengkaji tentang kondisi internal dan eksternal PT. Sulotco Jaya Abadi dalam kegiatan pemasaran kopi serta strategi pemasaran yang menjadi pilihan untuk diterapkan. Teori yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan anaisis SWOT. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan *Data*

[3]Eni Murwati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam* (Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan KalijagaYogyakarta, 2017), 8.
[4]M. Hasbi Rahmani, *Manajemen pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017), 6.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Reduction, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing*. Hasil penelitian mengungkap bahwa kondisi internal dan eksternal perusahaan mudah diterapkan/dilaksanakan, anggaran cukup, memberikan kontribusi dalam memperbaiki citra perusahaan. Strategi pemasaran yang terapkan yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan karyawan; mengembangkan pasar domestik dan internasional serta membeli kopi dari masyarakat.[5]

Keenam: Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Fradito yang berjudul Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (studi multi kasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2) merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode desain multikasus. Fokus penelitian ini mengkaji tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan layanan jasa pendidikan dan terpenuhinya kepuasan pengguna jasa pendidikan. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa layanan jasa pendidikan di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2 memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pengguna jasa sehingga tingginya loyalitas pengguna jasa pendidikan dan kepercayaan masyarakat semakin kuat.[6]

Ketujuh: Penelitian yang dilakukan oleh Kuni Fatonah yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Fokus

[5]Dwi Prasetyowati, *Strategi Pemasaran Kopi di Kabupaten Tana Toraja* (Tesis, Universitas Hasanuddin Makasar, 2017), 13.
[6]Aditya Fradito, *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*(Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016), 16.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

penelitian mengkaji tentang strategi pemasaran jasa pendidikan. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif. Hasil penelitian mengungkap bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan adalah pemasaran secara langsung yaitu dengan pemanfaatan IT, media cetak maupun elektonik dan Pemasaran tidak langsung yaitu dengan mengadakan sosialisasi ke Sekolah Menengah Pertama maupun Madrasah Tsanawiyah serta kepada masyarakat. hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan meningkatkan kepuasan pengguna jasa pendidikan MAN I Sragen.[7]

Kedelapan: Penelitian yang dilakukan oleh Yuli Anista Marwinda yang berjudul Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di MAN Pesanggaran Banyuwangi merupakan jenis penelitian kualitatif. Fokus penelitian mengkaji tentang manajemen humas dalam pemasaran dan membangun komunikasi dengan instansi dunia kerja. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian mengungkap bahwa manajemen humas dalam pemasaran pendidikan dilaksanakan dengan kegiatan temu alumni dan membangun komunikasi dengan instansi dunia kerja untuk menjembatani siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus dari MAN Pesanggaran Banyuwangi.[8]

Kesembilan: Penelitian yang dilakukan oleh Imanuddin Hasbi yang berjudul Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi merupakan jenis penelitian

[7]Kuni Fatonah, *Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan Pelayanan pendidikan*, (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2016), 44
[8]Yuli Anista Marwinda, *Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan*, (Tesis, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2016), 7.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kualitatif. Fokus penelitian ini mengkaji lebih rinci tentang pasar, bauran pemasaran, kinerja pemasaran perguruan tinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *state of the art* manajemen pemasaran perguruan tinggi swasta. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan *Data Reduction*, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing*. Hasil penelitian mengungkap bahwa pemasaran perguruan tinggi berhasil mencapai target pasar yang ditetapkan, program studi yang berkualitas dapat mewujudkan harapan pengguna jasa pendidikan, pengembangan sumberdaya perguruan tinggi bertujuan untuk memuaskan pengguna jasa pendidikan.[9]

Kesepuluh: Penelitian yang dilakukan oleh Ade Jermawinsyah Zebua, dkk yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah merupakan jenis penelitian kuantitatif. Fokus penelitian mengkaji tentang pengaruh dari *Banking Service Quality* terhadap kepuasan nasabah PT.BTPN Tbk pada kantor Cabang Jambi baik secara simultan maupun parsial. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, wawancara, dan *library research*. Analisis data menggunakan *Derivend Sattisfaction* untuk mengukur keputusan dan *regresi linier* berganda untuk mengukur pengaruh yang timbul dari beberapa variabel. Hasil penelitian mengungkap bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel keefektivan dan jaminan, Hal ini menunjukkan bahwa Bank BTPN cabang Jambi telah mampu

[9] Imanuddin Hasbi, *Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi*, (Disertasi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2016), 7

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

memberikan pelayanan yang profesional yang mengacu kepada kecakapan, ketanggapan, kredibilitas, keamanan, empati, serta komunikasi.[10]

Kesebelas: Penelitian yang dilakukan oleh Rudi Haryadi yang berjudul Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen melalui Pendekatan *Marketing Mix* merupakan jenis penelitian kuantitatif. Fokus penelitian mengkaji tentang pengaruh strategi *green marketing* terhadap pilihan pelanggan perusahaan kosmetik Body Shop Jakarta. Metode pengumpulan data menggunakan survey (kuesioner dengan jumlah sampel 120 orang pelanggan perusahaan kosmetik The Body Shop di Jakarta). Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan secara multivariate dengan menggunakan regresi logistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga, produk, tempat dan jenis kelamin berpengaruh terhadap pilihan pelanggan, sedangkan variabel promosi, umur, pendidikan, dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap pilihan pelanggan. Implikasi utama adalah The Body Shop harus memperhatikan kualitas untuk mengimbangi harga yang tinggi.[11]

Berikut adalah penyajian penelitian terdahulu dalam bentuk tabel agar lebih mudah dipahami.

IAIN JEMBER

[10]Ade Jermawinsyah Zebua, dkk, *Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Perbankan TerhadapKepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BTPN Tbk Cabang Jambi)*, Jurnal Vol 2 No.1 Januari-Juni 2010 ISSN: 2085-0972.

[11]Rudi Haryadi, "*Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix*",(Tesis, Universitas Diponegoro Semarang, 2009), 5.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Tabel 2.1
Orisinalitas Penelitian

No	Nama/ Tahun/Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
1.	Hevi Hekayanti, Tesis, 2019. "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra dan Kualitas Layanan Lembaga di MAN 1 Bondowoso"*	Hasil penelitian mengungkapbahwa strategi pemasaran pendidikan menggunakan biaya rendah, dan strategi *differensiasi*. Kualitas layanan dilakukan dengan profesional sehingga loyalitas dan kepercayaan pengguna jasa pendidikan semakin kuat	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran jasa pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Hevi Heka
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, dan implikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: differensiasi, Marketing Mix, Public Relation
				Unit analisis: SD	Unit analisis: MAN
2.	Akhmad Muadin, Jurnal, 2017 "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an"	manajemen pemasaran pendidikan untuk menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen pendidikan sehingga akan menimbulkan kepuasan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan masyarakat.	2. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian A. Muadin
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi pemasaran.	Fokus: menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen pendidikan
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: Marketing Mix
				Unit analisis: SD	Unit analisis: Pondok Pesantren

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

No	Nama/ Tahun/Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
3.	Eni Murwati, Tesis, 2017, *"Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo Yogyakarta"*	Hasil penelitian mengungkap bahwa Proses manajemen pemasaran melalui perencanaan, penataan, kepemimpinan dan pengendalian. Target pemasaran terpenuhi yang ditunjukkan dengan jumlah siswa semakin banyak dan sekolah mulai dikenal masyarakat.	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Eni Murwati
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: Strategi pemasaran pendidikan dan target yang dicapai lembaga
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: pemasaran Philip Kotler dan Kevin Lane keller
				Unit analisis: SD	Unit analisis: MTs
4.	M. Hasbi Rahmani, Tesis,2017, "*Manajemen pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi Di SMP IT Al Ghazali Palangka Raya"*	Lembaga pendidikan melakukan aktifitas pemasaran, yaitu *analysis*, *planning*, *organizing*, dan *controlling*melalui teknologi informasi dan komunikasi dengan menerapkan bauran pemasaran serta menerapkan analisis SWOT	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian M. H. Rahmani
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: Perencanaan dan pelaksanaan, pemasaran sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi
				Teori: Analisis SWOT, STP, dan Marketing Mix	Teori: Analisis SWOT dan Marketing Mix
				Unit analisis: SD	Unit analisis: SMP

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

No	Nama/ Tahun/ Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
5.	Dwi Prasetyawati Thana, Tesis, 2017 *"Strategi Pemasaran Kopi di Kabupaten Tana Toraja"*	Strategi pemasaran yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas SDM, mengembangkan pasardomestik dan internasional serta membeli kopi dari masyarakat	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian D. Prastyawati
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus mengkaji kegiatan pemasarankopi serta strategi pemasaran yang menjadipilihan untuk diterapkan
				Teori: Analisis SWOT, STP, dan Marketing Mix	Teori: Analisis SWOT
				Unit analisis: SD	Unit analisis: perusahaan kopi
6.	Aditya Fradito, Tesis, 2016, *"Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multi Kasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2".*	Penelitian mengungkap bahwa layanan jasa pendidikan memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pengguna jasa sehingga tingginya loyalitas dan kepercayaan masyarakat semakin kuat	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Aditya
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: Layanan jasa pendidikan dalam peningkatan citra sekolah.
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: Layanan jasa pendidikan Stanton dan Zaithaml
				Unit analisis: SD	Unit analisis: SD dan MI

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

No	Nama/ Tahun/ Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
7.	Kuni Fatonah, Tesis,2016, *"Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan Pelayanan pendidikan di MAN I Sragen"*	Strategi pemasaran langsung yaitu dengan pemanfaatan IT, media cetak maupun elektonik dan Pemasaran tidak langsung yaitu dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Kuni Fatonah
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus Strategi pemasaran jasa pendidikan, Pelayanan jasa Pendidikan
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: pemasaran Philip Kotler dan STP
				Unit analisis: SD	Unit analisis: MAN
8	Yuli Anista Marwinda, Tesis, 2016, "*Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pesanggaran Banyuwangi*"	Manajemen humas dalam pemasaran pendidikan dilaksanakan dengan kegiatan temu alumni dan membangun komunikasi dengan dunia kerja untuk menjembatani siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus dari MAN Pesanggaran.	1. Metode: Penelitian kualitatif	Penelitian ini	Penelitian Yuli Anista
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: Komunikasi internal dan eksternal sekolahdengan wali murid dan instansi dunia kerja.
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: Layanan jasa pendidikan Zaithaml
				Unit analisis: SD	Unit analisis: MAN
				Tema: pemasaran pendidkan	Tema : Manajemen Humas dan pemasaran

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

No	Nama/ Tahun/Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
9.	Imanuddin Hasbi, Disertasi, 2016, "*Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi"*	Pemasaran perguruan tinggi berhasil mencapai target pasar, program studi yang berkualitas dapat mewujudkan harapan pengguna jasa pendidikan, pengembangan sumberdaya bertujuan untuk memuaskan pengguna jasa pendidikan	1. Metode: Penelitian kualitatif 2. Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Imanuddin H.
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: mengkaji lebih rinci tentang pasar, bauran pemasaran, kinerja pemasaran perguruan tinggi.
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: *Marketing Mix*
				Unit analisis: SD	Unit analisis: PT
10	Ade Jermawinsyah Zebua, dkk, Jurnal, 2012, "*Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah(Studi Kasus Pada PT. BTPN Tbk Cabang Jambi),*	Variabel yang paling berpengaruh terhadapkepuasan nasabah adalah Keefektivan danJaminan, Hal ini menunjukkan Bahwa Bank telah mampumemberikan pelayanan yang profesional yang Mengacu kepada kecakapan,ketanggapan, kredibilitas, keamanan,	Tema: pemasaran pendidikan	Penelitian ini	Penelitian Ade Jermawinsya
				Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: penelitian mengkaji tentang pengaruh dari *Banking Service Quality* terhadap kepuasan nasabah baik secara simultan maupun parsial
				Jenis Penelitian Kualitatif	Jenis Penelitian Kuantitatif
				Teori: Analisis	Teori: Analisis menggunaka

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		empati serta komunikasi		SWOT, STP, Marketing Mix	n *Derivend Sattisfaction* dan *Regresi linier* berganda
				Unit analisis: SD	Unit analisis: PT
11	Rudi Haryadi, Tesis, 2009 "Pengaruh Strategi *Green Marketing* Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan *Marketing Mix* (studi kasus pada *the body shop* Jakarta)"	Variabel harga, produk, tempat dan jenis kelamin berpengaruh terhadap pilihan pelanggan, sementara itu variabel promosi, umur, pendidikan, pendapatan tidak berpengaruh terhadap pilihan pelanggan. Implikasi utama adalah The Body Shop harus memperhatikan kualitas	1. Tema tentang pemasaran	Fokus: Analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi, dan implementasi strategi pemasaran.	Fokus: pengaruh strategi *green marketing* terhadap pilihan pelanggan perusahaan kosmetik Body Shop
				Teori: Analisis SWOT, STP, Marketing Mix	Teori: Marketing Mix
				Unit analisis: SD	Unit analisis: Perusahaan
				Tema: pemasaran pendidkan	Tema: Manajemen Humas
				Metode Penelitian: Kualitatif	Metode Penelitian: Kuantitatif

Sejauh penelusuran peneliti, dari sebelas penelitian terdahulu tersebut, tidak ada satupun penelitian yang memiliki fokus penelitian yang sama dengan peneliti. Jenis penelitian sama yaitu kualitatif kecuali penelitian Rudi Haryadi dan Ade Jermawinsyah Zebua yang menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan tiga teori yaitu teori analisis SWOT, Teori STP, dan teori *Marketing Mix*. Hevi Hekayanti, Ahmad Muadin, Rudi Haryadi, M. Hasbi

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Rahmani dan Imanuddin Hasbi memiliki kesamaan teori yaitu *Marketing Mix*, sementara Hevi Hekayanti menggunakan teori *differensiasi strategy*, dan *public Relation*, Kuni Fatonah menggunakan teori STP dan Ade Jermawinsyah Zebua menggunakan Teori Analisis *Derivend Sattisfaction* dan *Regresi linier* berganda. Objek/Unit analisis peneliti adalah Sekolah Dasar (SD) sedangkan peneliti yang lain berbeda unit analisisnya kecuali Aditya Fradito yang meneliti di unit SD dan MI. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang akan peneliti kaji merupakan sesuatu hal yang baru dan layak untuk diteliti.

B. Kajian Teori

a) Pemasaran Stratejik

Hermawan Kartajaya dalam Buchari Alma menyatakan "*Marketing is a strategic business disclipline that directs the proses of creating, offering, and changing value fromone initiator to its stakeholders*.[12] Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya.

Kotler menyatakan bahwa "*Marketing is the process of defining, anticipating, and creating customer needs and wants, and of organizing all the resources of the company to satisfy them at greatest profit to the company and to the customer".*[13]Pemasaran adalah proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan kebutuhan serta keinginan pengguna jasa pendidikan, dan mengatur

[12]Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.*(Bandung: Alfabeta, 2018), 260.
[13]Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2009). 343.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

semua sumber daya lembaga untuk memuaskan pengguna jasa dengan laba terbesar bagi lembaga sekolah dan pengguna jasa pendidikan.

Craven mengatakan bahwa *Strategic marketing is a market-driven process of strategy development and the need to achieve high levels of customer satisfaction. strategic marketing focuses on increasing sales*".[14] Pemasaran stratejik adalah proses pengembangan strategi yang digerakkan oleh pasar dan kebutuhan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. pemasaran stratejik berfokus pada peningkatan penjualan.

Pemasaran dalam bidang pendidikan memang tidak sepopuler dengan pemasaran di bidang bisnis karena pendidikan merupakan usaha yang berorientasi pada pelayanan jasa pendidikan. Namun paradigma saat ini mulai bergeser di mana yang awalnya pendidikan dipandang sebagai aspek sosial kini pendidikan dipandang sebagai sebuah corporate. Untuk itu dunia pendidikan menuntut adanya pembaharuan dan perbaikan dalam kualitas pendidikan. Dalam hal ini kepala sekolah menjadi penentu untuk meningkatkan kualitas tersebut, karena kepala sekolah adalah jabatan tertinggi dalam suatu sekolah yang berhak mengambil keputusan dan menampung berbagai pendapat dalam melakukan terobosan-terobosan baru dalam program pendidikan.

David A. Aaker juga menyatakan,

> *Strategic market management is proactive and future oriented. Rather than simply accepting the environment as given, with the strategic role confined to adaptation and reaction, strategy may be proactive, affecting enviromental change. Thus govermental policies, customer needs, and technological developments can be influenced and perhaps even controlled*

[14]David W. Cravens. *Strategic Marketing*, (Chicago. The Mac.Graw Hill Coy.Inc. 1997), 10.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> *with creative, active strategies*.[15] Manajemen pemasaran stratejik bersifat proaktif dan berorientasi masa depan. Tidak hanya sekedar menerima lingkungan apa adanya, tetapi menyesuaikan perubahan lingkungan. Dengan demikian kebijakan pemerintah, kebutuhan pelanggan, dan perkembangan teknologi dapat dipengaruhi dan bahkan dikontrol dengan strategi aktif dan kreatif.

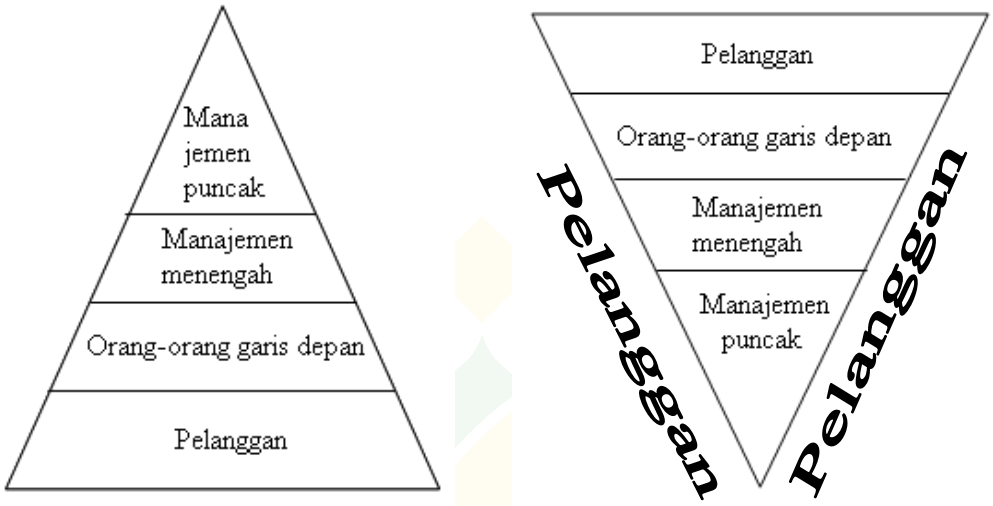
Pemasaran stratejik sangat mengutamakan orientasi pada pengguna jasa pendidikan dengan memberikan kepuasan tertinggi dan fokus pada tampilan lembaga dalam melayani pengguna jasa pendidikan. Ini berbeda dengan pemasaran tradisional yang hanya mengutamakan peningkatan volume penjualan (banyaknya pengguna jasa). Dengan perencanaan yang dilakukan secara aktif dan baik akan dapat mengantisipasi perkembangan masa depan, bahkan faktor di luar lingkungan lembaga akan dapat dikuasai terlebih dahulu.

Pemasaran stratejik ini akan menghasilkan keuntungan kompetitif dengan mengkombinasikan cara mempengaruhi pengguna jasa pendidikan melalui kegiatan terpadu yang dilakukan oleh semua SDM lembaga. Dengan demikian akan terjalin hubungan lembaga dengan lingkungan dan usaha-usaha marketing harus dipandang sebagai kegiatan dari keseluruhan lembaga.

Manajer yang meyakini bahwa pelanggan adalah satu-satunya "pusat laba" sebenarnya perusahaan menganggap bahwa diagram organisasi tradisional (berbentuk segitiga) sudah ketinggalan zaman. Perusahaan yang berhasil adalah yang membalik diagram organisasi tradisional tersebut (segitiga terbalik).[16]

[15]David A. Aaker, *Strategic Market Management*, 8th ed. (Jakarta: Salemba empat, 2013), 13.
[16]Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2018), 135.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id



Gambar 2.1
Perbandingan Organisasi Tradisional dan Organisasi Modern.

Pada organisasi modern pelanggan/pengguna jasa berada di puncak piramid dan di sepanjang sisi peraga. Hal ini mengindikasikan bahwa manajer di semua tingkatan harus memahami secara pribadi dalam mengetahui, memenuhi, dan melayani pelanggan/pengguna jasa pendidikan. Tidak hanya manajer di masing-masing tingkatan piramida, namun pendidik dan tenaga kependidikan pun juga harus tanggap dan sigap dalam melayani semua pengguna jasa baik itu berupa layanan dalam proses belajar mengajar ataupun layanan lain yang berupa kesiapan dan kelayakan dalam penyediaan sarana dan prasarana sekolah yang bisa mendukung kesuksesan dalam belajar.

Lembaga pendidikan pada hakikatnya bertujuan memberi layanan. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar mahal kepada lembaga pendidikan. Jadi pemasaran jasa pendidikan

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

berarti kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada pengguna jasa dengan cara yang memuaskan.[17]

Pendidikan adalah produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat nonprofit, sehingga hasil dari proses pendidikan adalah kasat mata. Dan ketika melihat lembaga pendidikan itu sendiri dari kaca mata sebuah korporasi, maka lembaga pendidikan adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para pengguna jasa. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan, dikarenakan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak laku. Artinya, lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan pengguna jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan pasar, bahkan lembaga pendidikan tersebut tidak akan terus bertahan.

2. Analisis Lingkungan Pemasaran

Analisis lingkungan pemasaran dilakukan dengan mengkaji faktor kemampuan internal dan eksternal sebuah lembaga. Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah organisasi, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model perumusan strategi.[18] Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi organisasi adalah tabel SWOT yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang akan dihadapi sebuah organisasi dengan kekuatan dan

[17]Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta, 2018), 45-46.
[18]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT *Teknik Membedah Kasus Bisnis,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 30.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kelemahan yang dimilikinya. Faktor internal dalam suatu lembaga seperti faktor finansial, SDM, dan berbagai fasilitasnya. Faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang mungkin terjadi dan harus dihadapi oleh sebuah organisasi.

Analisis lingkungan dapat dilakukan dengan metode analisis SWOT. SWOT singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *dan Threats* (ancaman).[19] SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langka (*distinctive competence*) sekolah yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah lembaga dan cara unggul yang mereka gunakan. Kompetensi yang langka ini dianggap sebagai sekumpulan kapabilitas inti (*core capabilities*). Kapabilitas yang secara strategis membuat sebuah lembaga pendidikan menjadi berbeda. Penggunaan kompetensi langka ini akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.[20]

Analisis SWOT bertujuan untuk melihat kekuatan, kelemahan dan kemungkinan-kemungkinan peluang yang bisa muncul serta kemungkinan-kemungkinan ancaman yang bisa terjadi karena adanya perubahan-perubahan pada tingkat lingkungan lembaga maupun lingkungan internal organisasi. Analisis lingkungan juga dilakukan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam organisasi untuk melihat seberapa besar organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi ancaman dan tantangan yang muncul. [21]

[19]Crown Dirgantara, *Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi* (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), 12.
[20] David J. Hunger & Thomas L. Wheelen, Manajemen Strategis (Yogyakarta: Andy, 2003), 193.
[21]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 31.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Tabel 2.2
Matrik SWOT

IFAS **EFAS**	**STRENGTHS (S)** Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	**WEAKNESSES (W)** Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	**STRATEGI SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI WO** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman internal	**STRATEGI ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI WT** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Kerin dan Peterson juga mengungkapkan enam langkah proses yang kompleks dan saling berhubungan dalam pemasaran stratejik,[22] yaitu:

1. *Defining the caracter of the organization's business.*

   Lembaga harus mendefinisikan lembaganya secara jelas, pengguna jasa yang ingin dituju, kebutuhan dan keinginan yang ingin dipenuhi.

2. *Specifying the purpose of the organizations*.

   Maksud dari organisasi ini dapat dilihat dari definisi program yang dijalankannya, apa yang ingin dicapai oleh organisasi dengan mengetahui lebih dulu peluang dan ancaman serta kapabilitas dari organisasi.

[22]Kerin Roger A dan Peterson Robert A., *Strategic Marketing Problems Cases and Comments* sixth edition allyn and Bacon, (Boston, 1993),1.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. *Identifying organizational opportunities*.

   Identifikasi peluang ini akan muncul dari analisis lingkuan dengan kemampuan organisasi menjawab besarnya resiko dan ketersediaan berbagai sumber.

4. *Formulating product market strategis*.

   Dalam hal ini ditetapkan strategi marketing yang mana yang akan digunakan. Ini bermula dari pemilihan pasar yang hendak dituju, dan bagaimana usaha mencapai pasar sasaran tersebut dengan menggunakan marketing mix.

5. *Budgeting finalcial production and human recources*.

   Titik kulminasi dari keputusan strategis ini ialah muncul dalam bentuk master budget untuk organisasi. Budget yang dipersiapkan secara sempurna akan menampilkan strategi pemasaran dengan tujuan yang terintegrasi untuk keseluruhan bagian organisasi.

6. *Developing reformulation and recovery strategies*.

   Dalam hal ini perlu dikembangkan strategi reformulasi dan strategi recovery. Perubahan-perubahan pasar dan perilaku dalam persaingan secara periodik kadang-kadang secara mendadak, jadi perlu dilakukan penyesuaian.

Berdasarkan ungkapan Kerin dan Peterson bahwasannya sebuah lembaga pendidikan harus mengenali identitas lembaganya yaitu dengan menyiapkan program apa saja yang akan dijadikan sebagai program unggulan sekolah. siapa pengguna jasa yang akan dituju berdasarkan kebutuhan dan keinginan pengguna jasa pendidikan. Untuk mensukseskan program pendidikan maka harus mengetahui peluang apa yang akan muncul dari analisis lingkungan dan ancaman/resiko apa yang akan dihadapi lembaga. Langkah berikutnya adalah

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menetapkan strategi pemasaran yang akan digunakan dengan diawali dari pemilihan pasar yang hendak dituju dengan menyesuaikan *budget financial* yang sesuai dengan kemampuan lembaga.

3. Desain Strategi Pemasaran Pendidikan

Pada umumnya satuan pendidikan memiliki tujuan, dan untuk mencapainya diperlukan strategi. Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan organisasi dapat dicapai melalui implementasi yang tepat. Substansi strategi pada dasarnya merupakan rencana. Oleh karena itu, strategi berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[23]

Sebuah lembaga pendidikan yang memutuskan untuk berdiri di suatu daerah akan mengetahui bahwa mereka secara tidak langsung harus dapat melayani semua pengguna jasa dalam kegiatannya, karena pengguna jasa terdiri dari berbagai keinginan, kebutuhan, dan berbagai macam latar belakang yang berbeda maka secara langsung penyedia jasa pendidikan harus mampu melayani semua pengguna jasa pendidikan yang ada.

Lembaga pendidikan harus mengidentifikasi pengguna jasa pendidikan yang dapat dilayani dengan efektif. Keputusan ini memerlukan pemahaman dan pemikiran strategis yang seksama dan mendalam tentang perilaku pengguna jasa

[23]Agus Rahayu, *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan "Suatu Kajian Manajemen Stratejik",*(Bandung: Alfabeta, 2008), 64.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pendidikan. Untuk mengembangkan rencana pemasaran terbaik, kepala sekolah harus memahami apa yang membuat setiap segmen unik dan berbeda.[24]

Dalam ilmu marketing kita mengenal istilah STP dan 7P sebagai strategi pemasaran produk ataupun jasa. STP adalah singkatan dari *segmentation, targeting, dan positioning*. Sementara itu7P adalah singkatan dari ketujuh unsur dalam *marketing mix*, yakni *product, price, place, promotion, people, physical evidence,* dan *process*. STP dan 7P akan selalu muncul dalam topik pemasaran, apa pun konteksnya.

a. Segmentasi pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar yaitu sebuah tindakan membagi suatu pasar menjadi kelompok–kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk–produk atau kombinasi pemasaran yang terpisah. Untuk mengetahui pasar secara jelas perlu dilakukan segmentasi terhadap pasar yang hendak dituju.

Hermawan Kartajaya menyampaikan bahwa segmentasi merupakan sebuah metode bagaimana melihat pasar secara kreatif. Artinya, seorang manajer perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifkasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di pasar.

Segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah lembaga pendidikan karena beberapa alasan berikut:

1) Segmentasi memungkinkan lembaga pendidikan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi pasar menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi lembaga untuk menetapkan segmen

[24]Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2018), 226.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mana yang akan dilayani. Selain itu segmentasi memungkinkan lembaga pendidikan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai peta kompetisi serta menentukan posisi pasar.

2) Segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target pasar akan memberikan acuan dalam penentuan *positioning*.
3) Segmentasi merupakan cara untuk memudahkan dalam mempersiapkan langkah-langkah berikutnya.
4) Segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing.[25]

Ada beberapa cara dalam memandang sebuah pasar, yaitu

1. *Static attribut segmentation,* merupakan cara memandang pasar berdasarkan geografis (berdasarkan wilayah) dan demografis (berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, agama, dan pendidikan).
2. *Dynamic attribute segmentation,* merupakan cara memandang pasar berdasarkan sifat-sifat dinamis yang mencerminkan karakter pelanggan. Misalnya minat, bakat, dan kebiasaan.
3. *Individual segmentation*, merupakan cara memandang pasar secara personal. Hal ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang berbasis internet.[26]

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, segmentasi yang hanya menggunakan variabel geografis dan demografis sangat mudah ditentukan karena

[25]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Segmentation,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 16-19.
[26] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing* ....,19-26.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

variabel geografis dan demografis biasa digunakan bersama-sama. Segmentasi yang lebih canggih adalah segmentasi psikografis dan *behavior* dengan variabel *price-oriented, quality-oriented, dan value oriented.* Semuanya itu merupakan penggunaan variabel psikografi dan *behavior* untuk segmentasi pasar. Ketika persaingan semakin meningkat orang yang tinggal dalam tempat yang sama dengan usia sama bisa jadi memiliki sikap dan perilaku yang berbeda.[27]

Mempelajari pola segmentasi yang berbeda dengan kompetitor memungkinkan seorang manajer harus melihat medan yang berbeda. Hermawan Kartajaya menyampaikan *you have to see your market creatively in order to win the marketing war!*. Segmentasi bagi Kartajaya adalah *view you market creatively*.

Lembaga pendidikan harus mengidentifikasi berbagai cara yang berbeda untuk memilah–milah pengguna jasa dan untuk mengembangkan gambaran dari segmen pengguna jasa yang dihasilkan. Sebagai seorang ketua yayasan atau seorang kepala sekolah harus memandang pasar dengan strategi *view from the top* atau memandang pasar secara keseluruhan agar bisa memahami dan memilih segmen pasar mana yang ingin dituju dengan begitu akan tahu persis hal spesifik yang ingin dituju dan alokasi sumber daya pun bisa lebih efektif.[28]

b. Penentuan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Penentuan pasar sasaran adalah suatu tindakan mengevaluasi keaktifan daya tarik setiap segmen pasar dan memilih salah satu atau lebih dari segmen

[27] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Segmentation,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 30.
[28]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing….,* 53-58.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pasar tersebut untuk dimasuki. Setelah mengavaluasi segmen pasar, lembaga pendidikan harus memutuskan segmen mana dan beberapa segmen yang akan dilayani. Ini merupakan seleksi pasar sasaran yaitu kumpulan pengguna jasa dengan kebutuhan atau karakteristik sama yang akan dilayani oleh pengguna jasa pendidikan.

Hakikatnya, penentuan pasar sasaran adalah suatu cara untuk menentukan segmen-segmen pasar yang potensial bagi lembaga pendidikan. Bisa juga dikatakan bahwa targeting merupakan strategi dalam mengalokasikan sumber daya lembaga pendidikan secara efektif.[29]

Kartajaya mengatakan strategi *targeting* ini untuk mempermudah proses penyesuaian sumber daya ke dalam segmen pasar yang telah dipilih. Dalam proses *targeting* tidak semua segmen bisa dibidik, segmen pasar perlu dievaluasi dan ditentukan berdasarkan kriteria yang jelas. Berikut adalah kriteria-kriteria dalam *targeting*[30]:

1. Segmen pasar yang dipilih cukup besar

   Lembaga pendidikan perlu memastikan apakah segmen pasar yang dipilih cukup besar, dan juga perlu memastikan segemen tersebut merupakan pasar yang bagus dan menguntungkan agar bisa membuat lembaga pendidikan semakin berkembang.
2. Lembaga perlu mengamati potensi pertumbuhan pasar

[29]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Targeting*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 15-16.
[30]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing….,*17- 25.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Potensi pertumbuhan pasar harus bisa diprediksi, bila pertumbuhannya cukup tinggi maka akan memudahkan lembaga pendidikan untuk memasarkan program pendidikan.

3. Strategi *targeting* harus berdasarkan keunggulan kompetitif lembaga

   Strategi ini bertujuan mengukur lembaga pendidikan kita mempunyai kekuatan dan keahlian dalam menguasai segmen pasar yang dipilih.

4. Segmen pasar disesuaikan dengan persaingan

   Segmen pasar yang ditargetkan perlu mempertimbangkan intensitas persaingan, dalam hal ini termasuk jumlah kompetitor, pemasok, dan *entry barriers* (hambatan masuk).

c. Penempatan produk (*Positioning*)

Positioning adalah strategi untuk memenangi dan menguasai benak pelanggan melalui produk yang kita tawarkan. Menurut Hermawan Kartajaya *positioning* adalah *the strategy to lead your customer credibly*, yaitu upaya mengarahkan pelanggan secara kredibel. Bisa dikatakan bahwa *positioning* adalah upaya seorang manajer untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan. Semakin kredibel lembaga sekolah di mata pengguna jasa, semakin kukuh pula positioning lembaga tersebut.[31]

Positioning dalam bidang pendidikan yaitu seorang kepala sekolah dan tim pemasaran harus mampu mengidentifikasi peluang segmen pasarnya, setelah

[31]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Positioning*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 11

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

itu harus memutuskan berapa banyak dan segmen pasar mana yang dibidik.[32] Apabila target pasar sudah jelas, positioning adalah bagaimana kita menjelaskan posisi (program pendidikan) kepada pengguna jasa. Apa perbedaan program lembaga pendidikan kita dibandingkan kompetitor dan apa saja keunggulannya. Jadi positioning ini untuk menempatkan posisi bersaing program pendidikan dan bauran pemasaran yang tepat pada setiap pasar sasaran.

Lembaga yang memiliki program pendidikan yang handal/berbeda dengan sekolah lain maka akan timbul kepercayaan/kredibilitas dalam benak pengguna jasa, dengan sedirinya pengguna jasa akan merasakan kehadiran lembaga dalam benak mereka. Oleh karena itu Kartajaya sering mengatakan bahwa *positioning* merupakan *being strategy*. Positioning menjadi penentu eksistensi sebuah lembaga pendidikan.

Michael Porter dalam buku Hermawan Kartajaya mengatakan *positioning* adalah *core*-nya strategy. Strategi menurut Porter adalah upaya untuk menghasilkan posisi yang unik dan *valuable* bagi pelanggan. Untuk membangun positioning yang tepat, Hermawan Kartajaya mempunyai empat resep yaitu:

1. *Positioning* harus dipersepsi secara positif oleh pengguna jasa dan menjadi *reason to buy* mereka.
2. *Positioning* harus mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif lembaga.
3. *Positioning* harus bersifat unik sehingga dapat dengan mudah mendifferensiasikan diri dari para pesaing.

[32]Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2018), 226.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4. *Positioning* harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan persaingan, perilaku pengguna jasa, dan perubahan sosial-budaya.

Penentuan target pasar perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna jasa pendidikan. Segmentasi pasar dapat dipilah berdasarkan segmentasi demografi dan sosioekonomi, psikologis, geografi, dan segmentasi manfaat/jasa. Dengan demikian, sekolah akan lebih mudah menetukan strategi pemasaran sehubungan dengan kebutuhan pasar. Setelah kita tahu kebutuhan pasar maka kita akan menentukan pasar mana yang akan kita layani dan tentunya dengan pelayanan yang baik.

4. Implementasi Strategi Pemasaran

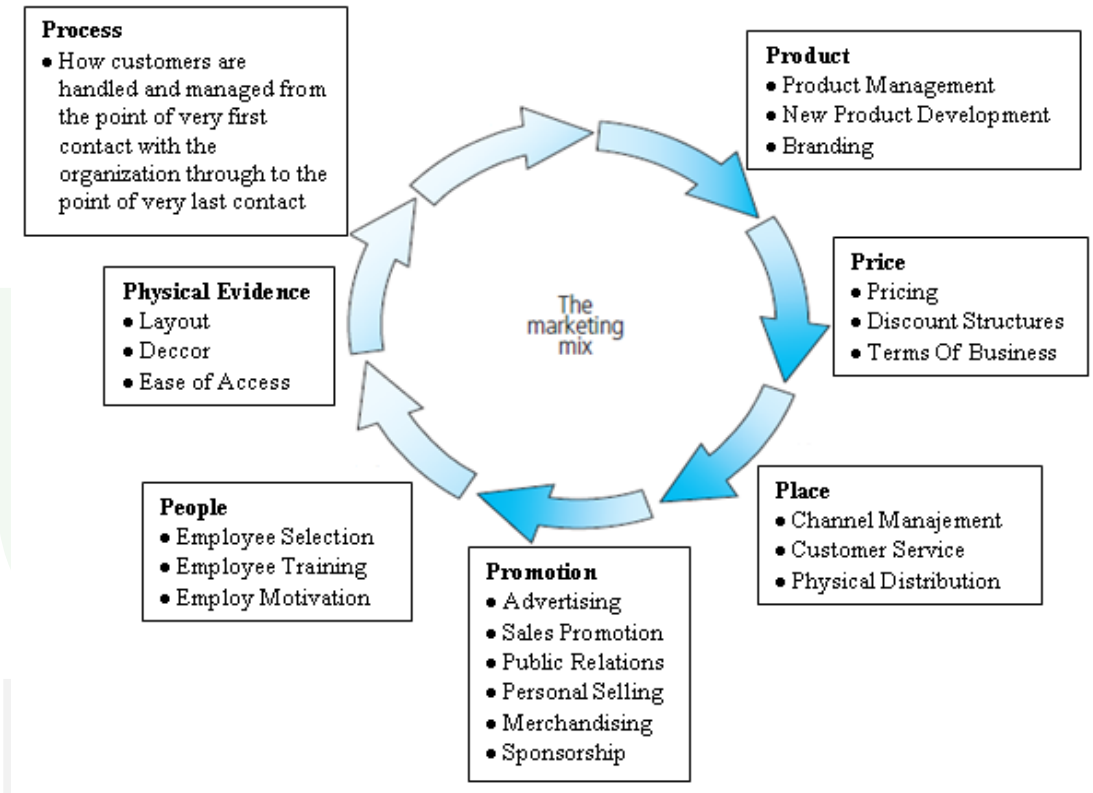
Implementasi strategi pemasaran adalah tindakan yang dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan setelah penentuan sasaran dan posisi pasar. Tahap implementasi ini mempertimbangkan desain organisasi pemasaran. Kemampuan memformulasikan strategi yang begitu baik masih bisa gagal dalam mengimplementasikannya jika orang-orang yang berada di dalamnya kurang berkompeten.

Seluruh kegiatan lembaga pendidikan dalam memasarkan program pendidikannya tercakup dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Benyamin Molan *marketing mix* adalah seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuannya dipasar sasarannya".

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Marketing mix merupakan unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dapat berjalan dengan sukses. Bauran pemasaran adalah alat-alat yang digunakan dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu berupa 7P: *product, price, place, promotion, people, physical evidence,* dan *process. Marketing mix* dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Berikut adalah tujuh elemen utama dari *marketing mix* yang perlu dikelola dengan baik.[33]



Gambar 2.2
Tujuh elemen bauran pemasaran

[33]Ricarhd M.S. Wilson dan Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 7.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Product

Product merupakan jantung dari strategi pemasaran, kebutuhan untuk mengelolanya membutuhkan strategi yang sangat penting. Dalam lingkup pendidikan *product* merupakan program sekolah yang bisa disiapkan untuk pengguna jasa pendidikan.

Thomas V. Bonoma yang mengadaptasi dari Kotler (1988, p. 446) menyatakan bahwa:

"*The task faced by the strategist in developing an effective product policy can be seen to consist of three distinct but interrelated elements:1) The management of the organization's existing range of products or services*, *2) The development and management of the brand, 3) The development of new or modified products or services"*.Tugas yang dihadapi ahli strategi dalam mengembangkan kebijakan produk yang efektif terdiri dari tiga elemen yang berbeda tetapi saling berkaitan yaitu:1) manajemen berbagai produk atau layanan yang ada di organisasi, 2) Pengembangan dan pengelolaan merek, 3) Pengembangan produk atau layanan baru atau yang dimodifikasi".[34]

b. Price

Elemen kedua dari bauran pemasaran adalah *price*/harga. *Price* adalah salah satu elemen penting. Namun, secara umum diakui bahwa keputusan penetapan harga adalah sesuatu yang paling sulit untuk dibuat bagi para manajer pemasaran.

Menghadapi perubahan harga yang diprakarsai oleh pesaing, ahli strategi memiliki pilihan: 1) ikuti dengan menaikkan harga dengan jumlah yang sama, 2) jaga harga tetap sama dengan harapan bahwa mereka yang sebelumnya membeli

[34]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 499

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dari pesaing akan didorong untuk menggeser pemasok, 3) Potong harga untuk meningkatkan diferensial harga.[35]

c. Place

Place berhubungan dengan di mana lembaga pendidikan harus berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman, dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik dibandingkan dengan lokasi sekolah yang dekat dengan pemakaman, dekat pasar, atau bahkan dikenal angker.[36]

Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan bahwa lokasi sekolah dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu *channel management, customer service, dan physical distribution.*[37] Tiga faktor tersebut maksudnya adalah Pertumbuhan kemitraan dan aliansi strategis. Hubungan kerja yang erat antara produsen/lembaga pendidikan dan perantara utama dengan pandangan untuk menghasilkan keunggulan kompetitif.

Munculnya basis data telah menghasilkan peningkatan besar dalam penggunaan telepon dan internet sebagai saluran distribusi. Misalnya, pelayanan terhadap pengguna jasa saat ini bisa dilakukan melalui telepon atau internet jika lokasi sebuah lembaga pendidikan mudah terjangkau.

IAIN JEMBER

[35] Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 523

[36] Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 293

[37] Wilson dan Gilligan, *Strategic Marketing Management*, 529.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d. Promotion

Promotion bagi sebuah organisasi merupakan komunikasi pemasaran yaitu proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan apa yang hendak ditawarkannya (offering) pada pasar sasaran.[38]

Komunikasi pemasaran pendidikan adalah sarana di mana sebuah lembaga pendidikan berusaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan secara langsung tentang program-program sekolah yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan secara terintegrasi. Sedangkan komunikasi pemasaran terintegrasi adalah kegiatan yang berupaya memadukan antara periklanan dengan alat-alat komunikasi pemasaran lainnya seperti humas, pemasaran langsung, promosi penjualan serta *event* sponsorship untuk bisa bekerja bersama-sama[39]

Model komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu mengintegrasikan semua unsur bauran promosi yang ada dengan asumsi bahwa tidak ada satu unsur pun yang terpisah dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Adapun promosi pemasaran memiliki beberapa model[40], yaitu:

1. *Advertising*/Periklanan

   Advertising adalah semua bentuk penyajian dan promosi non personal atas ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu. Kunci utama

[38]Agus hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012) 1
[39]Philip Kotler & Gary Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: Erlangga,2004) 138
[40]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 524

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

periklanan adalah menggugah perhatian calon pengguna jasa terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.[41]

Periklanan merupakan bagian untuk memenuhi fungsi pemasaran di mana periklanan tidak sekedar memberikan informasi kepada masyarakat tetapi juga ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, sikap dan citra pengguna jasa.

2. *Sales Promotion*/promosi penjualan

   Sales promotion adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk pembelian suatu produk dengan meningkatkan jumlah produk yang dibeli pelanggan.[42] Promosi penjualan merupakan aktifitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong upaya yang dilakukan tenaga penjualan.

3. *Public Relation*/hubungan masyarakat

   Public Relation merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan. Kelompok yang dimaksud di sini adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebagian besar perusahaan mempunyai departemen hubungan masyarakat yang mengamati sikap masyarakat di dalam organisasi serta mendistribusikan informasi dan komunikasi untuk membangun itikad baik.

---

[41] Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga,2012) 70.
[42] Agus Hermawan, *Komunikasi….,* 127.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4. *Personal Selling*/penjualan personal

   Personal Selling merupakan pemasaran produk atau jasa di mana penjual bertemu langsung dengan pembeli untuk menjajaki prospek (Peluang) pembelian. Hal utama yang perlu dipersiapkan dalam kegiatan penjualan personal sebagai bagian dari metode pemasaran adalah insentif yang diberikan kepada tenaga penjual yang layak berdasarkan keterampilan yang dimilikinya dalam mempengaruhi calon pengguna jasa untuk membeli.[43]

5. *Merchandising*/merchandise

   Merchandising merupakan alat promosi berupa produk yang menampilkan logo, brand, atau nama lembaga yang diberikan kepada konsumen. Biasanya merchandise diberikan ketika konsumen yang telah melakukan suatu hal yang disyaratkan oleh lembaga/perusahaan. Namun, ada juga merchandise yang diberikan secara cuma-cuma. Merchandise ini bisa menjadi magnet bagi konsumen, meningkatkan daya saing produk, bentuk apresiasi kepada konsumen, media promosi yang efektif dari konsumen ke konsumen lain sehingga bisa menjadi media promosi jangka panjang.[44]

e. People

Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan dalam bukunya *"The people or service dimension needs to be managed both proactively and strategically, with the marketing planner having to decide from the outset on the service levels that are to be achieved. Having done this, staff then needs to be trained, their performance monitored and a series of control systems introduced.*[45] Dimensi People/orang atau layanan perlu dikelola secara proaktif dan secara strategis. Sebagai ketua yayasan/kepala sekolah/tim perencana pemasaran

[43] Agus Hermawan, *komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2012) 104
[44] https://pengajar.co.id/merchandise/(Juni, 2020), 4.
[45] Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 534

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

harus memutuskan sejak awal tingkat layanan yang ingin dicapai. Setelah melakukan ini, staf kemudian perlu dilatih, kinerja mereka dimonitor, dan serangkaian sistem kontrol diperkenalkan.

Ada tiga tahap yang bisa dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan untuk mempersiapkan pendidik dan tenaga kependidikan agar benar-benar mendapatkan SDM yang siap untuk bekerja dengan maksimal,[46] yaitu:

1. *Employee Selection*/seleksi pegawai
2. *Employee Training*/pelatihan pegawai
3. *Employee motivation*/motivasi pegawai

People/sumber daya manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam proses pelaksanaan jasa pendidikan. Sumber daya pendidik dan tenaga kependidikan sangatlah penting dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa. Kemampuan dalam menguasai teknologi, metode pengajaran yang menyenangkan, dan kemampuan memberi motivasi sangatlah dibutuhkan bagi seorang pendidik ataupun tenaga kependidikan.[47]

f. Physical Evidence

Physical Evidence/bukti fisik adalah lingkungan fisik tempat pelaksanaan kegiatan pembelajaran di sekolah. Dalam konteks SNP (Standar Sarana dan Prasarana) adalah yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat olahraga, toilet, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, tempat

[46] Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 535

[47]Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 293

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bermain dan berkreasi, serta penggunaan teknologi yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran.[48]

Zeithaml dan Bitzer (2004: 25) mendefinisikan *physical evidence as the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components thet facilitate performance or communication of the service.* Bukti fisik sebagai lingkungan di mana layanan yang diberikan dari lembaga pendidikan kepada pengguna jasa untuk saling berinteraksi, dan setiap komponen digunakan untuk memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan.

Terdapat dua macam *physical evidence* yaitu *essential evidence* (bukti penting) dan *peripheral evidence* (bukti pendukung). *Essential evidence* berupa desain ruang kelas, gedung sekolah, atau bangunan lain. Sedangkan *peripheral evidence* merupakan nilai tambah yang mendukung proses pembelajaran misalnya berupa rapor dan data prestasi siswa.

g. Process

Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan dalam bukunya"*Management has proven to be a potentially powerful differentiator, since it relates to how customers are treated from the point of their very first contact with the organization through to the last. In thinking about process management, the marketing planner needs todevelop the strategy and mechanisms against the background of the factors thatinfluence the service level strategy that was discussed earlier".*[49] Manajemen telah terbukti sebagai pembeda yang berpotensi kuat, karena ini berkaitan dengan bagaimana pelanggan

[48]Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 294

[49]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2005), 534

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

diperlakukan dari sudut kontak pertama mereka dengan organisasi sampai yang terakhir. Dalam memikirkan manajemen proses, perencana pemasaran perlu mengembangkan strategi dan mekanisme dengan latar belakang yang mempengaruhi strategi tingkat layanan yang telah dibahas sebelumnya.

Zeithaml dan Bitzer (2004: 25) mendefinisikan "*process as the actual procedures, mechanism, and flow of activities by which the service is delivered the service delivery and operating system*".[50]

Dalam konteks jasa pendidikan, proses adalah segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar agar terbentuk *product*/lulusan yang diinginkan.

Untuk membentuk citra baik terhadap lembaga pendidikan, serta dalam rangka menarik minat sejumlah calon siswa/wali murid, maka lembaga pendidikan perlu menggunakan/mengembangkan berbagai upaya strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) semaksimal mungkin.

Implementasi strategi pemasaran menyangkut empat hal yaitu a) kegiatan yang akan diimplementasikan, 2) bagaimana implemetasi dilakukan, 3) siapa yang bertanggungjawab, 4) kapan dan di mana implementasi dilakukan.[51] Kegiatan implementasi disajikan dalam rencana pemasaran, kemudian dijabarkan lebih rinci dalam kegiatan rencana kerja setiap bagian maupun personil sekaligus mencakup rencana teknis implementasi.

[50]Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 294

[51]Bilson Simamora, "*Pemasaran Stratejik"* (Tangerang Selatan, Universitas Terbuka, 2016), 9.16.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Thomas V. Bonoma dalam bukunya Crown Dirgantoro mengemukakan ada empat hasil yang mungkin terjadi dari kombinasi antara formulasi strategi dengan implementasi keempat hasil tersebut.[52]

		FORMULASI STRATEGI	
		BAIK	BURUK
IMPLEMENTASI STRATEGI	BAIK	*SUCCESS* (Berhasil)	*ROULETTE* (Terganggu)
	BURUK	*TROUBLE* (Kacau)	*FAILURE* (Gagal)

Gambar 2.3
Kombinasi antara Formulasi Strategi dengan Implementasi Hasil

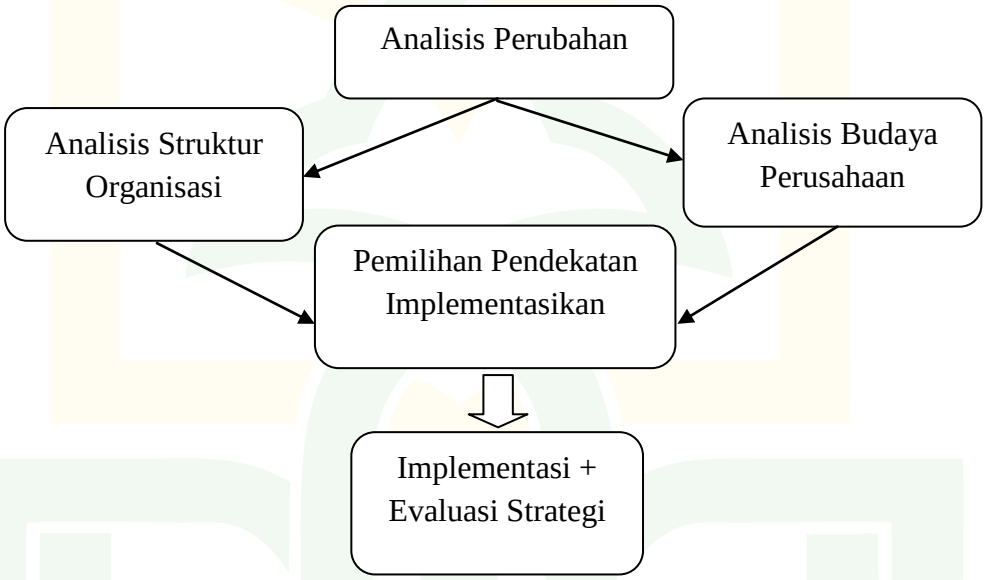
Gambar di atas menunjukkan apabila sebuah lembaga mampu memformulasikan dan mengimplementasikan strategi dengan baik, maka output lembaga ini dinamakan success (berhasil). Kondisi roulette (terganggu) merupakan suatu kondisi di mana formulasi strategi kurang baik/buruk, akan tetapi dengan usaha dan penyesuaian di berbagai bidang maka lembaga bisa mengimplementasikan strategi dengan baik. Kondisi trouble (kacau) adalah suatu kondisi di mana strategi menjadi kacau karena strategi yang telah diformulasikan dengan baik tidak bisa diimplementasikan dengan baik pula. Situasi yang paling tidak diinginkan oleh sebuah lembaga adalah kondisi failure (gagal) di mana strategi yang diformulasikan

[52]Crown Dirgantoro,"*Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi*" (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), 121

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dan diimplementasikan secara kurang baik sehingga program sekolah menjadi tidak terlaksana atau gagal.[53]

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan tersebut tampaklah bahwa keberhasilan strategi tidak hanya pada formulasi yang baik, tetapi juga implementasi yang baik. Agar strategi dapat diimplementasikan dengan baik, Samuel Certo dan Paul Peter mengajukan model sederhana proses implementasi strategi sebagai berikut



Gambar 2.4
Proses Implementasi Strategi

Elemen pertama dari model implementasi strategi adalah analisis perubahan. Pada tahap ini, analisis dilakukan untuk mengetahui berapa besar perubahan yang harus dilakukan agar implementasi strategi bisa dilaksanakan dengan baik. Beberapa implementasi strategi hanya memerlukan sedikit perubahan terhadap organisasi.

Analisis struktur organisasi perlu dilakukan karena pada perubahan yang dilakukan, struktur organisasi akan menjelaskan tentang bagaimana kebijakan akan

[53]Crown Dirgantoro,"*Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi*", (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), 122

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

disusun dan juga menjelaskan tentang bagaimana sumberdaya akan dialokasikan. Analisis struktur organisasi harus mampu menjadi pendukung keberhasilan dalam implementasi strategi. Analisis budaya lembaga pendidikan mengacu kepada nilai yang ada di antara orang-orang di dalam kelompok serta memiliki tendensi atau kecenderungan untuk tetap ada meskipun anggota-anggota kelompok berganti-ganti. Budaya mempresentasikan pola perilaku atau gaya dari lembaga pendidikan di mana pegawai baru akan terdorong untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh pegawai-pegawai lama.

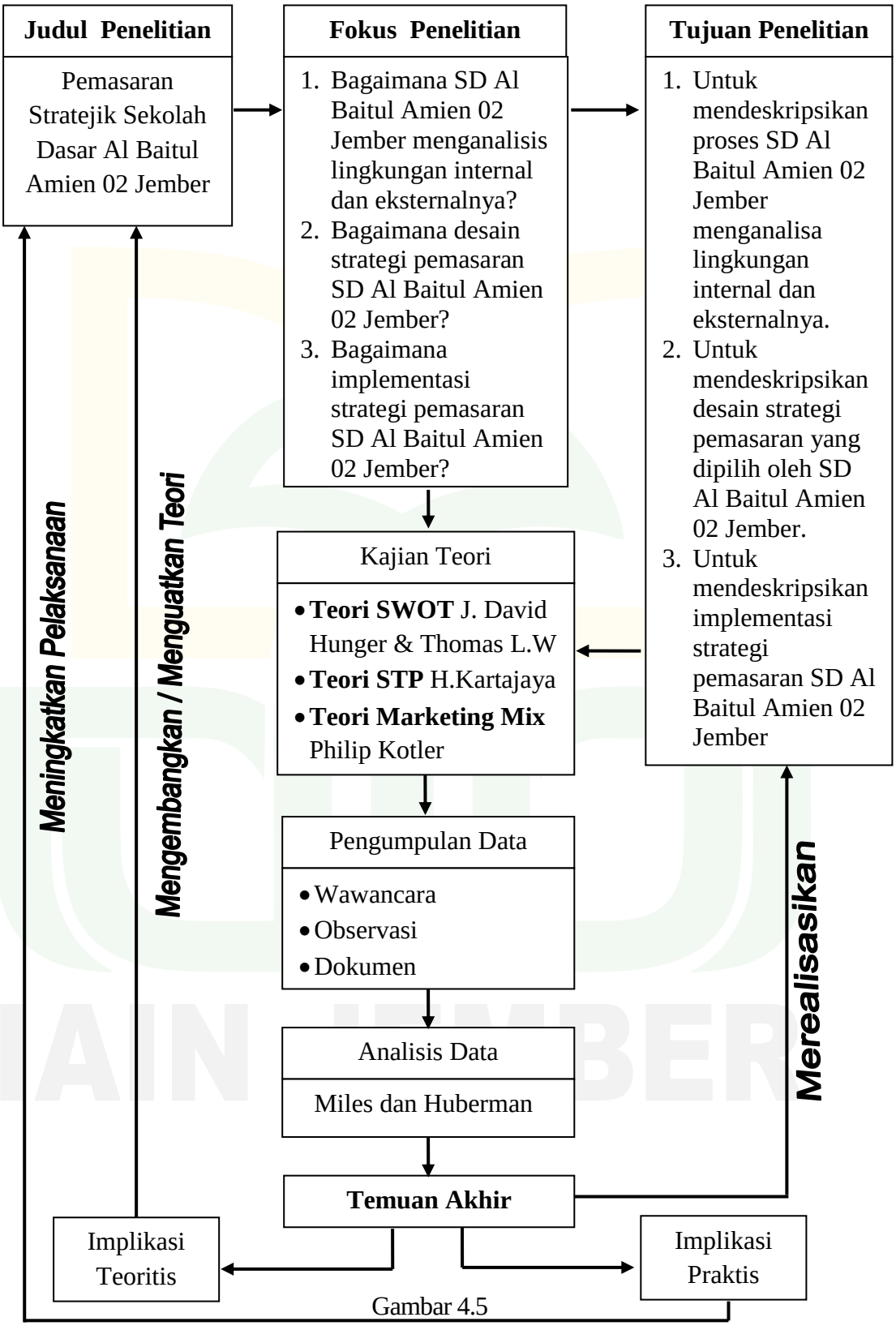
Menurut Kotter dan Heskett dalam bukunya Crown Dirgantoro budaya lembaga pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja SDM untuk jangka panjang sehingga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah lembaga pendidikan di masa yang akan datang.[54]

[54]Crown Dirgantoro,"*Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi*", (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), 135.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

C. Kerangka Konseptual



Gambar 4.5

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Deskripsi Kerangka Konseptual

Penelitian dengan judul pemasaran stratejik di SD AL Baitul Amien 02 Jember yang mengangkat fokus 1) Bagaimana SD AL Baitul Amien 02 Jember menganalisa lingkungan internal dan eksternalnya, 2) Bagaimana desain strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember , dan 3) Bagaimana implimentasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk 1) mendeskripsikan proses SD AL Baitul Amien 02 Jember menganalisa lingkungan internal dan eksternalnya, 2) mendeskripsikan desain strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember, 3) mendeskripsikan implementasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Untuk mencapai fokus dan tujuan penelitian digunakan kajian teori analisis SWOT, STP, dan *Marketing mix*. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data menggunakan teori Miles, Huberman, dan Saldana.

Setelah mengumpulkan dan menganalisis data diperoleh temuan akhir sebuah penelitian yg berimplikasi praktis dan teoritis. Implikasi praktis untuk merealisasikan tujuan penelitian dan meningkatkan pelaksanaan pemasaran stratejik di SD AL Baitul Amien 02 Jember, sedangkan implikasi teoritis untuk mengembangkan atau menguatkan teori tentang pemasaran stratejik.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena yang sedang terjadi yang diamati dan ditemukan oleh peneliti. Dalam pembahasan ini digunakan metode yang bersifat deskriptif analisis yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan masalah yang sedang terjadi dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data secara objektif.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SD Al Baitul Amien 02 Jember yang beralamat di jalan Imam Bonjol No. 45A Kaliwates Kidul, Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Jawa Timur. Alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai subjek penelitian karena lembaga ini adalah lembaga pendidikan Islam yang dikenal masyarakat Jember sebagai lembaga pendidikan Islam yang bermutu. Kedisiplinan siswa dan guru yang sangat tinggi, serta berbagai prestasi yang diraih diberbagai bidang sehingga membuat lembaga ini dikenal oleh banyak orang tidak hanya di wilayah Kabupaten Jember dan sekitarnya tetapi wilayah Propinsi Jawa Timur pun banyak yang mengetahui sekolah ini.[1]

[1] Imam Syafi'i, Wawancara, 25 Januari 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kendati lembaga ini sebagai sekolah baru di Kecamatan Kaliwates, sederet prestasi telah SD Al Baitul Amien 02 Jember raih, baik lomba-lomba tingkat regional maupun tingkat nasional. Hal inilah yang menjadi nama sekolah ini semakin dikenal dan diketahui oleh masyarakat sehingga memicu pengembangan baik dari sisi kualitas maupun kuantitas siswanya.[2]

C. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti agar tidak menimbulkan kecurigaan maka perlu memberitahukan identitas dan status peneliti kepada informan. Kehadiran peneliti sangat diperlukan karena peneliti sebagai instrumen penelitian. Peneliti bertindak sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, dan sebagai pelapor penelitian.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dilakukan secara *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan khusus dengan harapan narasumber dapat memberi informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. Adapun informan dalam penelitian ini adalah :

1. Ketua Yayasan

   Ketua yayasan Al Baitul Amien Jember, yaitu Drs. K.H Muhammad Hasien, M.Pd.I. Alasan sebagai informan karena lembaga swasta yang di

[2] Dokumen *Data Prestasi dalam Histori* 2014 - 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bawah naungan yayasan, kebijakan dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh ketua yayasan.

2. Direktur Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA)

   Direktur Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien Jember, yaitu Drs. H. Misrawi, M.M. Alasan sebagai informan karena bidang pendidikan semua unit sekolah di yayasan ini diawasi oleh LPA.

3. Kepala Sekolah

   Kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember, yaitu H. Muzakki Hidayat, M.M. Alasan sebagai informan penelitian karena beliau pembuat kebijakan semua kegiatan sekolah.

4. Wakil Kepala (WaKa) Humas

   Pejabat Wakil Kepala Humas yaitu Mochammad Rois, S.Pd. Alasan sebagai informan penelitian karena tugas Humas berhubungan langsung dengan masyarakat sehingga dimungkinkan program pemasaran sekolah adalah salah satu program kerjanya.

5. Wakil Kepala Kurikulum

   Pejabat Wakil Kepala kurikulum yaitu Suhendro Purwanto, S.Pd. Alasan sebagai informan penelitian karena program kurikulum sekolah ada pada bidang ini.

6. Wakil Kepala Kesiswaan

   Pejabat Wakil Kepala kesiswaan yaitu Lira Fajarwati, S.Pd. Alasan sebagai informan penelitian karena program kesiswaan sekolah ada pada

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bidang ini dan salah satu dari programnya adalah Penerimaan Siswa Baru (PSB).

7. Kepala TU

   Pejabat kepala TU yaitu Kusnandiono, S.Pd. Alasan sebagai informan penelitian karena TU berhubungan langsung dengan administrasi dan dokumen sekolah.

8. Kepala Cleaning Service

   Pejabat kepala cleaning service yaitu Wafir. Alasan sebagai informan penelitian karena salah satu keunggulan sekolah adalah bagaimana sekolah tersebut menjaga kebersihan lingkungan sekolah dan tata ruang.

9. Kepala Catering

   Pejabat kepala catering yaitu Lidya Yustika. Alasan sebagai informan penelitian karena makan siang adalah salah satu fasilitas dari sekolah

10. Pendiri lembaga bimbingan belajar "Phytagoras" Jember

    Pendiri sekaligus pemilik lembaga bimbingan belajar ini yaitu Ari Kuniawan, M.Pd. Alasan sebagai informan penelitian karena beliau adalah salah satu aktivis penyelenggara lomba dari kabupaten Jember sehingga diharapkan mampu memberi informasi tentang berbagai prestasi lomba yang ada di Jember.

11. Guru SD Luqman Al Hakim Surabaya

    Guru SD Luqman Al Hakim Surabaya yaitu Imam Syafi'i, S.Si. Alasan sebagai informan penelitian karena beliau adalah salah satu aktivis penyelenggara lomba tingkat nasional dan juga selalu aktif

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mengikutsertakan siswanya dalam berbagai ajang perlombaan sehingga diharapkan mampu memberi informasi tentang berbagai prestasi lomba tingkat Jawa Timur atau bahkan tingkat nasional.

12. Wali Murid SD Al Baitul Amien

    Salah satu wali murid SD Al Baitul Amien adalah Fitriasari, S.E. Alasan sebagai informan penelitian karena beliau menyekolahkan beberapa putra dan putrinya di SD Al Baitul Amien 02 Jember.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

   Sumber data primer merupakan sumber data yang berasal dari informan yang memahami tentang pemasaran sekolah melalui wawancara dan observasi terhadap aktivitas, tempat, dan lingkungan sekolah.

2. Sumber Data Skunder

   Sumber data sekunder dalam penelitian ini merupakan sumber data pendukung yang meliputi studi kepustakaan, dokumen/arsip sekolah

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini merupakan langkah penting dalam melakukan penelitian sehingga mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data merupakan cara-cara dalam mengumpulkan, mengolah serta memperoleh data yang valid. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumen.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan tehnik observasi non partisipan. Dalam observasi ini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber tetapi belum sepenuhnya lengkap, dengan pertimbangan bahwa:

1) Peneliti dapat melakukan perekaman ketika ada informasi yang muncul
2) Dapat mengamati kegiatan yang dikerjakan
3) Mempermudah dalam pengumpulan data sehingga mendapatkan data yang cukup banyak
4) Dapat dilakukan secara bebas serta tidak terikat dengan waktu.

Sementara itu prosedur pelaksanaan teknik observasi non partisipan adalah sebagai berikut:

1) Mengajukan peninjauan lokasi yang akan dijadikan penelitian
2) Menyusun pedoman observasi dengan menyesuaikan masalah yang akan dijadikan fokus
3) Melakukan observasi pada lokasi penelitian
   a. Observasi implementasi strategi pemasaran, dalam hal ini peneliti mengamati kegiatan siswa selama pembelajaran di sekolah (bagaimana sambutan pagi saat siswa masuk, bagaimana proses dan media pembelajaran saat KBM, bagaimana pelayanan makan siang di sekolah, dan bagaimana sarana dan prasarana sekolah untuk mendukung KBM)

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Observasi kegiatan Penerimaan Siswa Baru (PSB)

Kegiatan PSB adalah salah satu implementasi pemasaran lembaga, peneliti mengamati bagaimana proses PSB, siapa panitianya, dan bagaimana prosedurnya.

4) Mengumpulkan dan menganalisis data hasil observasi.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semiterstruktur dengan tujuan untuk menggali informan secara lebih terbuka, di mana pihak informan diminta pendapat, dan ide-idenya tentang proses SD Al BaitulAmien 02 Jember menganalisa lingkungan internal dan eksternalnya, mendesain strategi pemasaran sekolah, dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara seksama dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Langkah-langkah sebelum wawancara yaitu peneliti menyiapkan pedoman wawancara tentang fokus penelitian sesuai dengan informan yang akan diwawancarai, kemudian saat proses wawancara berlangsung peneliti dapat mengembangkan atau menambahkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan. Hasil wawancara terhadap masing-masing subjek terteliti dicatat agar tidak lupa atau bahkan hilang. Karena wawancara yang dilakukan adalah wawancara terbuka dan semi terstruktur, maka peneliti perlu membuat rangkuman yang lebih sistematis. Selain dicatat, hasil wawancara juga direkam secara

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

langsung menggunakan telephon seluler android kemudian dipilah berdasarkan subjeknya dan disajikan dalam bentuk tulisan serta disimpan dalam flash disk.

3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Pada tahapan ini, peneliti mengkaji serta mempelajari data-data yang terkait pada instansi penelitian seperti arsip dari kegiatan saat menentukan letak/lokasi pembangunan lembaga pendidikan. Berikutnya dokumen tentang laporan kegiatan PSB, serta dokumen lain yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang ada di SD Al Baitul Amien 02 Jember.

G. Analisis Data

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles, Huberman, dan Saldana mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data condensation*, *data display, dan conclusion drawing/verification*.[3]

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondesasi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan**,** pengabstrakan dan transformasi data/atau yang muncul pada

[3] Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook*(3rd ed), (California: Sage Publication, 2014), 31.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

seluruh korpus (badan) catatan-catatan tertulis di lapangan atau transkrip wawancara, dan bahan-bahan empiris lainnya.

> *Data condentation occurs countinuosly thought the life of any qualitatively oriented project. Even before the data are actually collected, anticipatory data condentation is accuring as the reseacher decides (often without full awarness) which conceptual framework, which cases as data collection process, further episodes of data condentation occur writing summaries, coding, developing, themes, generating, catagories, and writing analityc memos*.[4] Kondensasi data secara berkesinambungan dalam kehidupan selama berorientasi pada beberapa proyek atau penelitian kualitatif bahkan sebelum data sebelumnya dikumpulkan, antisipasi kondensasi data sebagai seorang peneliti tidak sadar sering menarik kesimpulan berupa kerangka kerja konseptual, kasus, pertanyaan penelitian, dan pengumpulan data yang dianggap mendekati untuk dipilih. Sebagai hasil pengumpulan data, lebih lanjut kondensasi data terjadi: menulis ringkasan, pengkodean, mengembangkan kategori, menghasilkan kategori, dan penulisan memo analisis.

Pada proses kondensasi data peneliti memfokuskan pada pengelompokan/pemilahan, menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data tentang analisis lingkungan internal dan eksternal sekolah, desain strategi pemasaran, dan implementasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses untuk memudahkan dalam melakukan analisis data dan menarik kesimpulan. Proses ini dilakukan dengan cara membuat matrik, diagram, dan bagan sehingga peneliti dapat menentukan semua data yang ditemukan dengan lebih sistematis agar penyampaian hasil temuan pada penelitian ini mudah dipahami oleh pembaca.

---

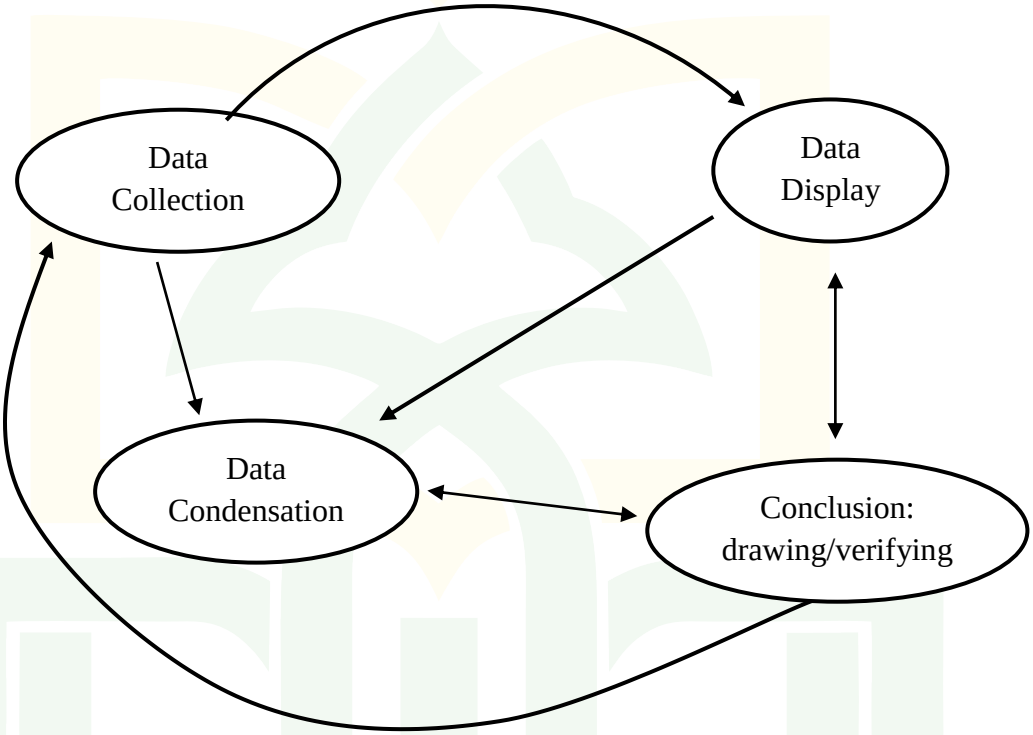
[4] [4] Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook*(3rd ed), (California: Sage Publication, 2014), 31.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

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

Penarikan kesimpulan dilakukan terhadap temuan penelitian mulai dari peneliti memasuki lokasi penelitian, selama proses pengumpulan data hingga pada tahapan akhir penelitian sehingga didpatkan sebuah kesimpulan yang bersifat menyeluruh.

Model interaktif analisis data ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3.1
Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

H. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan suatu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang tentunya akan berdampak pada hasil akhir dalam sebuah penelitian.

Dalam proses pengecekan keabsahan data peneliti melakukan uji kredibilitas data dengan dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dalam penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan atau sumber data.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Uji kredibilitas yang digunakan peneliti untuk mendukung dan memperoleh keabsahan data sebagai berikut:

1) Triangulasi sumber, yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan membandingkan dan mengecek data yang telah diperoleh melalui informan/sumber informasi dalam waktu yang berbeda.
2) Triangulasi teknik, dalam hal ini peneliti mengkroscek hasil data yang diperoleh dari hasil wawancara dicocokkan dengan hasil observasi dan dikuatkan dengan dokumen hasil wawancara dari informan satu dengan yang lainnya. Trianggulasi ini di fokuskan pada kesesuaian antara data dan metode yang telah digunakan.

I. Tahapan-tahapan penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan disajikan dalam tabel berikut ini:

Program Penelitian	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pustaka																				
Observasi Lapang																				
Pengumpulan Data																				
Analisa Data																				
Laporan Akhir																				

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB IV

PAPARAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya SD Al Baitul Amien 02 Jember

SD Al Baitul Amien 02 Jember berada di bawah naungan yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember. Sebagaimana masjid lain pada umumnya, yayasan masjid ini memiliki visi besar yang ingin diwujudkan, selain visi sebagai pusat pelayanan ibadah, masjid ini juga sebagai pusat pelayanan pendidikan yang diharapkan oleh masyarakat muslim pada umumnya.

Zuhairi Misrawi, seorang intelektual muda NU dari Madura menulis dalam bukunya *Al Azhar Menara Ilmu, Reformasi, dan kiblat keulamaan*. "Universitas Al Azhar yang telah melahirkan banyak ulama untuk dunia, dalam sejarah permulaannya merupakan masjid yang dibangun oleh Dinasti Fatimiah dengan Raja Al Mu'iz Li Dinillah sebagai rajanya yang berideologi Syiah Islamiyah. Dari sejarah tersebut yang harus diingat adalah masjid bukan hanya tempat beribadah, shalat, rukuk, dan sujud kepada Allah semata, tetapi masjid juga mengemban misi mendidik, mencerdaskan dan membawa misi ilmiah untuk kemaslahatan umat manusia. Bisa dibayangkan jika umat Islam tidak mempunyai lembaga pendidikan yang secara khusus memperdalam ilmu keagamaan. Umat akan terperosok dalam kubangan kebodohan dan keterbelakangan".[73]

Hal tersebut selaras dengan apa yang disampaikan oleh ketua yayasan masjid Jami' Al Baitul Amien Jember kepada peneliti saat wawancara.

"Letkol Abdul Hadi menjabat sebagai Bupati Jember selama dua periode yaitu tahun 1968 – 1979. Saat masa jabatannya, beliau melihat kondisi masjid Jami' sulit dikembangkan padahal populasi penduduk Jember semakin meningkat sehingga masjid jami' di pusat kota tidak bisa menampung sebagian besar masyarakat, akhirnya beliau bersilaturrahmi kepada Kyai Ahmad Shidiq dan Kyai jauhari Kencong serta bersama dengan tokoh ulama lain mendiskusikan tentang masalah pendirian masjid baru. Hasil dari musyawarah itu menghasilkan keputusan bahwa

[73]Moch. Ichsan dan Zainal Anshari Marli, *Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember dalam Lintasan Sejarah,* (Jember: 2017. SUPERIOR JEMBER), 59-60.

akan didirikan masjid baru yang letaknya berseberangan dengan masjid lama yang saat ini digunakan sebagai SD AL Baitul Amien Jember. Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember ini dulunya adalah kantor kawedanan Jember. Pembangunan masjid jami akan ditanggung bersama masyarakat Jember dari hasil panen mereka." Dibangunnya SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan konsistensi yayasan masjid Jami' Al Baitul Amien Jember dalam rangka mengembangakan visi dakwah Islam dan pendidikan yang komprehensif. Dari tahun ke tahun jumlah siswa yang mendaftar semakin banyak sehingga tidak mencukupi jika lembaga SD hanya di SD Al Baitul Amien saja, akhirnya kami mendirikan SD AL Baitul Amien 02 Jember guna memfasilitasi kebutuhan masyarakat akan pendidikan Islam yang komprehensif."[74]

Sejalan dengan perkembangan zaman, pendidikan yang dibina yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Minat masyarakat terhadap pendidikan yang diselenggarakan oleh yayasan ini semakin baik dan jumlahnya semakin meningkat dari tahun ke tahun mulai dari TPQ, TPA, PAUD, TK, SD, ataupun SMP Al Baitul Amien Jember.

SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan sekolah baru yang secara umum diperuntukkan bagi umat Islam, dan secara khusus diperuntukkan bagi kalangan orang tua karier yang memiliki kesibukan di luar rumah sehingga konsep *full day school* sangat cocok bagi putra-putri mereka. Sekolah ini berdiri di wilayah Kecamatan kaliwates, tepatnya di jalan Imam Bonjol no. 45 A Jember.

Dibangunnya SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan konsistensi yayasan masjid Jami' Al Baitul Amien Jember dalam rangka mengembangakan visi dakwah Islam dan pendidikan yang komprehensif. Eksistensi SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan pengembangan dari SD Al Baitul Amien Jember yang berlokasi di jalan Sultan Agung no. 2 Jember yang kian tahun semakin tidak bisa lagi menampung kuantitas permintaan para pendaftar/murid baru.

[74]Muhammad Hasien, Wawancara, Jember, 21 April 2020

Minat masyarakat setiap tahunnya terus meningkat kepada Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA). Salah satu alasan yang membuat tingginya permintaan kepada LPA adalah perhatian terhadap kemampuan anak didik dalam menguasai bacaan Al Quran dan kemampuan dalam menguasai praktek amaliah ibadah yang paling mendasar dan nilai-nilai perilaku Islami yang menjadi ciri khas pendidikan Islam.

Besarnya animo dan ekspektasi masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya ke SD Al Baitul Amien Jember tak sebanding dengan kapasitas kelas yang tersedia, hal ini menyadarkan pihak yayasan untuk berinisiatif membeli lahan dan membangun gedung baru yang bisa menampung banyaknya permintaan. Pada tanggal 01 Juli 2012 yayasan masjid jami' al Baitul Amien Jember berjihad membangun gedung baru nan megah yang diproyeksikan sebagai sekolah Islam pertama di Jember dengan konsep sekolah modern, yang diberi nama SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Dari awal berdiri hingga saat ini, mutu dan kualitas kurikulum serta tenaga pengajar selalu dijaga dan terus menerus diberikan pendidikan dan pelatihan sehingga kualitas dan kuantitas siswa menunjukkan grafik melonjak signifikan**.** Saat ini, memasuki tahun ke 8 sejak peletakan batu pertamanya, SD Al Baitul Amien 02 Jember telah memiliki 20 rombongan belajar, 80 Guru dan karyawan, serta anak didik sejumlah 539 siswa dari kelas 1 hingga kelas 6. Secara berturut-turut, berikut adalah nama-nama Kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember:

Tabel 4.1
Data Nama Kepala Sekolah SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Nama	Tahun Menjabat
1.	Ir. Ahmad Hafid	2012-2013
2.	Hizbullah Muhib, SE, M.M	2013-2016
3.	H. Muzakki Hidayat, S.Ag. M.M	2016 – Sekarang

Sumber data: Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

Sebagai lembaga Sekolah Dasar yang berciri khas Islam, lembaga ini menyelenggarakan pendidikan yang komprehensif kepada siswanya sehingga diharapkan mereka menjadi generasi cendekia Islam yang tangguh.[75]

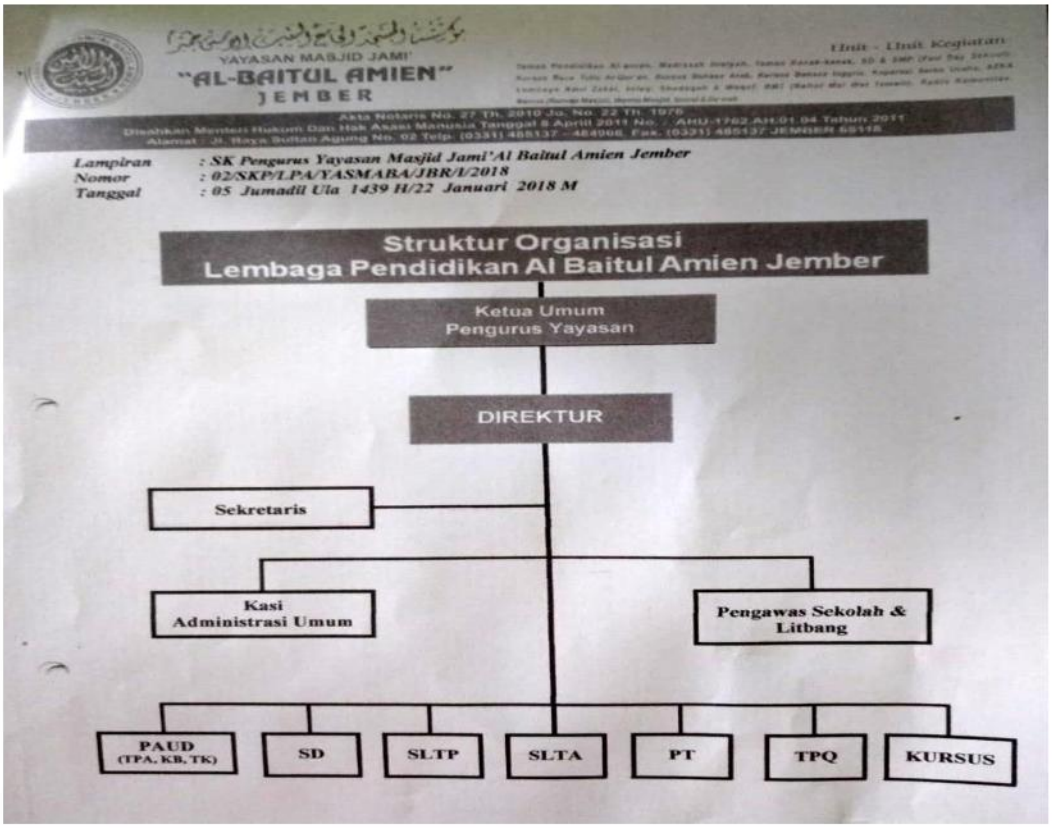
2. Profil SD Al Baitul Amien 02 Jember

Lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember beralamat di jalan Imam Bonjol no. 45 A Kaliwates Jember. Lembaga ini berdiri tahun 2012 di bawah naungan Yayasan Masjid Jami' Al-Baitul Amien Jember yang beralamat di jalan Sultan Agung Jember. Sekolah ini berkembang cukup pesat dan terbukti pada hasil penilaian akreditasi pada tahun 2018 mendapat nilai A.[76]

Salah satu bidang yang dikelola oleh yayasan adalah LPA (Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien). LPA ini memiliki struktur organisasi yang terdiri dari ketua umum, direktur, skretaris, KaSi, dan pengawas sekolah. Adapun unit pendidikan yang dikelola LPA yaitu PAUD, SD,SMP, TPQ, kursus. Semua

[75]Sejarah berdirinya SD Al Baitul Amien 02 Jember, disarikan dari dokumentasi SD Al Baitul Amien 02 Jember dan Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember.
[76] Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

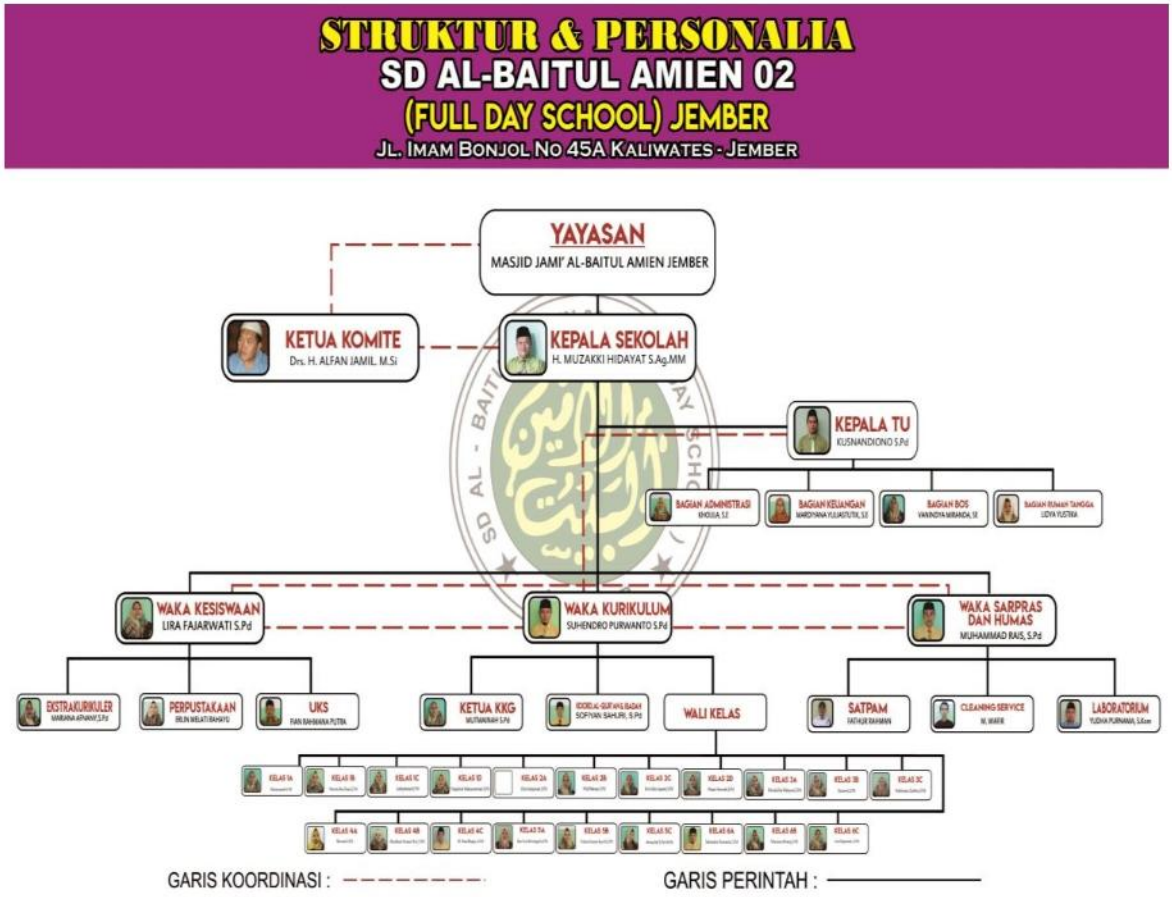
program dari masing-masing unit pendidikan diakomodir oleh LPA ini. Unit di bawah naungannya melaksanakan dan diberi kesempatan untuk mengembangkan program sekolah.



Gambar 4.1
Struktur Lembaga Pendidikan AL Baitul Amien Jember

SD Al Baitul Amien 02 Jember yang di bawah naungan yayasan masjid jami' Al Baitul Amien mampu mengelola lembaga pendidikannya dengan struktur SDM yang diatur sesuai kebutuhan manajemen sekolah. Dalam hal ini kepala sekolah menjadi pemimpin utama yang dibantu oleh kepala TU, WaKa kesiswaan, WaKa kurikulum, dan WaKa sarpras. Masing-masing WaKa membawahi bagian-bagian yang mendukung pada masing-masing program WaKa.

WaKa kesiswaan membawahi bidang ekstra kurikuler, perpustakaan, dan UKS. WaKa kurikulum membawahi ketua KKG dan wali kelas, sedangkan WaKa sarpras membawahi satpam, cleaning service, dan laboratorium.



Gambar 4.2
Struktur Organisasi sekolah

3. Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

a.Visi

Terwujudnya Lulusan yang Berakhlaq Mulia dan Berprestasi Akademik Optimal.

Indikator visi:

1. Unggul dalam kelulusan

2. Pelaksanaan pembelajaran PAIKEM
3. Terpenuhinya fasilitas pembelajaran berbasis iptek
4. Pengembangan tenaga kependidikan
5. Peningkatan mutu kelembagaan dan Manajemen Berbasis Sekolah
6. Pengembangan sistem penilaian autentik
7. Berperilaku santun dan berbudi pekerti luhur
8. Melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.

Visi tersebut di atas mencerminkan cita-cita sekolah yang berorientasi ke depan dengan memperhatikan potensi kekikinian, sesuai dengan norma dan harapan masyarakat.

Untuk mewujudkannya, sekolah menentukan langkah-langkah strategis yang dinyatakan dalam Misi berikut:

b. Misi :

1. Melaksanakan pembelajaran yang efektif dan efisien dalam rangka pengembangan potensi siswa secara maksimal untuk memperoleh *out put* peserta didik yang berkualitas.
2. Meningkatkan dan mengembangkan media pembelajaran dalam rangka menunjang pelaksanaan pembelajaran secara maksimal.
3. Mengembangkan kualitas kinerja tenaga kependidikan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan.
4. Membudayakan nilai-nilai 18 karakter dengan efisien.
5. Melaksanakan penilaian autentik sesuai dengan kompetensi dasar masing-masing pelajaran dan mengadakan program pengayaan/remedial.

6. Melaksanakan kegiatan kesiswaan dalam bidang akademik dan non akademik (olah raga, seni dan keagamaan secara maksimal) untuk mengembangkan kemampuan dan minat siswa.
7. Membudayakan saling memberi salam jika bertemu warga sekolah.
8. Membudayakan pemutaran lagu-lagu nasional dan daerah pada saat sebelum senam pagi dan pada jam istirahat sekolah.
9. Melaksanakan Pembelajaran TPA bagi anak-anak kelas awal dan pembelajaran Tartil Al Quran bagi siswa kelas tinggi serta membiasakan sholat Dhuhur berjamaah.
10. Menjadi sekolah Islam yang berlandaskan Ahlussunah Wal Jama`ah.
11. Membantu orang tua mewujudkan anak yang sholih atau sholihah dan berprestasi akademik optimal.
12. Mengembangkan da`wah melalui pendidikan.[77]

c. Tujuan Satuan Pendidikan

Untuk merealisasikan visi dan misi sekolah, maka tujuan yang akan dicapai adalah:

a. Siswa lulus 100 % dan 90 % dapat melanjutkan ke sekolah favorit
b. Semua guru menyusun rancangan pembelajaran yang berbasis *scientific,* tematik dan terintegrasi sesuai model belajar yang relevan dengan mempertimbangkan karakteristik peserta didik baik dari aspek fisik, moral, sosial, kultural, emosional dan intelektual.

[77] Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

c. Sekolah memiliki media pembelajaran sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, budaya, teknologi, dan seni.
d. Terwujudnya profesionalisme kinerja tenaga kependidikan yaitu terjadi perubahan pola pikir (*mindset*) guru dalam mempersiapkan pembelajaran, melaksanakan pembelajaran, dan mengevaluasi hasil pembelajaran sesuai dengan pendekatan kurikulum 2013.
e. Semua tenaga kependidikan dapat melaksanakan proses belajar mengajar secara disiplin, efektif dan efisien melalui pembelajaran *scientific*.
f. Mampu melaksanakan Manajemen Berbasis Sekolah secara profesional.
g. Siswa memiliki prestasi dalam bidang akademik dan non akademik
h. Mampu menggalang partisipasi masyarakat secara maksimal dalam mengembangkan mutu sekolah baik secara fisik maupun non fisik.
i. Terjalin hubungan harmonis,ramah siswa dan saling menghormatiantar warga sekolah,dan jika bertemu saling memberi salam.
j. Tumbuhnya jiwa nasionalisme dan wawasan kebangsaan sebagai pribadi bangsa Indonesia yang berbudaya dapat ternanam dan berkembang sebagai budaya sekolah.
k. Tencetaknya peserta didik yang beriman dan bertakwa.
l. Terlaksananya bimbingan yang menyeluruh terhadap semua komponen
m. Terlaksananya bimbingan sesuai dengan bakat dan minat siswa yang tertuang dalam kegiatan ektrakurikuler setiap hari sabtu.[78]

[78]Dokumen Kurikulum SD Al Baitul Amien 02 Jember

4. Kondisi Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Pendidik dan tenaga kependidikan SD AL Baitul Amien 02 Jember berjumlah 80 orang yang terdiri dari 58 orang sebagai pendidik dan 22 orang sebagai tenaga kependidikan. Jika diprosentase 76 % berusia kurang dari 36 tahun, 21 % berusia antara 36 –50 tahun, dan 3 % berusia lebih dari 50 tahun. Dilihat dari faktor usia maka sebagian besar dari jumlah pendidik dan tenaga kependidikan adalah tergolong tenaga kerja yang masih usia muda dan produktif. Faktor ini adalah salah satu keunggulan sekolah di mana semangat dan daya juang mereka masih sangat tinggi.

Tabel 4.2
Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan Berdasarkan Usia

Usia / Kategori	21 – 35 tahun	36 – 50 tahun	> 50 tahun
Pendidik	46 orang	11 orang	1 orang
Tenaga Kependidikan	15 orang	6 orang	1 orang
Jumlah/Prosentase	**61 orang** **76%**	**17 orang** **21%**	**2 orang** **3%**

Sumber data: Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

Berdasarkan linieritas pendidikan dengan bidang yang diampu adalah 4,5 % dari tenaga kependidikan kurang linier yaitu pada pustakawan karena lulusan SMK, untuk itu sekolah perlu memilih tenaga ahli di bidang perpustakaan atau tenaga kependidikan yang memiliki keahlian di bidang perpustakaan agar perpustakaan bisa berfungsi dengan baik dan maksimal. Untuk tenaga pendidik prosentase ketidaklinierannya yaitu 1,7 % dari semua pendidik yaitu pada guru PAI yang memiliki ijazah S1 Ekonomi.

Tabel 4.3
Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan Berdasarkan Linieritas

No	Kategori	Jumlah	Prosentase Linieritas Pendidikan
1	Guru Kelas	29	100%
2	Guru PAI	3	66, 67%
3	Guru PJOk	2	100%
4	Guru Bahasa Inggris	2	100%
5	Guru Bahasa Arab	2	100%
6	Guru Al quran	19	100%
7	Guru TIK	1	100%
8	Tenaga Kependidikan	22	95,5%
Jumlah		80 orang	

Sumber: Dokumen SD AL Baitul Amien 02 Jember

5. Kondisi Siswa

Sekolah ini berdiri tahun 2012 namun ijin operasional baru terbit tahun 2016, jadi sejak tahun ajaran 2012/2013 hingga tahun ajaran 2015/2016 administrasi sekolah masih gabung dengan SD Al Baitul Amien, sehingga jumlah siswapun juga masih bergabung dengan sekolah induk. Berikut adalah data siswa sejak ijin operasional telah ditetapkan oleh Dinas pendidikan Pemerintah Kabupaten Jember.

Tabel 4.4
Data Siswa SD Al-Baitul Amien 02 Jember

Tahun Pelajaran	Kelas	Jumlah Rombel	Laki-laki	Perem-puan	Jumlah Siswa Kelas	Jumlah siswa Keseluruhan
2016/2017	I	3	44	42	86	354 Siswa
	II	3	46	36	82	
	III	3	32	39	71	
	IV	3	37	36	73	
	V	2	27	15	42	
	VI	-	-	-	-	
2017/2018	I	3	49	25	74	430 Siswa
	II	3	47	43	90	
	III	3	45	35	79	
	IV	3	34	37	71	
	V	3	38	35	73	
	VI	2	27	16	43	
2018/2019	I	4	68	44	112	497 Siswa
	II	3	51	26	77	
	III	3	45	43	88	
	IV	3	45	32	77	
	V	3	32	38	70	
	VI	3	38	35	73	
2019/2020	I	4	44	58	112	536 Siswa
	II	4	67	55	112	
	III	3	52	28	80	
	IV	3	42	43	85	
	V	3	45	33	78	
	VI	3	31	38	69	

Sumber: Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

Jumlah siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal itu berarti minat dan kepercayaan masyarakat semakin meningkat terhadap lembaga ini.

6. Sarana dan Prasarana

Untuk menunjang proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) serta meningkatkan prestasi akademik siswa maka diperlukan fasilitas yang mendukung untuk mencapai hal tersebut. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 jember.

Tabel 4.5

Daftar Inventaris SD Al Baitul Amien 02 Jember

NO	NAMA BARANG	JUMLAH	KONDISI*
1	Ruang Kepala Sekolah	1	Bagus
2	Ruang Tamu	1	Bagus
3	Ruang Tata Usaha	1	Bagus
4	Ruang Wakil kepala	3	Bagus
5	Ruang Guru	1	Bagus
6	Ruang Toilet	26	Bagus
7	Ruang Kelas	23 (3 ruangan masih kosong)	Bagus
8	Ruang Perpustakaan	1	Bagus
9	Ruang UKS	1	Bagus
10	Ruang Laboratorium Komputer	1	Bagus
11	Ruang Dapur	1	Bagus
12	Ruang Kantin	1	Bagus
13	Ruang Satpam	1	Bagus
14	Aula/Masjid	1 (2 lantai)	Bagus
15	Ruang Gudang	3	Bagus

Sumber: Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember

B. Paparan Data dan Analisis

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal SD Al Baitul Amien 02 Jember

Sebelum menganalisis kondisi sekolah dengan matriks SWOT, maka perlu dianalisis hal-hal yang berhubungan dengan faktor internal dan eksternal lembaga. Faktor internal adalah hal-hal yang terkait dengan kekuatan dan kelemahan dari lembaga, sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor dari luar lembaga yang terkait dengan ancaman dan peluang bagi lembaga pendidikan.

a. Analisis Lingkungan Internal

Analisis internal adalah analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember. Berikut wawancara peneliti dengan kepala sekolah Muzakki Hidayat tentang kekuatan SD Al Baitul Amien 02 Jember yang menyatakan:

> "SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah yang disetting *fullday school* yang berideologi ASWAJA. Sekolah ini awalnya dibangun untuk membantu wali murid yang sibuk (berkarier) sepanjang hari sehingga tidak memiliki banyak waktu di rumah untuk mendampingi putra-putri mereka. Melihat kondisi seperti ini yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember membangun SD Al Baitul Amien 02 Jember dengan gedung yang representatif supaya anak-anak terfasilitasi di sekolah dan yang tak kalah pentingnya adalah anak-anak memiliki fitrah Islami, santun, berakhlaq mulia, dan berprestasi. Selain beberapa hal tersebut SD Al Baitul Amien 02 Jember juga memiliki guru dan karyawan yang profesional dan berakhlak mulia. Testimoni dan ekspektasi dari wali murid yang membuat sekolah ini berkembang dan yang tak kalah pentingnya adalah prestasi siswa yang unggul di berbagai bidang yang menambah semakin pesatnya kuantitas dan kualitas sekolah ini".[79]

Kemudian Suhendro Purwanto selaku wakil kepala kurikulum menyatakan:

[79]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020

> "SD Al Baitul Amien 02 Jember dibangun 2012 dengan alasan dari tahun ke tahun banyak siswa yang daftar semakin banyak tetapi ruangan sekolah tidak mencukupi. Tidak perlu menunggu lama, pada tahun 2016 ijin operasional dari pemerintah sudah turun dan 2018 akreditasi pertama mendapat nilai A, waktu itu saya sendiri yang menjadi PLH karena bapak kepala sekolah saat itu tengah melaksanakan ibadah haji. Berbicara tentang kekuatan lembaga ini, kalau menurut saya kekuatan SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu sumber daya manusia yang produktif karena sebagian besar masih berusia muda, lokasi sekolah yang strategis, lokasi yang luas, sekolah yang baru berdiri sehingga mudah menanamkan program baru, dan sekolah ini memberi rasa aman bagi wali murid karena mereka bisa mengantarkan putra-ptrinya hingga sampai ke depan kelas masing-masing".[80]

Dari pernyataan kedua narasumber di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis lingkungan internal yang merupakan kekuatan lembaga adalah sebagai berikut:

Kekuatan yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.

a) Fullday School yang berideologi ASWAJA

   Program *fullday school* yang diterapkan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember ini bisa mempermudah wali murid terutama bagi mereka yang bekerja mulai pagi hingga sore. Wali murid sudah tidak perlu lagi berpikir bagaimana pendidikan agama mereka karena di lembaga ini mendapat pendidikan yang komprehensif.

b) Gedung yang representatif

   Gedung baru yang dibangun oleh yayasan dilengkapi dengan AC, CCTV, dan proyektor di setiap kelas sehingga belajar semakin nyaman, memudahkan dalam pengontrolan, dan kegiatan belajar mengajar semakin menyenangkan karena ada media yang menarik.

[80]Suhendro Purwanto, Wawancara, 19 April 2020

c) Prestasi siswa yang unggul di berbagai bidang

Meskipun tergolong lembaga baru namun prestasi siswa SD Al Baitul Amien tidak kalah dengan lembaga yang sudah lama berdiri, prestasi itu rata di berbagai bidang, baik bidang akademik maupun non akademik.

d) Sumber daya manusia yang produktif

Sebagian besar pendidik dan tenaga kependidikan lembaga ini adalah orang-orang yang masih berusia muda, sehingga semangat juang mereka sangat tinggi dan bisa mempengaruhi beberapa pendidik yang berusia lebih tua. Hal ini sangat nampak pada kinerja mereka utamanya saat penggunaan dan pemanfaatan Informasi dan Teknologi (IT).

e) Lokasi sekolah yang strategis

Lokasi lembaga ini terletak pada jalur kedua dari jalan nasional sehingga arus lalu lintas tidak terlalu padat, hal ini sangat mendukung pada proses pembelajaran karena tidak terlalu bising karena lalu lalang transportasi.

f) Sekolah yang baru berdiri

Aturan dan tata tertib sekolah sangat mudah diterapkan kepada peserta didik karena lembaga ini merintis dari awal. Peserta didik angkatan pertama sangat mudah untuk menularkan program pendidikan karakter kepada adik kelasnya.

g) Rasa aman bagi wali murid

Tanah yang tersedia relatif luas sehingga memudahkan wali murid untuk mengantar dan menjemput putra-putrinya karena sekolah ini memiliki lahan parkir yang luas.Wali murid bisa mengantar langsung putra-putri mereka

hingga ke sekolah atau bahkan bisa sampai ke depan kelas mereka masing-masing sehingga rasa aman dalam menitipkan putra-putri mereka dalam lembaga ini sangat terjamin.[81]

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara tentang beberapa hal yang menjadi kelemahan SD Al Baitul Amien 02 Jember. Berikut wawancara peneliti dengan kepala sekolah Muzakki Hidayat tentang kelemahan SD Al Baitul Amien 02 Jember yang menyatakan:

> "Beberapa hal yang menjadi kelemahan SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah kekompakan antar guru dan karyawan yang perlu dibangun, faktor ini adalah kunci utama dalam meraih kesuksesan lembaga. Selain faktor tersebut, yang menjadi kelemahan SD Al Baitul Amien Jember adalah keluar masuknya guru karena mereka berbondong-bondong ikut tes CPNS. Hal ini bisa berdampak pada psikologi siswa yang ditinggalkan, terganggunya proses pembelajaran, ketidakpastian lembaga, serta akan menjadi catatan buruk bagi lembaga karena belum mampu mensejahterakan pendidik dan tenaga kependidikan".[82]

> Berikutnya tambahan dari Suhendro Purwanto tentang kelemahan lembaga: "Akses jalan masuk ke sekolah hanya satu arah sehingga sering menyebabkan kemacetan, gedung hingga lantai tiga sehingga membutuhkan waktu lebih lama dalam pengontrolan setiap pagi, selain itu juga terdapat pemakaman umum yang berada di sebelah masjid, hal ini kadang-kadang membuat siswa jadi cerita horor". Yang tak kalah pentingnya adalah faktor gonta-gantinya guru karena mengikuti tes PNS".[83]

Dari pernyataan kedua narasumber di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis lingkungan internal yang merupakan kelemahan lembaga adalah sebagai berikut:

---

[81] Suhendro Purwanto, wawancara, Jember, 19 April 2020
[82] Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020
[83] Suhendro Purwanto, Wawancara, 19 April 2020

Kelemahan yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.

a) Kurangnya kekompakan antar guru dan karyawan.

Terkadang kekompakan ini harus sering dicharge karena jika hal ini tidak dilakukan, maka kekompakan antar guru dan karyawan akan menurun. faktor ini adalah kunci utama dalam meraih kesuksesan lembaga, adanya kekompakan antar guru dan karyawan membuat lembaga ini akan berkembang jauh lebih pesat.

b) Pergantian guru

Peraturan yayasan yang tidak mengikat bagi pendidik maupun tenaga kependidikan sehingga memungkinkan mereka untuk berbondong-bondong mengikuti tes CPNS yang diselenggarakan oleh pemerintah. Hal ini terjadi hampir setiap tahun sehingga menyebabkan pergantian guru yang relatif sering dan hal ini mengakibatkan proses pembelajaran terganggu. berdampak pada psikologi siswa yang ditinggalkan, ketidakpastian lembaga, serta akan menjadi catatan buruk bagi lembaga karena belum mampu mensejahterakan pendidik dan tenaga kependidikan.

c) Adanya guru baru

Guru baru yang tergabung dalam lembaga ini merupakan sebuah faktor kelemahan lembaga karena rata-rata dari usia mereka adalah *fresh graduate*sehingga secara profesional mereka kurang pengalaman dalam mendidik siswa dan siswi dalam lembaga Sekolah Dasar, sehingga butuh penyesuaian dengan lingkungan dan program sekolah.[84]

[84] Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020

d) Akses jalan masuk ke halaman sekolah

Jalan masuk menuju halaman sekolah hanya satu jalur sehingga sering menyebabkan penumpukan kendaraan/kemacetan bagi sesama wali murid utamanya yang menggunakan mobil saat mengantar jemput putra-putrinya

e) Gedung lantai tiga

Gedung sekolah ini hingga lantai tiga. Hal ini bisa menjadi faktor kelemahan lembaga karena bagi siswa yang disabilitas akan kesulitan untuk mengakses karena tidak ada jalur lain selain tangga. Selain itu WaKa Kurikulum juga butuh waktu lebih lama saat melakukan pengecekan setiap pagi dalam memastikan setiap kelas sudah terhandle oleh semua guru.

f) Makam di belakang sekolah

Terdapat pemakaman besar di belakang gedung sekolah dan itu nampak dari masjid sekolah yang berada di lantai dua, sehingga siswa siswi sekolah ini sering cerita horor dan menyampaikan bahwa mereka takut jika berada di masjid.[85]

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis eksternal adalah analisis mengenai peluang dan ancaman yang dimiliki oleh lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Peluang yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.

a) Lokasi yang strategis

Lokasi lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember yang strategis (di lingkungan kota tepatnya di kaliwates memiliki peluang yang lebih besar untuk

[85] Observasi, Jember, 30 April 2020

mendapatkan siswa yang lebih banyak karena sekolah Islam yang berada di sekitar daerah itu jaraknya jauh sehingga masyarakat yang dari arah barat misalnya putra putri para Dosen IAIN Jember banyak yang disekolahkan disini. Berikut hasil wawancara peneliti dengan ketua yayasan Masjid Al Baitul Amien yang menyatakan:

> "Kami pihak yayasan membeli tanah sesuai dengan kemampuan finansial yayasan, Alhamdulillah dapat tanah di Jl. Imam Bonjol Kecamatan Kaliwates itu. Kebetulan lokasinya strategis karena di daerah itu juga dekat dengan lembaga sekolah yang lain yaitu MAN 1 Jember. Jadi kemungkinan masyarakat yang berada di wilayah barat (Mangli dan sekitarnya, misalnya putra putri dosen IAIN Jember bisa masuk ke SD Al baitul Amien 02 Jember tanpa harus ke SD Al Baitul Amien yang sekolah induk).[86]

b) Mendapatkan jumlah siswa yang lebih banyak

Animo yang beredar di kalangan masyarakat tentang keunggulan program SD Al Baitul Amien 02 Jember membuat lembaga ini tidak perlu lagi mencari pelanggan baru dalam mempromosikan program-program sekolah dalam waktu yang lama.

Berikut pernyataan dari kepala sekolah tentang hal ini:

> "Saat penerimaan siswa baru ada tahap interiew terhadap calon wali murid, ketika saya tanya "Mengapa bapak/ibu memilih SD Al Baitul Amien 02 Jember?, sebagian besar dari orang tua menjawab ingin menyekolahkan anaknya agar mereka bisa tumbuh menjadi generasi yang kuat, yang sholih dan sholihah, berakhlak mulia, dan bangga sebagai muslim. Rata- rata dari murid baru adalah yang sebelumnya sudah menyekolahkan putra sebelumnya di SD ini".[87]

c) Mendirikan Lembaga Baru/SD Al Baitul Amien 03 Jember

[86]Muhammad Hasien, wawancara, Jember, 21 April 2020.
[87]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020

Banyaknya masyarakat yang semakin percaya dengan yayasan Masjid Al Baitul Amien sangat mendukung pada banyaknya jumlah siswa yang dititipkan dalam lembaga ini, baik dari jenjang TK, SD, ataupun SMP Al Baitul Amien. Saat ini kuota SD Al Baitul Amien 02 Jember selalu memenuhi kuota dan bahkan setiap PPDB sering menolak calon walimurid karena kuota sudah penuh.Untuk mengatasi hal itu maka yayasan berencana untuk membuka SD Al Baitul Amien 03 Jember. Berikut hasil wawancara peneliti dengan ketua yayasan Masjid Al Baitul Amien Drs. H. Muhammad Hasien, M.Pd.I yang menyatakan:

> "Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember sedang memproses umat yang secara ideologis ahlus sunnah wal jamaah, sehingga mengupayakan agar masyarakat yang ingin menitipkan putra-putrinya sekolah disini tidak sampai tertolak. Makanya kami berencana untuk membangun SD Al Baitul Amien 03 Jember yang insyaallah letaknya di Sumbersari (wilayah kota Jember bagian timur).[88]

Pernyataan ini diperkuat oleh Drs. Didik Sudibwo, MP yang mewakili direktur Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA). Berikut pernyataannya:

"Kami berencana untuk mengembangkan lembaga pendidikan SMA, tapi rupanya agak sulit untuk jenjang itu. Akhirnya kami struktural di yayasan bersepakat untuk membangun SD Al Baitul Amien 03 yang letaknya di Kecamatan Sumbersari, wilayah Timur Kota Jember".[89]

1) Ancaman SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Ancaman yang harus dihadapi SD Al Baitul Amien yaitu:

1. Biaya pendidikan mahal

[88]Muhammad Hasien, Wawancara, Jember, 21 April 2020
[89]Didiek Sudibwo, MP, Wawncara, Jember, 22 April 2020

Biaya pendidikan yang relatif mahal dan kemungkinan hanya bisa dijangkau oleh masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas sehingga tidak semua kalangan masyarakat bisa sekolah di SD ini.

Hal ini peneliti dapatkan dari pernyataan ketua yayasan Bpk. H. Muhammad Hasien sebagai berikut:

> "Ancaman bagi sekolah ini adalah sekolah lain yang memberikan biaya pendidikan lebih murah sehingga bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan bahkan adanya kebijakan dari pemerintah yaitu adanya pendidikan gratis. Melihat fenomena seperti itu yayasan tidak tinggal diam, untuk mengatasi semua itu yayasan melakukan wawancara langsung pada saat PPDB dengan calon wali murid baru. Semua calon wali murid yakin dengan pilihan mereka bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah pilihan yang tidak diragukan lagi mutu dan kualitasnya. Dari kejadian inilah pimpinan yayasan sangat optimis bahwa sekolah ini sudah teruji keberadaanya meskipun harus menghadapi kompetitor dengan pendidikan gratis".[90]

2. Kompetitor Sekolah Islam

Sekolah Islam di Jember tidak hanya SD Al Baitul Amien 02 Jember, sehingga program sekolah yang menjadi andalan dan kelebihan sekolah harus dijaga dan dikembangkan dengan baik agar minat masyarakat terhadap lembaga bisa meningkat.

Untuk mendapatkan informasi tentang adanya ancaman yang mungkin terjadi dan harus dihadapi oleh SD Al Baitul Amien Jember 02, peneliti melakukan wawancara kepada kepala sekolah, berikut hasil wawancara:

> "Saya selaku kepala sekolah tidak pernah merasa terancam dengan kondisi apapun, dan memang saya tidak mau mengisi pikiran saya dengan memikirkan berbagai hal negatif. Yang saya lakukan adalah saya mengibaratkan diri saya sebagai pilot dan akan membawa semua penumpang saya menuju tempat tujuan dengan selamat. Dengan analogi seorang pilot maka saya akan fokus memikirkan sekolah ini dengan

[90]Muhammad Hasien, Wawancara, Jember, 21 April 2020

> program-program yang menjadi unggulan kami dengan tujuan untuk mendidik dan mencerdaskan anak bangsa serta membekali mereka dengan ilmu agama".[91]

Dengan memahami lingkungan internal dan eksternal dari lembaga yang kita miliki maka sekolah akan lebih mudah untuk menentukan strategi pemasaran agar sekolah tetap menjadi pilihan orang tua/masyarakat.

2. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

a. Segmentasi Pasar (Segmentation)

Tahapan awal dari pemasaran lembaga pendidikan adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai kapasitas dan potensi besar dalam upaya ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mensukseskan program belajar nasional.

Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember memandang masyarakat Kaliwates adalah masyarakat kota yang sebagian besar penduduknya adalah pegawai yang sibuk dengan karier/pekerjaannya, mereka tidak punya banyak waktu untuk mendampingi putra-putrinya belajar. Sehingga sangat dimungkinkan para orang tua tersebut akan mencari sekolah yang bisa meng*cover* kebutuhan pendidikan anaknya. Program *full day school* yang ditawarkan SD Al Baitul Amien 02 Jember ini yang dilengkapi dengan pembelajaran Al Quran, pendidikan akhlak, dan diimbangi dengan target prestasi akademik membuka peluang besar kepada masyarakat kota Jember karena hal tersebut adalah salah satu solusi akan kebutuhan pendidikan putra-putrinya

[91] Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember 10 Juli 2020

Calon pengguna jasa pendidikan yang datang mendaftar ke lembaga ini adalah orang tua yang mempertimbangkan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran. Faktor biaya pendidikan yang harus dikeluarkan bukan menjadi prioritas utama bagi wali murid asalkan mutu dan kualitas pendidikan yang di terima oleh putra-putri mereka bisa didapatkan dengan baik. Berikut wawancara peneliti dengan Drs. Didik Sudibwo, MP yang mewakili direktur Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA), berikut pernyataanya:

> "Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember itu namanya sudah dikenal oleh sebagian besar masyarakat Jember karena yayasan ini sudah lama berdiri. Program pendidikan yang ditawarkan oleh yayasan juga mengikuti perkembangan zaman dan disesuaikan dengan kebutuhan siswa, jadi masyarakat/wali murid yang datang untuk mendaftarkan anaknya tidak ragu-ragu lagi akan pendidikan yang diterima oleh putra putrinya. Mereka sudah tahu mutu dan kualitas pendidikan yang ada disini jadi meskipun biaya pendidikan yang relatif mahal untuk kalangan tertentu, hal ini tidak menjadi penghambat perkembangan pendidikan yang diselenggarakan oleh yayasan masjid Al Baitul Amien Jember".[92]

Pernyataan ini diperkuat oleh kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember, yang menyatakan:

> "Sekolah ini berkembang sangat cepat karena penilaian masyarakat dari mulut ke mulut, serta testimoni dari wali murid alumni siswa dan mereka menyekolahkan anak kedua atau anak ketiga sehingga stategi pemasaran tidak terlalu sulit. Banyak wali murid yang menyampaikan tentang harapan mereka menyekolahkan putra-putrinya di lembaga ini yaitu agar menjadi anak yang berakhlak mulia serta berprestasi yang bagus".[93]

Pendidikan yang berkualitas dan bermutu baik adalah pendidikan yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman, muatan pembelajaran yang bertaraf internasional, penggunaan bahasa global (Inggris), dan didukung dengan fasilitas pendidikan dan jaringan yang memadai. Dengan kata lain lembaga SD Al Baitul

[92]Didiek Sudibwo, MP, Wawncara, Jember, 22 April 2020
[93]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020

Amien 02 Jember melayani program pendidikan yang bermutu dan bertaraf global agar lulusan sekolah ini mampu bersaing dengan tuntutan perkembangan zaman.

b. Penentuan Pasar Sasaran (Targeting)

Penentuan pasar sasaran bertujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar jasa pendidikan tertentu. Setelah mengevaluasi segmen pasar, lembaga SD Al Baitul Amien Jember 02 memutuskan segmen/pengguna jasa pendidikan yang akan dilayani. Hal ini peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan ketua LPA dan kepala sekolah. Berikut adalah pernyataan dari ketua LPA yang diwakili oleh pejabat strukturalnya:

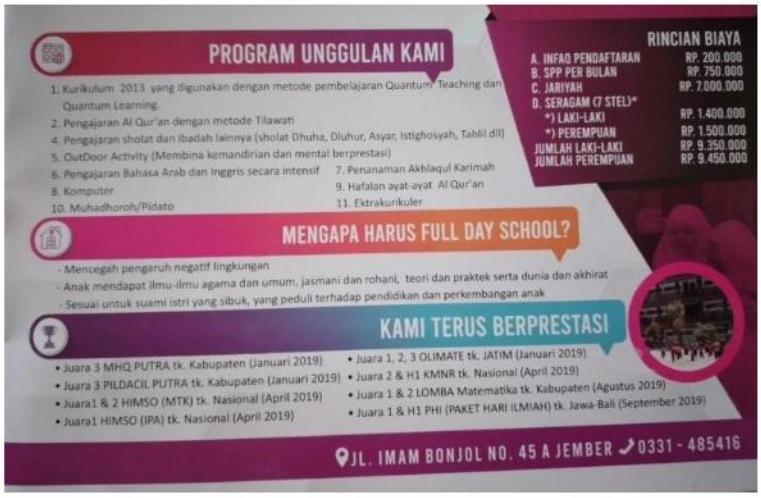
> "Saat menjelang waktu PPDB, LPA selalu membuat brosur PPDB, spanduk, dan banner tentang juknis PPDB sekitar bulan November – Desember setiap tahunnya. Selain itu pihak yayasan juga memberi informasi ini di sela shalat Jumat di masjid Al Baitul Amien Jember agar masyarakat mengetahui bahwa pendaftaran siswa baru segera dilaksanakan. Brosur disebarkan ke unit/lembaga sekolah agar masing-masing lembaga bisa langsung merealisasikan pelaksanaan PPDB".[94]

Gambar 4.3
Brosur pendaftaran siswa baru 2020/2021

[94]Didiek Sudibwo, MP, Wawncara, Jember, 22 April 2020

Pernyataan di atas selaras dengan yang disampaikan kepala sekolah yaitu:

> "SD Al Baitul Amien 02 Jember berideologikan nahdliyin namun semua siswa boleh sekolah disini, ada juga kok putra/putri dari wali murid yang bercadar, program sekolah kami diperuntukkan bagi semua orang muslim. PPDB di sekolah kami sengaja kami awali yaitu bulan November – Desember agar saat tahun ajaran baru, anak-anak sudah siap seragam, buku, dan hal-hal yang berhubungan dengan kebutuhan sekolah. Secara ekonomi memang kebanyakan yang sekolah disini adalah wali murid yang berpenghasilan menengah ke atas namun ada juga beberapa wali murid yang pas-pasan secara ekonomi namun berkeinginan keras untuk sekolah disini karena ingin anaknya memiliki karakter islam yang kuat dan berprestasi. Bagi wali murid yang merasa kurang mampu dalam biaya pendidikan bisa mengajukan beasiswa ke sekolah".[95]



Gambar 4.4
Program unggulan sekolah dan rincian biaya pendidikan untuk siswa baru

Dari pernyataan dua narasumber di atas peneliti menyimpulkan bahwa target pasar yang menjadi bidikan SD Al Baitul Amien adalah masyarakat muslim Kota Jember yang secara ekonomi adalah kelas menengah ke atas dan orang yang sangat mementingkan pendidikan anak.

[95]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020

c. Penempatan Produk (Positioning)

Target pasar sudah jelas, berikutnya adalah bagaimana lembaga bisa menjelaskan posisi (program pendidikan) kepada pengguna jasa pendidikan. Adanya Sekolah Dasar Islam di wilayah Kaliwates dan dalam skop yang lebih luas yaitu daerah Kabupaten Jember maka persainganpun semakin ketat. Setiap lembaga memiliki kekuatan masing-masing untuk mempertahankan lembaganya. Strategi penentuan posisi pasar persaingan ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut sekolah yang berbeda-beda sehingga membuat sekolah berbeda dengan kompetitornya yang beroperasi pada segmen pasar jasa pendidikan yang sama.

SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya, yaitu *full day school* dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya. *Full day school* yang diterapkan di sekolah ini memiliki banyak program unggulan, yaitu 1) penanaman akhlakul karimah, 2) pembelajaran Al quran dengan metode tilawati, 3) pembelajaran dengan pendekatan sistem area, 4) pengenalan keaksaraan, 5) special month untuk penguatan perilaku positif, 6) parenting class untuk orang tua, 7) pembiasaan gemar membaca dengan loving book program, 8) pembiasaan sholat dhuha di sekolah, 9) tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, 10) bina bakat dan kreativitas, 11) pengenalan Bahasa Inggris

dan komputer, 12) percaya diri melalui live performance, 13) tadabbur alam (wisata pendidikan/out bond.[96]

Menurut Muzakki Hidayat selaku kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember, beliau mengungkapkan bahwa persaingan di dalam mempromosikan sekolah itu sudah pasti ada dan persaingan juga terjadi sangat ketat, yang dilakukan oleh lembaga ini dalam mengatasi persaingan adalah dengan mengubah mindset kompetitor sekolah Islam sebagai teman dan bahan untuk introspeksi diri serta untuk tetap menjaga kualitas yang dimiliki SD Al Baitul Amien 02 Jember dan terus mengikuti perkembangan yang ada agar SD Al Baitul Amien 02 Jember tetap bertahan dan lebih maju dari tahun ke tahun.

Dalam menghadapi persaingan tersebut SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai solusi-solusi seperti ini:

1) Membangun kekompakan antar pendidik dan tenaga kependidikan
2) Kerjasama dengan wali kelas dan kurikulum untuk selalu evaluasi program dan proses kegiatan belajar mengajar.
3) Membangun kepercayaan terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas lulusan yang ada yaitu dengan memulai pembinaan pagi jam ke-0 bagi kelas VI dari bulan Juli (awal tahun ajaran) dengan prinsip "*belajar ketika orang lain masih santai dan bangun ketika orang lain masih tidur*".
4) Menjadikan pagi hari sebagai waktu barokah dengan membuat program pembiasaan pagi yaitu ibadah dan muamalah sebelum memulai pembelajaran.

[96]Dokumen LPA, Majalah, *Penerimaan Peserta Didik baru 2020/2021*

5) Meningkatkan pelayanan pendidikan dengan cara penggunaan perkembangan IT yaitu dengan memberi fasilitas LCD proyektor di setiap kelas dan pemasangan CCTV di setiap ruangan umum untuk melakukan pengawasan yang lebih efektif.[97]

Dengan berbagai program unggulan yang dimiliki oleh lembaga ini dan berbagai strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sekolah diharapkan sekolah ini mampu bertahan dan mampu bersaing di tengah-tengah kompetisi pendidikan demi kemajuan pendidikan Islam.

3. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

Implementasi strategi adalah aktivitas yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan sebuah perencanaan strategis. Berbagai strategi dan kebijakan berubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Implementasi merupakan kunci sukses pemasaran stratejik. Implementasi strategi yang baik tidak hanya akan membuat strategi yang berhasil, tetapi juga dapat menyelamatkan strategi yang pada awalnya meragukan. Buruknya implementasi strategi dapat menyebabkan strategi itu menjadi gagal.

Jumlah guru dan karyawan yang terlibat dalam implementasi strategi lebih banyak dibandingkan dengan yang merumuskannya. Untuk mendukung implementasi strategi yang telah disusun, kepala sekolah harus bekerjasama untuk mencapai sinergi di antara berbagai divisi agar mampu mempertahankan dan mengembangkan keunggulan program sekolah.

---

[97] Muzakki Hidayat,Wawancara, 30 April 2020

Bauran pemasaran merupakan program pemasaran yang harus dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran bisa terlaksana dengan baik. Bauran pemasaran (*marketing mix*) di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process.* Bauran pemasaran dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga menghasilkan strategi pemasaran yang dapat memenangkan persaingan.

a. Product

*Product/*program pendidikan adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pengguna jasa untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka. Hal ini merupakan sesuatu yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan preferensi pilihan bagi pengguna jasa pendidikan. Setiap sekolah pasti mempunyai produk atau program pendidikan yang ditawarkan kepada pengguna jasa, baik itu terhadap anak didik maupun program kepada orang tua.

SD Al Baitul Amien 02 Jember menerapkan kurikulum 2013 revisi dengan pendekatan pembelajaran tematik integratif dari kelas I sampai kelas VI. Pembelajaran tematik integratif merupakan pendekatan pembelajaran yang mengintegrasikan berbagai kompetensi dari berbagai mata pelajaran ke dalam berbagai tema.

Pengintegrasian tersebut dilakukan dalam dua hal, yaitu integrasi sikap, keterampilan dan pengetahuan dalam proses pembelajaran dan integrasi berbagai konsep dasar yang berkaitan. Tema merajut makna berbagai konsep dasar sehingga peserta didik tidak belajar konsep dasar secara parsial. Dengan demikian

pembelajarannya memberikan makna yang utuh kepada peserta didik seperti tercermin pada berbagai tema yang tersedia.

SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya, yaitu *full day school* dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.

Full day school yang diterapkan di sekolah ini memiliki banyak program unggulan, yaitu 1) penanaman akhlakul karimah, 2) pembelajaran Al quran dengan metode tilawati, 3) pembelajaran dengan pendekatan sistem area, 4) pengenalan keaksaraan, 5) special month untuk penguatan perilaku positif, 6) parenting class untuk orang tua, 7) pembiasaan gemar membaca dengan loving book program, 8) pembiasaan sholat dhuha di sekolah, 9) tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, 10) bina bakat dan kreativitas, 11) pengenalan Bahasa Inggris dan komputer, 12) percaya diri melalui live performance, 13) tadabbur alam (wisata pendidikan/out bond).[98]

Berbagai program pendidikan sekolah dipersiapkan secara maksimal oleh semua pendidik dan tenaga kependidikan agar semua siswa bisa mendapatkan hak belajar secara maksimal. Muatan lokal merupakan bahan kajian pada satuan pendidikan yang berisi muatan dan proses pembelajaran tentang potensi dan keunikan lokal yang dimaksudkan untuk membentuk pemahaman peserta didik

[98]Dokumen LPA, Majalah, *Penerimaan Peserta Didik baru 2020/2021*

terhadap potensi di daerah tempat tinggalnya.

a. Ruang lingkup muatan lokal adalah sebagai berikut.

1). Lingkup keadaan dan kebutuhan daerah.

2). Lingkup isi/jenis muatan local dan Kurikulum Khas.

b. Prinsip Pengembangan

1). Utuh

2). Kontekstual

3). Terpadu

4). Apresiatif

5). Fleksibel

6). Pendidikan Sepanjang Hayat

7). Manfaat

Selain muatan lokal SD AL Baitul Amien 02 Jember memiliki program ekstrakurikuler yang dilakukan oleh peserta didik di luar jam belajar kurikulum standar sebagai perluasan dari kegiatan kurikulum dan dilakukan di bawah bimbingan sekolah dengan tujuan untuk mengembangkan kepribadian, bakat, minat, dan kemampuan peserta didik yang lebih luas atau di luar minat yang dikembangkan oleh kurikulum.

Ekstrakurikuler wajib merupakan program ekstrakurikuler yang harus diikuti oleh seluruh peserta didik, terkecuali bagi peserta didik dengan kondisi tertentu yang tidak memungkinkan untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tersebut. Ekstrakurikuler wajib di SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah Pramuka. Ekstrakurikuler pilihan merupakan program ekstrakurikuler yang dapat

diikuti oleh peserta didik sesuai dengan bakat dan minatnya masing-masing. Kegiatan ektrakurikuler dilaksanakan setiap hari Jumat, mulai pukul 13.00 – 15.30 WIB di ruangan yang sudah ditentukan oleh sekolah. Berikut adalah data ekstrakurikuler pilihan yang peneliti dapat dari dokumen sekolah.[99]

a. Sains Club
b. Matemathic Club
c. English Club
d. Arabic Club
e. TIK
f. Tahfidz Al quran
g. Tilawah
h. Tartil
i. Adzan
j. Kaligrafi
k. Da`I Cilik
l. Presenter/MC
m. Seni Hadrah dan Sholawatan
n. Mading/Jurnalistik
o. Bina Vocal dan Nasyid
p. Sepak Bola/Futsal
q. Taekwondo
r. Pencak silat
s. Seni Tari
t. Kriya Anyam
u. Bermain Cerita Menyanyi (BCM)
v. Ketrampilan Berbahasa Indonesia
w. Pantomim

Banyaknya ekstra pilihan menunjukkan bahwa sekolah ini benar-benar memfasilitasi siswa dalam mengembangkan minat dan bakat masing-masing anak. Mereka harus mengikuti ekstra wajib pramuka dan bisa memilih satu ekstra pilihan yang sesuai dengan minat bakatnya dengan cara mengisi formulir ekstra kurikuler yang telah disediakan oleh sekolah lengkap dengan tanda tangan orang tua. Berikut hasil wawancara peneliti dengan wakil kepala kesiswaan Lira Fajarwati, S.Pd.

[99]Dokumen kurikulum SD AL Baitul Amien 02 Jember tahun pelajaran 2019/2020

> "Kegiatan ekstrakurikuler di sekolah bertujuan untuk menggali minat bakat siswa dan untuk mengembangkan potensi siswa agar bisa optimal. Dengan begitu maka ketika ada event perlombaan sekolah bisa langsung mendelegasikan siswa tersebut tanpa harus repot mencari karena sudah sesuai dengan bidangnya. Guru pengampu ekstra kurikuler diserahkan kepada guru dari luar SDM karena benar-benar untuk mendapatkan hasil yang maksimal kecuali kegiatan ekstra wajib pramuka yang masih melibatkan beberapa guru dari dalam (SDM) dengan syarat mereka memiliki kecakapan khusus di bidang pramuka yang dibuktikan dengan sertifikat KMD (Kursus Mahir Dasar)".[100]

Struktur kurikulum SD Al Baitul Amien 02 jember dapat dilihat secara sistematis dalam tabel berikut,

Tabel 4.6
Struktur Kurikulum SD Al Baitul Amien 02 Jember

NO	KOMPONEN	KELAS					
		I	II	III	IV	V	VI
1	**KURIKULUM NASIONAL KELOMPOK A**						
	a) Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti	4	4	4	4	4	4
	b) Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	5	5	6	5	5	5
	c) Bahasa Indonesia	9	9	10	7	7	7
	d) Matematika	6	6	6	6	6	6
	e) Ilmu Pengetahuan Alam				3	3	3
	f) Ilmu Pengetahuan Sosial				3	3	3
	KURIKULUM NASIONAL KELOMPOK B						
	g) Seni Budaya dan Prakarya	4	4	4	4	4	4
	h) Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	4	4	4	4	4	4

[100]Lira Fajarwati, Wawancara, Jember, 29 April 2020

2	**MUATAN LOKAL**						
	i) Bahasa Jawa	2	2	2	2	2	2
	KURIKULUM KHAS						
	1. Bahasa Arab	2	2	2	2	2	2
	2. Do`a harian	2	2	2			
	3. Al Qur`an dan Juz`amma	10	10	8	8	8	8
3	**EKSTRAKURIKULER WAJIB**						
	1. Pramuka	2	2	2	2	2	2
	2. Bahasa Inggris	2	2	2	2	2	2
	3. TIK	2	2	2	2	2	2
	EKSTRAKURIKULER PILIHAN*						
	4. Pembinaan Bakat	2	2	2	2	2	2
JUMLAH ALOKASI WAKTU PER MINGGU (1+2+3)		**56**	**56**	**56**	**56**	**56**	**56**

Sumber: Dokumen SD Al Baitul Amien 02 Jember *Pilih salah satu

Berikut adalah jadwal pelajaran siswa kelas 1 sebagai gambaran penerapan sistem pembelajaran bahwa sekolah ini benar-benar menerapkan sistem *full day school* mulai kelas 1 hingga kelas 6.

Tabel 4.7
Jadwal Pelajaran SD Al Baitul Amien 02 Jember
Tahun Pelajaran 2019/2020
Kelas 1A

NO	Jam Pelajaran	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT
	07.15 - 07.45	**Sholat Dhuha**	**Sholat Dhuha**	**Sholat Dhuha**	**Sholat Dhuha**	**Sholat Dhuha**
1.	07.45 - 08.20	TIK	PJOK	Bahasa Jawa	Doa Harian	Bahasa Arab
2.	08.20 - 08.55	TIK	PJOK	Bahasa Jawa	Doa Harian	Bahasa Arab
3	08.55 - 09.30	Tematik	Tematik	Alquran	Tematik	Alquran
4.	09.30 - 10.05	Tematik	Tematik	Alquran	Tematik	Alquran
	10.05 - 10.20	**Istirahat**	**Istirahat**	**Istirahat**	**Istirahat**	**Istirahat**
5	10.20 - 10.55	Tematik	Alquran	Tematik	Tematik	Tematik
6.	10.55 - 11.30	Tematik	Alquran	Tematik	Tematik	Tematik
	11.30 - 12.45	**Ishoma**	**Ishoma**	**Ishoma**	**Ishoma**	**Sholat Jumat**
7.	12.45 – 13.20	Tematik	Tematik	Tematik	Tematik	Pembinaan Bakat
8.	13.20 - 13.55	PAI	Tematik	Tematik	Alquran	Pembinaan Bakat
9.	13.55 - 14.30	PAI	Tematik	Tematik	Alquran	Pembinaan Bakat
10.	14.30 - 15.05	Alquran	Tematik	Bahasa Inggris	PAI	Pramuka
11.	15.05 - 15.40	Alquran	Tematik	Bahasa Inggris	PAI	Pramuka
	15.40 - 16.00	**Sholat 'Ashar**	**Sholat 'Ashar**	**Sholat 'Ashar**	**Sholat 'Ashar**	**Sholat 'Ashar**

Sumber: Dokumen SD Al Baitul Amien Jember

Product/program pendidikan yang disajikan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember menunjukkan bahwa sekolah ini benar-benar akan menciptakan sebuah hasil/output lulusan yang handal dari sebuah proses panjang kegiatan belajar dan hal ini akan memengaruhi persepsi pengguna jasa pendidikan untuk *repeat order* atau menyekolahkan kembali putra-putri mereka berikutnya.

b. Price

Price/biaya dalam strategi pemasaran adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pengguna jasa pendidikan untuk mendapatkan suatu program pendidikan yang diberikan oleh sebuah lembaga pendidikan. Lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember menetapkan harga/biaya pendidikan bagi siswa baru tahun ajaran 2020/2021 dengan rincian sebagai berikut:[101]

Tabel 4.8
Rincian biaya pendidikan siswa baru tahun pelajaran 2020/2021

No	Penggunaan Dana	Biaya
1.	Infaq pendaftaran	Rp200.000
2.	SPP setiap bulan	Rp750.000
3.	Jariyah	Rp7.000.000
4.	Seragam (7 Stel) untuk laki-laki Seragam (7 Stel) untuk Perempuan	Rp1.400.000 Rp1.500.000
5.	Jumlah biaya untuk siswa laki-laki	Rp9.350.000
6.	Jumlah biaya untuk siswa perempuan	Rp9.450.000

[101] Dokumen, Majalah PPDB Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien Jember tahun ajaran 20/21

Selaras dengan yang disampaikan oleh kepala TU tentang biaya pendidikan bagi siswa baru. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan Kusnandiono, yang mengatakan:

> "Wali murid disarankan untuk membayar SPP di bank mengunakan Virtual Account (VA) antara tanggal 1 – 10 tiap bulannya agar mempermudah dalam transaksi. Namun, ada juga petugas TU yang melayani wali murid yang ingin langsung membayar cash di sekolah karena tidak sempat ke bank. Pelayanan terhadap wali murid yang ekstra inilah yang menjadi salah satu kemudahan bagi wali murid sehingga mereka merasa terlayani dengan baik. Untuk besaran biaya SPP tiap bulan adalah a) kelas 1 – 3 Rp 700.000, b) kelas IV RP650.000, c) kelas V Rp600.000, dan 5) kelas VI 500.000".[102]

Berdasarkan *price*/biaya sekolah tersebut bisa dikatakan bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah yang termasuk dalam kategori membutuhkan biaya yang mahal, namun pengguna jasa pendidikan tidak terlalu mempertimbangkan besarnya *price*/biaya jika diimbangi dengan kualitas pelayanan sekolah dan lulusan siswa yang benar-benar bisa bersaing untuk generasi masa depan yang berakhlakul karimah dan berprestasi optimal.

Rinician biaya pendidikan tersebut bukan berarti sekolah ini hanya diperuntukkan bagi orang menengah ke atas saja secara ekonomi karena sekolah mengadakan program beasiswa bagi wali murid yang memang benar-benar membutuhkan bantuan biaya pendidikan.

Ketua Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA) mengatakan:

> "Kami dari LPA menerima data dari sekolah beberapa siswa yang memang membutuhkan bantuan biaya pendidikan. Syarat dari penerima bantuan itu adalah siswa bisa dilihat kemajuan prestasinya sehingga hal tersebut bisa kami buat sebagai promosi lembaga".[103]

---

[102]Kusnandiono, Wawancara, Jember, 30 April 2020
[103]Didick Sudibwo, MP. Wawancara, Jember, 22 April 2020

Hal ini diperkuat juga dengan kepala sekolah yang menjelaskan bahwa

> "Siswa yang berprestasi dan memang orang tuanya butuh bantuan biaya pendidikan akan kami ajukan ke yayasan melalui LPA.Setelah itu pihak LPA mengobservasi perkembangan prestasi siswa misalnya dalam bidang tahfidz, apakah anak ini ada perkembangan dalam belajarnya selama kurun waktu tertentu.Jika selama hasil observasi perkembangan siswa bagus dan memang memenuhi syarat, kemudian kami memanggil orang tua siswa tersebut untuk menyampaikan tentang beasiswa yang diberikan kepada siswa tersebut".[104]

c. Place

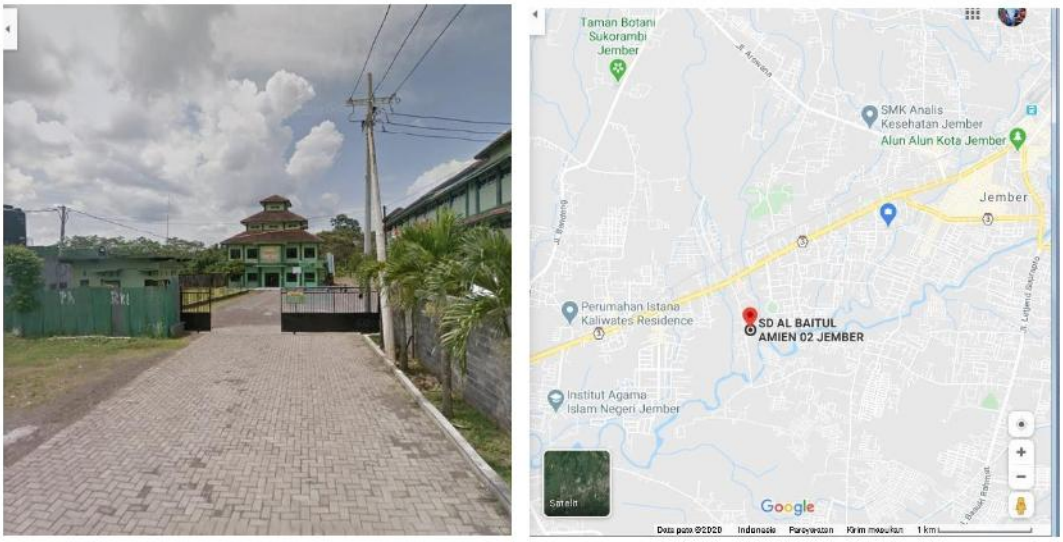
*Place/*tempat berhubungan dengan lokasi di mana lembaga pendidikan berada untuk melakukan aktivitas kegiatannya. Lokasi strategis, nyaman, dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik bagi pengguna jasa pendidikan.

Lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember berada di Kecamatan Kaliwates tepatnya di daerah kota Jember bagian barat, mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Mudah dijangkau dengan saluran data internet karena lokasi ada di tengah kota. Suasana lingkungan masih asri karena di sekitar sekolah adalah daerah persawahan, depan sekolah adalah jalan raya jalur kedua dari jalan nasional.

Lokasi sekolah yang masih asri mempengaruhi preferensi orang tua dalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu sekolah perlu melakukan perbaikan di antaranya yaitu dengan melengkapi sarana dan prasarana, kemudahan akses di berbagai bidang agar sekolah tetap menjadi pilihan wali murid. Berikut adalah foto lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember yang dilihat dari sisi depan saja.

---

[104]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020



Gambar 4.5
Lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember

d. Promotion

Promotion/promosi adalah suatu kegiatan sekolah dalam mengkomunikasikan program-program sekolah yang ditawarkan kepada pengguna jasa pendidikan. Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA) telah menyiapkan segala sesuatunya yang berkaitan dengan brosur, majalah, spanduk, atau banner yang di pasang agar diketahui oleh khalayak ramai bahwa yayasan Al Baitul Amien melaksanakan PPDB sekitar bulan November – Desember tiap tahunnya. Berikut pernyataan dari ketua LPA yang diwakili oleh pejabat strukturalnya:

> "Saat menjelang waktu PPDB, LPA selalu membuat brosur PPDB, majalah, spanduk, dan banner tentang juknis PPDB sekitar bulan November – Desember setiap tahunnya. Selain itu pihak yayasan juga memberi informasi ini di sela shalat Jumat di masjid Al Baitul Amien Jember agar masyarakat mengetahui bahwa pendaftaran siswa baru segera dilaksanakan. Brosur disebarkan ke unit/lembaga sekolah agar

masing-masing lembaga bisa langsung merealisasikan pelaksanaan PPDB".[105]

Panitia PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember melakukan promosi program sekolah hanya meneruskan/memposting informasi dari LPA saja dan bergerak kepada semua wali kelas agar mereka meneruskan informasi itu di grup whatsapp kelas masing-masing. Berikut hasil wawancara peneliti dengan panitia PPDB yang dirangkap oleh wakil kepala kesiswaan.

> "Brosur dari yayasan yang kami terima langsung kami sebarkan kepada wali murid, tak lupa brosur itu kami foto dan kami kirim ke semua wali kelas agar wali kelas memposting informasi PPDB itu di grup whatsapp kelas masing-masing, dengan begitu informasi PPDB cepat tersampaikan kepada banyak orang. kegiatan PPDB ini sangatlah singkat, kita biasanya membuka waktu PPDB hanya satu sampai dua minggu saja dan itupun kuota sudah terpenuhi. Sebenarnya selain cara di atas kami panitia PPDB masih ada satu program yang bertujuan jangka panjang yaitu untuk mengenalkan sekolah kami kepada masyarakat umum agar semakin banyak orang yang tahu, yaitu melewati program ABC (*Al Baitul Amien Competition*). Kegiatan ini adalah kegiatan lomba berbagai bidang yang ditujukan kepada semua siswa TK di Jember. Alhamdulillah dengan adanya program ini semakin banyak jumlah siswa yang berasal dari selain TK Al Baitul Amien."[106]

Pernyataan yang tidak jauh beda disampaikan oleh Kepala TU Husnandiono tentang PPDB ini, yaitu:

> "Promosi kami dalam mencari siswa baru saat tahun-tahun awal berdiri lembaga ini kurang lebih tahun 2012 – 2016 yaitu dengan membagi siswa pendaftar dari SD Al Baitul Amien dengan SD AL Baitul Amien 02. Dengan begitu proses PPDB lebih mudah, akan tetapi saat tahun-tahun awal itu kita masih kurang dalam memenuhi jumlah kuota. Kami pun berpikir keras bagaimana caranya supaya lembaga ini dikenal banyak orang akhirnya kami membuat kegiatan ABC (Al Baitul Amien Competition) pada tahun 2014. Kegiatan ABC ini adalah ajang lomba untuk anak-anak TK se Kabupaten Jember. Dengan program ini semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan sekolah ini dan tahun-

[105]Didick Sudibwo, MP, Wawancara, Jember, 22 April 2020
[106] Lira Fajarwati, Wawancara, Jember, 29 April 2020

> tahun berikutnya siswa baru dari TK selain TK Al Baitul Amien juga semakin banyak. Bahkan yang paling mengejutkan adalah PPDB dua tahun terakhir ini kami hanya membuka waktu satu sampai dua minggu saja kuota sudah penuh. Jadi saat ini kami tidak begitu repot dalam hal mempromosikan sekolah ini saat kegiatan PPDB".[107]

Dari hasil wawancara kepada beberapa informan di atas menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh yayasan dan bersinergi dengan unit/lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember menghasilkan sesuatu yang spektakuler karena dalam waktu singkat sekolah ini mampu berkembang dengan pesat baik kuantitas ataupun kualitas siswanya.

e. People

People/sumber daya manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam proses pelaksanaan jasa pendidikan. Sumber daya pendidik dan tenaga kependidikan sangatlah penting dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa. Kemampuan dalam menguasai teknologi, metode pengajaran yang menyenangkan, dan kemampuan memberi motivasi sangatlah dibutuhkan bagi seorang pendidik ataupun tenaga kependidikan.

Ketua yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember melakukan proses perekrutan pendidik dan tenaga kependidikan dengan penyeleksian yang sangat ketat sehigga dipastikan SDM yang tergabung di lembaga ini adalah benar-benar orang-orang yang siap berjihad demi kemajuan pendidikan Islam. Berikut adalah tahapan dalam penyeleksian SDM baru: [108]

1) Tahap pertama adalah seleksi berkas kualifikasi pendidikan calon SDM.

---

[107] Husnandiono, Wawancara, Jember, 30 April 2020
[108] Dokumen yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember

dalam seleksi berkas ini tidak hanya ijazah yang dilihat tetapi juga surat pernyataan kesediaan calon SDM untuk bisa dan sanggup dalam mengabdikan dirinya di SD Al Baitul Amien 02 jember hingga sore hari. Contoh surat pernyataan adalah sebagai berikut:

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya

Nama : Doan Kurnia Astri Santoso

Tempat/Tanggal Lahir : Blitar, 07 Juni 1982

Status dalam Rumah Tangga : Kepala Keluarga/suami dari ....

Dengan surat ini menyatakan bahwa saya akan memberi ijin kepada istri saya

Nama : ....

Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 09 September 1983

untuk bekerja/mengabdikan dirinya pada Lembaga Pendidikan SD Al Baitul Amin Jember secara Full Timer sesuai dengan tata tertib/aturan yang berlaku pada Lembaga Pendidikan SD Al Baitul Amin Jember.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Paiton, 06 April 2011

Yang memberi Ijin

Gambar 4.5
Contoh surat pernyataan calon pegawai

2) Setelah seleksi berkas dinyatakan lolos maka akan masuk dalam tahap berikutnya yaitu tes tulis materi TPA, pengetahuan umum, pengetahuan keislaman dan keterampilan dalam mengoperasikan komputer program microsoft excel, word, dan power point.

3) Tahap berikutnya adalah wawancara dengan ketua yayasan berkaitan dengan alasan masuk/bergabung dengan lembaga Al Baitul Amien Jember
4) Praktek kerja selama satu minggu, pada tahap ini calon SDM mengikuti beberapa kali uji mikro teaching dan penanganan dalam pengelolaan kelas.
5) Tahap akhir yaitu pengumuman untuk diterima atau tidak sebagai SDM yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember.

Pendelegasian tugas pendidik dan tenaga kependidikan di lembaga ini sangat baik. Guru dan tenaga administrasi memiliki kualifikasi pendidikan yang sesuai dengan bidang yang mereka ampu. Pembagian tugas mengajar dan tugas administrasi sesuai dengan keahlian masing-masing sehingga diharapkan bisa mendapat hasil yang maksimal.

Kepala SD Al Baitul Amien 02 Jember memiliki target khusus untuk para pendidik dalam rangka pemberian penghargaan terhadap prestasi guru. Hal ini peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan wakil kepala kurikulum, sebagai berikut:

> "Dalam rangka pemberian reward/penghargaan terhadap prestasi guru ada beberapa indikator yang menjadi penilaian sekolah yaitu absen/data presensi kehadiran kerja, prestasi membina siswa, dan kelengkapan administrasi pembelajaran (lengkap dan on time)". Untuk data kehadiran kerja bisa dilihat dari data cek clock setiap hari, prestasi membina siswa dan kelengkapan serta ketepatan waktu dalam pengumpulan administrasi pembelajaran diserahkan kepada saya, kemudian saya koreksi administrasi tersebut jika ada yang kurang tepat maka akan saya kembalikan lagi kepada yang bersangkutan, setelah direvisi baru dikumpulkan lagi kepada saya, sehingga saya bisa memastikan bahwa masing-masing guru sudah memiliki perencanaan pembelajaran sejak awal semester".[109]

[109]Suhendro Purwanto, Wawancara, Jember, 19 April 2020

Pernyataan ini diperkuat oleh Muzakki Hidayat selaku kepala sekolah yang menyatakan bahwa:

"Prestasi guru saya lihat dari kehadiran ke sekolah, entah itu sakit atau ijin yang penting jika tidak masuk kerja berarti mengurangi prosentase kehadiran. Untuk membina siswa, dan kelengkapan administrasi pembelajaran menjadi penilaian dari wakil kepala kurikulum yang saat ini dipegang pak Hendro".[110]

Tidak berhenti begitu saja, lembaga ini sering sekali mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan.

Berikut adalah foto kegiatan Training terbaru yang diikuti, training ini bekerjasama dengan KPI (Kualita Pendidikan Indonesia).[111]

Gambar 4.6
Kegiatan Training untuk semua SDM

[110]Muzakki Hidayat, Wawancara, Jember, 30 April 2020
[111]Dokumen Tata Usaha SD Al Baitul Amien 02 Jember

f. Physical Evidence

Physical Evidence atau bukti fisik adalah lingkungan fisik tempat pelaksanaan kegiatan pembelajaran di sekolah. Dalam konteks SNP adalah standar sarana dan prasarana yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat olahraga, toilet, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, tempat bermain dan berkreasi yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran.

Berikut hasil wawancara peneliti dengan wakil kepala sarana dan prasara yaitu moch. Rois, S.Pd:

> "Sarana dan prasarana di SD Al Baitul Amien 02 Jember bisa dikatakan sangat lengkap dan memadai. Setiap kelas terdapat satu buah AC, satu buah LCD proyektor, dan beberapa fasilitas lain yang sangat menunjang kegiatan belajar mengajar. Di setiap lantai terdapat kamar mandi sehingga memudahkan siswa untuk ke toilet. Pemeliharaan sarana di kelas menjadi tanggung jawab wali kelas untuk selalu mengingatkan akan pemakaian yang baik dan selalu berhati-hati agar inventaris sekolah bisa awet dan tahan lama".[112]

Wakil kepala sarana dan prasarana selalu bersinergi dengan tim cleaning service dalam hal kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekolah agar semua warga sekolah merasa nyaman berada di lingkungan sekolah setiap hari mulai pagi hingga sore hari.

Berikut beberapa dokumen sekolah yang peneliti dapatkan dari hasil observasi yang mendukung data *physical evidende*/bukti fisik sekolah, diantaranya adalah beberapa hal sebagai berikut:

---

[112] Moch. Rois, Wawancara, Jember, 08 Mei 2020

a) Guru dan karyawan

Gambar 4.7
Guru dan karyawan SD AL Baitul Amien 02 Jember

SDM SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan pendukung aktivitas pembelajaran dalam berbagai aktivitas di sekolah, menunjukkan adanya kekompakan dan kerjasama yang solid sehingga aktivitas pembelajaran berjalan sesuai target.[113]

[113] Observasi, tanggal 18 April 2020

b) Masjid

Aktivitas kegiatan religius di dukung dengan sarana masjid yang memadai dan bisa menampung seluruh siswa dan SDM SD Al Baitul Amien 02 Jember.[114]

Gambar 4.8
Masjid, Tempat untuk melakukan semua kegiatan religi siswa dan guru

[114] Observasi, tanggal 22 Januari 2020

c) Laboratorium Komputer

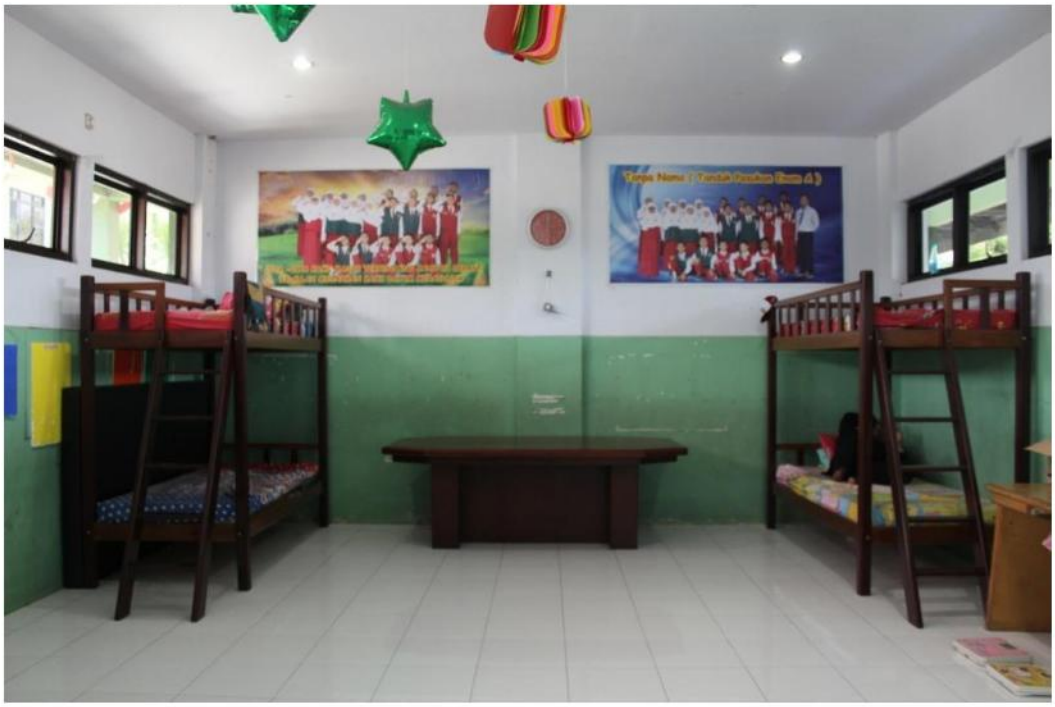
Pengembangan aktivitas belajar di dukung dengan adanya laboratorium komputer agar kemampuan dan keterampilan sisiwa di bidang teknologi bisa berkembang dengan maksimal.[115]

Gambar 4.9
Laboratorium komputer

[115] Observasi, 29 April 2020

d) UKS

Sebagai wujud kepedulian sekolah terhadap kesehatan siswa, sekolah menyediakan ruang UKS yang bisa dimanfaatkan sewaktu-waktu oleh siswa.[116]



Gambar 4.10
Ruang Unit Kesehatan Sekolah (UKS)

[116] Observasi, tanggal 29 April 2020

e) Kamar mandi

Agar terjaga kebersihan dan kenyamanan terkait dengan kebutuhan jasmani, sekolah menyediakan beberapa kamar mandi yang memenuhi syarat untuk dimanfaatkan semua siswa dan SDM.[117]

Gambar 4.11
Kondisi kamar mandi sekolah

[117] Observasi, tanggal 29 April 2020

f) Perpustakaan

Dalam rangka mengembangkan wawasan siswa dan SDM, sekolah memfasilitasi ruang perpustakaan dengan berbagai jenis buku sesuai kebutuhan siswa dan guru.[118]

Gambar 4.12
Keberadaan Perpustakaan SD AL Baitul Amien 02 Jember

[118] Observasi, tanggal 29 April 2020

g) Tempat Trophy penghargaan

Untuk mengapresiasi prestasi siswa, sekolah mengabadikan berbagai penghargaan yang diraih oleh siswa dan diletakkan di tempat yang mudah terlihat sebagai motivasi terhadap siswa lain.[119]

Gambar 4.13
Salah satu tempat penghargaan yang diraih oleh siswa

[119] Observasi, tanggal 29 April 2020

h) Ruang Tamu

Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember sangat terbuka untuk umum. Semua orang boleh datang/hadir ke sekolah ini dalam rangka kerjasama atau kepentingan lain yang berkaitan dengan sekolah. Tempat ini adalah fasilitas untuk tamu agar lebih nyaman saat menunggu atau saat menemui salah satu SDM.[120]

Gambar 4.14
Ruang khusus yang disediakan untuk tamu

Pentingnya sarana dan prasarana sekolah merupakan salah satu sumber pendukung demi menunjang proses belajar mengajar agar pengelolaan kelas dan tujuan sekolah bisa dicapai dengan maksimal. Hal ini merupakan indikator penting dalam mencapai ketercapaian dan kesuksesan pemasaran stratejik.

[120] Observasi, tanggal 17 April 2020

g. Process

Process/proses adalah mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari lembaga pendidikan kepada pengguna jasa. Proses pendidikan meliputi kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya lulusan yang sesuai dengan visi misi sekolah. Dalam Standar Nasional Pendidikan proses mencakup standar isi, standar proses, standar pengelolaan, dan standar penilaian pendidikan.

Proses dalam bauran pemasaran pendidikan di SD AL Baitul Amien 02 Jember adalah seluruh kegiatan yang ada di lembaga ini berpangkal dari visi dan misi sekolah. SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya keras untuk membangun dan membentuk karakter keislaman sebagai perwujudan dari terbentuknya akhlakul karimah pada diri siswa dan berupaya keras agar prestasi di berbagai bidang bisa diraih dengan maksimal.

Untuk meraih visi dan misi sekolah tentunya berbagai upaya dan berbagai cara harus dilakukan agar bisa mewujudkan visi dan misi tersebut. Dari struktur kurikulum sekolah menerapkan program *full day school* agar semua kegiatan siswa sehari-hari bisa dikontrol dengan baik, pembiasaan-pembiasaan yang diterapkan di sekolah seperti shalat dhuha, dzikir, dan membaca Al quran setiap hari bisa membentuk kebiasaan pada diri siswa dan mereka tidak terpengaruh dengan lingkungan luar yang kurang kondusif.

Kesuksesan dalam program pembelajaran tentunya di dukung dengan berbagai hal di antaranya adalah sarana prasarana yang memadai, lingkungan yang bersih, dan juga penyediaan logistik bagi anak-anak dan pendidik serta

tenaga kependidikan mengingat pembelajaran di sekolah ini berlangsung dari pagi hingga sore hari agar mereka bisa menjalankan fungsinya masing-masing dengan maksimal. Tanpa penyediaan logistik/makan siang maka kegiatan di sekolah tidak bisa tercapai dengan maksimal.

Sarana dan prasarana di sekolah ini bisa dibilang sangat memadai, karena lingkungan kelas yang nyaman (ruangan kelas ber AC, di sediakan tempat sampah, dan LCD proyektor di masing-masing kelas sehingga suasana kelas semakin kondusif karena terjaga kebersihan dan kenyamanannya. Media pembelajaranpun juga bisa dengan berbagai bentuk karena fasilitas dari sekolah yang sudah siap pakai. Berikut adalah salah satu contoh kondisi ruang kelas yang peneliti dapatkan saat jam istirahat:[121]

Gambar 4.15
Kondisi kelas yang dilengkapi dengan AC dan LCD proyektor

[121] Observasi, tanggal 27 Januari 2020

Kegiatan siswa dan guru dari pagi hingga sore membutuhkan tenaga dan energi yang ekstra dalam melaksanaknnya. Untuk itu sekolah menyediakan makan siang bersama di sekolah yang difasilitasi dari sekolah karena ada tim atau SDM yang bertugas di dapur untuk mengolah makanan dan menyediakan hingga siap di kelas masing-masing. Berikut adalah contoh foto saat proses makan siang di kelas yang didampingi oleh wali kelas:[122]

Gambar 4.16
Kondisi siswa saat makan siang (ditemani wali kelas)

Berikut wawancara peneliti bersama dengan Lidya Yustika selaku kepala dapur di SD Al Baitu Amien 02 Jember:

> "Saya bersama dengan tim sejumlah 4 orang menyiapkan makanan mulai jam 06.00 pagi hingga jam 10.30, kemudian makanan didistribusikan ke masing-masing kelas. Saat ishoma anak-anak makan di kelas ditemani oleh wali kelas agar bisa dikontrol dengan baik. Setelah selesai makan anak-anak mengembalikan piring dan beberapa alat makan yang ada di

[122] Observasi, tanggal 27 Januari 2020

kelas tadi ke dapur. Penyediaan menu makanan selama satu bulan sudah disiapkan oleh ahli gizi yang ditunjuk oleh yayasan, jadi saya tinggal belanja sesuai menu yang akan dimasak esok hari. Setiap hari masaknya tidak hanya satu menu karena kami juga melayani anak-anak yang alergi terhadap makanan tertentu, jadi kami menyediakan menu alternatif lain untuk mereka yang alergi".[123]

Menu makanan yang disediakan oleh sekolah tidak sembarang menu karena sudah ada ahli gizi yang mengatur keseimbangan menu makanan yang akan dikonsumsi setiap hari untuk semua siswa dan SDM. Berikut ini adalah dokumen menu makanan bulan februari 2020[124] yang peneliti dapatkan:

Tabel 4.9
Menu makan siang SD AL Baitul Amien 02 Jember

Hari/Tanggal	Menu Makanan
Senin, 3-2-'20	Nasi, telur asin, oseng-oseng tempe + kacang panjang
Selasa, 4-2-'20	Nasi, Bayam, tongkol, tahu
Rabu, 5-2-'20	Nasi, Fu yung hai + jamur
Kamis, 6-2-'20	Nasi, kare ayam + tahu
Jumat, 7-2-'20	Nasi, Daging bumbu lapis
Senin, 10-2-'20	Nasi, sop,udang, tempe
Selasa, 11-2-'20	Nasi, ayam goreng
Rabu, 12-2-'20	Nasi, sayur asem, nuged, tahu
Kamis, 13-2-'20	Nasi, tongkol kecap
Jumat, 14-2-'20	Nasi, Rawon

[123]Wawancara, Lidya Yustika, Jember, 02 Mei 2020
[124]Dokumen menu makanan bulan febtuari 2020 SD Al Baitul Amien 02 Jember

Senin, 17-2-‘20	Nasi, telur dadar, oseng-oseng labusiam
Selasa, 18-2-‘20	Nasi, soto ayam
Rabu, 19-2-‘20	Nasi, tengiri, sayur gambas
Kamis, 20-2-‘20	Nasi, ayam bumbu merah
Jumat, 21-2-‘20	Nasi, Bakso
Senin, 24-2-‘20	Nasi, sayur labusiam, udang, tahu
Selasa, 25-2-‘20	Nasi, sop bakmoi
Rabu, 26-2-‘20	Nasi, tongkol kare
Kamis, 27-2-‘20	Nasi, pecel, telur dadar
Jumat, 28-2-‘20	Nasi, soto daging

Tidak hanya pihak dapur yang menyediakan makan siang untuk anak-anak sebagai pelayanan ekstra, dari pihak cleaning service pun juga selalu melayani anak-anak dan SDM dengan maksimal. Menyiapkan ruang kelas dan halaman kelas, serta halaman sekolah yang bersih dan rapi agar memberi kenyamanan belajar untuk semuanya. Selain itu kebersihan kamar mandi, masjid, perpustakaan, dan beberapa ruangan lain pun juga selalu terjaga kebersihannya.[125]

[125] Observasi, 23 April 2020

Gambar 4. 17
Kondisi depan kelas yang bersih dan rapi

Berikut hasil wawancara peneliti dengan M. Wafir selaku koordinator kebersihan di SD Al baitul Amien 02 Jember:

> "Kami tim cleaning service ada 8 orang yang dibagi menjadi 2 shift yaitu shift pagi pukul 05.00 – 13.00 dan shift siang pukul 10.00 – 18.00. Tiga jam waktu kami untuk koordinasi sebelum peralihan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab kami. Setiap orang bertanggung jawab akan kebersihan 6 ruang kelas. Jadwal pembersihan ruangan tidak dirolling selama satu tahun ajaran untuk memudahkan dalam hal menjaga kualitas pekerjaan masing-masing orang. Kami saling mengingatkan jika ada pekerjaan yang kurang tepat agar di setiap ruangan terjaga kebersihan dan kerapiannya".[126]

Berbagaia bidang sarana dan prasarana yang terfasilitasi dengan baik serta pemenuhan kebutuhan logistik yang terjamin maka hal ini bisa membuat siswa, pendidik, dan tenaga kependidikan merasa nyaman menjadi anggota

[126]Wawancara, M. Wafir, Jember, 06 Mei 2020

keluarga SD Al Baitul Amien 02 Jember. Hal inilah yang selalu dipertahankan oleh lembaga karena bentuk layanan dan proses pembelajaran dengan baik merupakan unsur strategi pemasaran yang sangat baik dalam menjaga eksistensi lembaga untuk jangka panjang.

C. Temuan Penelitian

a. Proses analisis lingkungan internal dan eksternal SD Al Baitul Amien 02 Jember

Langkah awal dalam pemasaran stratejik adalah melakukan analisis lingkungan internal dan eksternalnya. Lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berada di bawah program kerja LPA dan Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember telah berupaya menganalisa lingkungan internal dan eksternalnya sehingga mampu mengetahui beberapa kekuatan dan kelemahan, serta ancaman dan peluang lembaga di masa yang akan datang.

Yayasan Al Baitul Amien Jember mencari lokasi yang strategis supaya sekolah ini mudah diakses oleh banyak orang baik menggunakan kendaraan pribadi ataupun menggunakan kendaraan umum. SD Al Baitul Amien menyadari bahwa sekolah ini terletak di dekat pemakaman umum, namun dengan strategi memahamkan siswa akan adanya kehidupan setelah dunia, hal tersebut tidak mempengaruhi pikiran siswa akan hal-hal horor seperti yang mereka bayangkan, apalagi sekolah ini didukung dengan gedung yang representatif dan dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang baik sehingga sangat kondusif untuk proses

belajar mengajar, sehingga hal tersebut yang mempengaruhi masyarakat untuk menjadikan SD ini sebagai preferensi dan tetap menjadi pilihan.

SD Al Baitul Amien juga sangat memahami bahwa mereka memiliki pendidik dan tenaga kependidikan yang potensial karena sebagian besar berusia muda, sehingga sangat mendukung dalam pencapaian program sekolah karena semangat bekerja dan semangat berkarya untuk anak bangsa sangatlah tinggi sehingga dalam pelaksanaan berbagai macam program akan mendapatkan kesuksesan yang luar biasa. Dengan kegigihan mereka berbagai event perlombaan dan prestasi siswa terukir di berbagai bidang sehingga animo dan kepercayaan masyarakat pada lembaga pendidikan ini semakin meningkat. Tak heran jika Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember akan mendirikan SD Al Baitul Amien 03 Jember dalam waktu dekat ini.

Yayasan menyadari bahwa SD Islam di Jember tidak hanya SD Al Baitul Amien 02 Jember saja, namun banyak sekolah Islam lain yang maju dan saling berpacu untuk mengembangkan pendidikan Islam di Jember. Di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat dengan lembaga lain yang bisa peneliti sebut sebagai kompetitor dan bisa dimungkinkan sebagai suatu ancaman untuk eksistensi ke depannya bukan menjadi penghalang bagi lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember karena Muzakki Hidayat selaku kepala sekolah saat ini memiliki *mindset* bahwa sekolah Islam lain yang biasanya disebut sebagai kompetitor itu dialih bahasakan sebagai teman untuk introspeksi diri pada lembaga dan sebagai ajang untuk melakukan *fastabiq al khoirot* sehingga setiap saat program sekolah ini selalu dilakukan perbaikan-perbaikan demi hasil lulusan yang memuaskan.

b. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember memandang masyarakat Kaliwates adalah masyarakat kota yang sebagian besar penduduknya adalah pegawai yang sibuk dengan karier/pekerjaannya, mereka tidak punya banyak waktu untuk mendampingi putra-putrinya belajar. Sehingga sangat dimungkinkan para orang tua tersebut akan mencari sekolah yang bisa meng*cover* kebutuhan pendidikan anaknya. Program *full day school* yang ditawarkan SD Al Baitul Amien 02 Jember ini yang dilengkapi dengan pembelajaran Al Quran, pendidikan akhlak, dan diimbangi dengan target prestasi akademik membuka peluang besar kepada masyarakat kota Jember karena hal tersebut adalah salah satu solusi akan kebutuhan pendidikan putra-putrinya.

Calon pengguna jasa pendidikan yang datang mendaftar ke lembaga ini adalah orang tua yang mempertimbangkan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran. Faktor biaya pendidikan yang harus dikeluarkan bukan menjadi prioritas utama bagi wali murid asalkan mutu dan kualitas pendidikan yang di terima oleh putra-putri mereka bisa didapatkan dengan baik. SD Al Baitul Amien 02 Jember melayani program pendidikan yang bermutu dan bertaraf global agar *out put* sekolah ini mampu bersaing dengan tuntutan perkembangan zaman.

Strategi penentuan posisi pasar persaingan ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut sekolah yang berbeda-beda sehingga membuat sekolah berbeda dengan kompetitornya yang beroperasi pada segmen pasar jasa pendidikan yang sama. SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berideologikan nahdliyin mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya,

yaitu *full day school* dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan/karir mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.

Persaingan dalam mempromosikan sekolah pasti ada dan persaingan juga terjadi sangat ketat, yang dilakukan oleh lembaga ini dalam mengatasi persaingan adalah dengan mengubah mindset kompetitor sekolah islam sebagai teman dan bahan untuk introspeksi diri atau untuk *berfastabiq al khoirot* agar sekolah ini tetap bertahan dan lebih maju ke depannya.

Dalam menghadapi persaingan SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai solusi-solusi yaitu membangun kepercayaan terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas lulusan yang ada yaitu dengan memulai pembinaan pagi jam ke-0 bagi kelas VI dari bulan Juli (awal tahun ajaran) dengan prinsip "*belajar ketika orang lain masih santai dan bangun ketika orang lain masih tidur*", Menjadikan pagi hari sebagai waktu barokah dengan pembiasaan pagi yaitu ibadah dan muamalah sebelum memulai pembelajaran, meningkatkan pelayanan pendidikan dengan memberi fasilitas belajar yang lebih efektif.

Berbagai program unggulan dan strategi dalam mengembangkan kualitas sekolah dengan harapan sekolah ini mampu bersaing di tengah-tengah kompetisi pendidikan demi kemajuan pendidikan Islam.

c. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

SD Al Baitul Amien 02 Jember mengimplementasikan strategi pemasaran dengan memaksimalkan fasilitas dan layanan di berbagai bidang, yaitu meliputi *produk, price, place, promotin, people, physical evidence, dan process.* Mereka mamahami bahwa implementasi strategi pemasaran yang baik tidak hanya akan membuat strategi itu berhasil, tetapi juga dapat menyelamatkan desain strategi yang pada awalnya meragukan.

Produk/program yang diberikan SD Al Amin 02 Jember yaitu *full day school* dengan tujuan agar siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, sekolah ini memiliki banyak program unggulan, yaitu penanaman akhlakul karimah, pembelajaran Al quran, pembiasaan sholat dhuha di sekolah, tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, serta pengembangan bina bakat dan kreativitas peserta didik.

Price/biaya di SD Al Baitul Amien 02 Jember termasuk dalam kategori mahal. Biaya pendidikan tersebut bukan berarti sekolah ini hanya diperuntukkan bagi orang secara ekonomi menengah ke atas saja, karena sekolah memberikan program beasiswa bagi wali murid yang memang benar-benar membutuhkan bantuan biaya pendidikan.

Place/lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berada di Kecamatan Kaliwates merupakan lokasi di tengah kota, sehingga mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, mudah dijangkau saluran data internet, suasana lingkungan masih asri karena dekat area persawahan, dan depan sekolah adalah jalan raya jalur kedua dari jalan nasional. Penentuan lokasi

tersebut membawa dampak bagi calon wali murid untuk menyekolahkan anaknya di SD Al Baitul Amin 02 Jember.

*Promotion/*promosi dilakukan terutama menjelang PPDB. Dalam hal ini, Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA) menyiapkan brosur, majalah, spanduk, atau banner yang di pasang di tempat umum agar diketahui oleh khalayak ramai. Selain itu pihak yayasan juga memberi informasi disela shalat Jumat di Masjid Al Baitul Amien Jember dan memberikan brosur ke unit/lembaga sekolah agar masing-masing lembaga bisa langsung merealisasikan pelaksanaan PPDB. Pemberitahuan program sekolah dilakukan dengan cara meneruskan/memposting informasi dari LPA kepada semua wali kelas agar mereka meneruskan informasi itu di grup whatsapp kelas masing-masing. Selain itu ada satu program yang bertujuan jangka panjang yaitu program ABC (Al Baitul Amien Competition), program ini adalah ajang berbagai perlombaan untuk siswa TK/RA se Kabupaten Jember.

People/ SDM baik tenaga pendidik maupun kependidikan di lingkungan SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan SDM yang sudah melalui seleksi ketat. Guru dan tenaga administrasi memiliki kualifikasi pendidikan sesuai bidang yang diampu. Guna meningkatkan kualitas guru dan tenaga administrasi sekolah rutin mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan mengikuti pelatihan-pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan. Selain itu, Kepala Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 juga memberikan reward bagi guru dan tenaga administrasi yang berprestasi.

Physical Evidence/bukti fisik merupakan indikator penting dalam mencapai kesuksesan pemasaran stratejik. SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. Pemeliharaan sarana kelas menjadi tanggung jawab wali kelas agar selalu mengingatkan anak-anak untuk menjaga inventaris sekolah.

Process/proses dalam bauran pemasaran pendidikan di SD AL Baitul Amien 02 Jember adalah seluruh kegiatan yang ada di lembaga ini berpangkal dari visi dan misi sekolah. SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya keras untuk membangun dan membentuk karakter keislaman sebagai perwujudan dari terbentuknya akhlakul karimah pada diri siswa dan berupaya keras agar prestasi di berbagai bidang bisa diraih dengan maksimal.

Kesuksesan dalam program pembelajaran didukung dengan berbagai hal. Sinergi pihak sekolah dan yayasan dalam menjaga kualitas pembelajaran dan layanan kepada pengguna jasa pendidikan dengan pengimplementasian strategi pemasaran sangat baik dalam menjaga eksistensi lembaga untuk jangka panjang. Temuan penelitian disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4.10
Temuan Penelitian

No	Fokus penelitian	Temuan Penelitian
1.	Proses SD AL Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya	a. SD Al Baitul Amien 02 Jember memandang lokasi di jalan Imam Bonjol 45A itu sangat strategis karena tempat ini mudah diakses oleh banyak orang. b. SD Al Baitul Amien menyadari bahwa sekolah ini terletak di dekat pemakaman umum, namun dengan strategi memahamkan siswa akan

		adanya kehidupan setelah dunia, hal tersebut tidak mempengaruhi pikiran siswa akan hal-hal horor seperti yang mereka bayangkan, apalagi sekolah ini didukung dengan gedung yang representatif dan dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang baik sehingga sangat kondusif untuk proses belajar mengajar. c. Pendidik dan tenaga kependidikan yang sebagian besar berusia muda sangat mendukung dalam pencapaian program sekolah karena semangat bekerja dan semangat berkarya untuk anak bangsa sangatlah tinggi. d. Kepala SD Al Baitul Amien 02 saat ini memiliki *mindset* bahwa sekolah Islam lain yang biasanya disebut sebagai kompetitor sekolah, dialih bahasakan sebagai teman untuk introspeksi diri pada lembaga dan sebagai ajang untuk melakukan *fastabiq al khairat* sehingga setiap saat program sekolah selalu dilakukan perbaikan sesuai perkembangan jaman.
2.	Desain strategi pemasaran yang dipilih oleh lembaga SD AL Baitul Amien 02 Jember	a. Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember memandang masyarakat Kaliwates adalah masyarakat kota yang sebagian besar penduduknya adalah pegawai yang sibuk dengan karier/pekerjaannya, mereka tidak punya banyak waktu untuk mendampingi putra-putrinya belajar. Program *full day school* yang ditawarkan SD Al Baitul Amien 02 Jember ini membuka peluang besar kepada masyarakat kota Jember karena hal tersebut adalah salah satu solusi akan kebutuhan pendidikan putra-putrinya. b. Calon pengguna jasa pendidikan adalah orang tua yang mempertimbangkan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran. Faktor biaya pendidikan yang harus dikeluarkan bukan menjadi prioritas utama bagi wali murid asalkan mutu dan kualitas pendidikan yang di terima oleh putra-putrinya bisa didapatkan dengan baik. c. SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berideologikan nahdliyin mempunyai *brand full day school* sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.

3.	Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember	a. *Produk*/program yang diberikan SD Al Amin 02 Jember yaitu *full day school* dengan tujuan agar siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, sekolah ini memiliki banyak program unggulan, yaitu penanaman akhlakul karimah, pembelajaran Al quran, pembiasaan sholat dhuha di sekolah, tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, serta pengembangan bina bakat dan kreativitas peserta didik. b. *Price/biaya* di SD Al Baitul Amien 02 Jember termasuk dalam kategori mahal. Biaya pendidikan tersebut bukan berarti sekolah ini hanya diperuntukkan bagi orang menengah ke atas saja secara ekonomi karena sekolah memberikan program beasiswa bagi wali murid yang memang benar-benar membutuhkan bantuan biaya pendidikan. c. *Place/lokasi* SD Al Baitul Amien 02 Jember yang strategis membawa dampak bagi calon wali murid untuk menyekolahkan anaknya di SD Al Baitul Amin 02 Jember. d. *Promotion* dilakukan terutama menjelang PPDB dengan membuat brosur, majalah, spanduk, atau banner yang di pasang di tempat umum agar diketahui oleh khalayak ramai. Pihak yayasan juga memberi informasi disela shalat Jumat di Masjid Al Baitul Amien Jember. Selain itu ada satu program yang bertujuan jangka panjang yaitu program ABC (Al Baitul Amien Competition). e. *People atau SDM* baik tenaga pendidik maupun kependidikan di lingkungan SD Al Baitul Amin 02 Jember merupakan SDM yang sudah melalui seleksi ketat. Guna meningkatkan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan sekolah rutin mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan dalam pelatihan-pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan. Selain itu, Kepala Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember juga memberikan reward bagi pendidik dan tenaga kependidikan yang berprestasi. f. *Physical Evidence* merupakan indikator penting dalam mencapai kesuksesan pemasaran stratejik. SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai

		sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. Pemeliharaan sarana kelas menjadi tanggung jawab wali kelas. g. *Process*/proses dalam bauran pemasaran pendidikan di SD AL Baitul Amien 02 Jember adalah seluruh kegiatan yang ada di lembaga ini berpangkal dari visi dan misi sekolah. SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya keras untuk membangun dan membentuk karakter keislaman sebagai perwujudan dari terbentuknya akhlakul karimah pada diri siswa dan berupaya keras agar prestasi di berbagai bidang bisa diraih dengan maksimal.

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan mendialogkan hasil penelitian tentang analisis lingkungan internal dan eksternal, desain strategi pemasaran, dan implementasi strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember kemudian dihubungkan dengan teori-teori pemasaran stratejik dari masing-masing fokus penelitian tersebut.

A. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal SD Al Baitul Amien 02 Jember

SD Al Baitul Amien 02 Jember sebagai lembaga pendidikan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada siswa-siswinya dalam proses belajar-mengajar ataupun perlengkapan sarana dan prasarana sehingga hasil belajar siswa bisa maksimal. Sebelum melakukan strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember menganalisis lingkungan internal dan eksternal lembaganya.

Analisis lingkungan internal dan eksternal menghasilkan alternatif strategi secara umum. Matrik SWOT merupakan salah satu alat bantu yang digunakan untuk mengembangkan strategi dan langkah-langkah konkret yang sebaiknya dilakukan oleh lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember. strategi S-O (*Strengthand Opportunity*) adalah strategi yang digunakan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang yang ada, strategi W-O (*Weakness and Opportunity*) adalah strategi yang digunakan untuk menutupi semaksimal mungkin kekurangan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang ada, strategi S-T (*Strength and Threath*) adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi ancaman yang ada, dan strategi W-T (*Weakness and Threath*) adalah

strategi untuk meminimalkan kekurangan dan menghindari ancaman yang ada. Berikut adalah matrik SWOT hasil penelitian yang bisa disajikan:

Tabel 5.1
Matrik SWOT

IFAS (Internal Strategic Factor Analisys Summary) / **EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisys Summary)**	**STRENGTHS (S)**	**WEAKNESSES (W)**
	1. Fullday School yang breideologi ASWAJA 2. Gedung yang representatif 3. Prestasi siswa yang unggul di berbagai bidang 4. Sumber daya manusia yang produktif 5. Lokasi sekolah yang strategis 6. Sekolah yang baru berdiri 7. Rasa aman bagi wali murid	1. Butuh kekompakan antar guru dan karyawan 2. Pergantian guru yang sering terjadi karena masuk tes CPNS 3. Adanya guru baru 4. Akses jalan masuk ke halaman sekolah sulit 5. Gedung tiga lantai 6. Makam di belakang sekolah
OPPORTUNITIES (O) 1. Lokasi yang strategis dan mudah diakses 2. Mendapatkan jumlah siswa yang lebih banyak 3. Mendirikan Lembaga Baru/SD Al Baitul Amien 03 Jember	**STRATEGI S-O** 1. Menambah program unggulan sekolah (S1, S2, S3, S4, S6, S7/O1, O2, O3) 2. Sistem reward untuk siswa, guru dan karyawan yang solid dan memiliki dedikasi yang tinggi (S3, S4/O2 3. Membangun laboratorium asa guna mengikat hati alumni siswa dengan harapan jangka panjang mereka akan selalu ada ikatan emosional (S4, S7/O2, O3)	**STRATEGI W-O** 1. Memotivasi guru dan karyawan melalui game, out bond, atau kegiatan religi (W1/O1, O2, O3) 2. Melarang untuk ikut tes CPNS dengan memberi kompensasi pada guru dan karyawan minimal UMK (W2, W3/O2, O3) 3. Pembuatan *Double Way* (W4/O1, O2) 4. Pengadaan CCTV di setiap ruangan (W5/O2, O3) 5. Mengingatkan siswa bahwa semua siswa bahwa ada kehidupan setelah dunia (W6/O2)

THREATHS (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Biaya pendidikan gratis 2. Kompetitor Sekolah Islam lain	1. Menambah program unggulan sekolah (S1, S2, S3, S4, S6, S7/T1, T2) 2. Aktif dalam berbagai event perlombaan (S3/T2) 3. Memberi program beasiswa bagi siswa berprestasi atau siswa yang kurang mampu (S3, S7/T1, T2)	1. Melarang guru dan karyawan untuk ikut tes CPNS dengan memberi kompensasi pada guru dan dan karyawan minimal UMK Jember (W2, W3/T1, T2) 2. Mengubah mindset/cara berpikir bahwa ancaman itu sebagai alarm bagi lembaga agar bisa berbenah menjadi lebih baik (W2/T2)

Temuan di atas sejalan dengan konsep Analisis SWOT yang dikatakan oleh David J. Hunger dan Thomas L. Wheelen bahwasanya SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langka (*distintive competence*) sekolah yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah lembaga dan cara unggul yang mereka gunakan agar berbeda dengan sekolah lain. Kompetensi yang langka ini dianggap sebagai sekumpulan kapabilitas inti (*core capabilities*). Penggunaan kompetensi langka ini akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.[127]

Hal ini diperkuat oleh Fredy Rangkuti yang menyatakan bahwa analisis SWOT bertujuan untuk melihat kekuatan, kelemahan dan peluang yang bisa muncul serta ancaman yang bisa terjadi karena adanya perubahan pada tingkat lingkungan lembaga maupun lingkungan internal organisasi. Analisis lingkungan juga dilakukan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam organisasi

[127] J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, "Manajemen Strategis" (Yogyakarta: Andy, 2003), 193

untuk melihat seberapa besar organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi ancaman dan tantangan yang muncul. [128]

B. Desain Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

1. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

SD Al Baitul Amien 02 Jember menentukan segmen pasar yang berorientasi pada pembelajaran Al Quran, pendidikan akhlak, dan diimbangi dengan prestasi akademik, serta membidik orang tua yang sibuk dengan pekerjaan/karir mereka sehingga mereka tidak punya banyak waktu untuk mendampingi putra-putrinya belajar.

Wali murid SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah pengguna jasa pendidikan yang datang mendaftar ke lembaga ini karena pertimbangan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran. Biaya pendidikan yang harus dikeluarkan bukan menjadi prioritas utama bagi mereka asalkan mutu dan kualitas pendidikan yang di terima oleh putra-putri mereka bisa didapatkan dengan baik. Mereka adalah orang yang menyadari bahwa penanaman akhlak, etika religius, dan dasar-dasar agama itu sangat penting bagi kehidupan anak-anak di masa depan.

Temuan di atas selaras dengan yang disampaikan oleh Hermawan Kartajaya bahwa segmentasi merupakan sebuah metode bagaimana melihat pasar secara kreatif. Kartajaya menyampaikan *you have to see your market creatively in order to win the marketing war!.* Ada beberapa cara dalam memandang sebuah

[128]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 31.

pasar, dan seorang kepala sekolah harus pandai dalam memenangkan persaingan dalam pemasaran yang oleh Kartajaya diibaratkan sebagai sebuah peperangan. [129]

Seorang manajer perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifkasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di pasar. Selain itu Kartajaya juga menyampaikan bahwa seorang pemimpin harus memandang pasar dengan strategi *view from the top* atau memandang pasar secara keseluruhan agar bisa memahami dan memilih segmen pasar mana yang ingin dituju dengan begitu akan tahu persis hal spesifik yang ingin dituju dan alokasi sumber daya pun bisa lebih efektif.[130]

Berdasarkan hasil temuan yang telah peneliti sampaikan menunjukkan bahwa hasil temuan tentang segmentasi pasar dapat memperkuat dan mengembangkan teori *segmentation* yang disampaikan oleh Hermawan Kartajaya.

2. Penentuan Pasar Sasaran (Targeting)

SD Al Baitul Amien 02 Jember berideologikan nahdliyin. Namun, semua siswa boleh sekolah disini, program sekolah diperuntukkan bagi semua orang muslim. PPDB dilaksanakan pada bulan November – Desember agar saat tahun ajaran baru, anak-anak sudah siap seragam, buku, dan hal-hal yang berhubungan dengan kebutuhan sekolah. Untuk biaya pendidikan di sekolah ini relatif tinggi, kebanyakan yang sekolah disini adalah wali murid yang berpenghasilan menengah ke atas namun ada juga beberapa wali murid yang pas-pasan secara ekonomi

[129] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Segmentation,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 31.
[130]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Segmentation,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 53-58

namun berkeinginan keras untuk sekolah disini karena ingin anaknya memiliki karakter islam yang kuat dan berprestasi. Bagi wali murid yang merasa kurang mampu dalam biaya pendidikan bisa mengajukan beasiswa ke sekolah".

Kartajaya mengatakan strategi *targeting* ini untuk mempermudah proses penyesuaian sumber daya ke dalam segmen pasar yang telah dipilih. Dalam proses *targeting* tidak semua segmen bisa dibidik, segmen pasar perlu dievaluasi dan ditentukan berdasarkan kriteria yang jelas. Terdapat perbedaan dalam *how to offer (*bagaimana menawarkan*)*[131] kepada pengguna jasa pendidikan, bisa berupa gedung sekolah, *design eksterior*, atau program unggulan sekolah yang bisa ditawarkan kepada pengguna jasa pendidikan.

3. Penempatan Produk (Positioning)

SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berideologikan nahdliyin mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya, yaitu *full day school* dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.

Lembaga pendidikan ini mengatasi persaingan dengan mengubah *mindset* kompetitor sekolah islam sebagai teman dan bahan untuk introspeksi diri serta untuk tetap menjaga kualitas yang dimiliki SD Al Baitul Amien 02 Jember agar masyarakat semakin percaya dengan sekolah ini. Dengan berbagai program

[131] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Targeting,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 85-90

unggulan yang dimiliki oleh lembaga ini dan berbagai strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sekolah diharapkan sekolah ini mampu bertahan dan mampu bersaing di tengah-tengah kompetisi pendidikan demi kemajuan pendidikan Islam.

Temuan di atas sesuai dengan yang dikatakan Hermawan Kartajaya bahwa *positioning* adalah *the strategy to lead your customer credibly,* yaitu upaya mengarahkan pelanggan secara kredibel. Bisa dikatakan bahwa *positioning* adalah upaya seorang manajer untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan. Semakin kredibel lembaga sekolah di mata pengguna jasa, semakin kukuh pula positioning lembaga tersebut.[132]

Michael Porter dalam buku Hermawan Kartajaya mengatakan *positioning* adalah *core*-nya strategy. Strategi menurut Porter adalah upaya untuk menghasilkan posisi yang unik dan *valuable* bagi pelanggan.

Untuk membangun *positioning* yang tepat, Hermawan Kartajaya mempunyai empat resep yaitu:

1. *Positioning* harus dipersepsi secara positif oleh pengguna jasa dan menjadi *reason to buy* mereka.
2. *Positioning* harus mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif lembaga.
3. *Positioning* harus bersifat unik sehingga dapat dengan mudah mendifferensiasikan diri dari para pesaing.

---

[132]Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Positioning,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 11

4. *Positioning* harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan persaingan, perilaku pengguna jasa, dan perubahan sosial-budaya.[133]

Lembaga yang memiliki program pendidikan yang handal/berbeda dengan sekolah lain maka akan timbul kepercayaan/kredibilitas dalam benak pengguna jasa, dengan sedirinya pengguna jasa akan merasaka kehadiran lembaga dalam benak mereka. Oleh karena itu Kartajaya sering mengatakan bahwa *positioning* merupakan *being strategy*. Positioning menjadi penentu eksistensi sebuah lembaga pendidikan.[134]

Berdasarkan hasil temuan yang telah peneliti sampaikan menunjukkan bahwa hasil temuan tentang penempatan produk/*positioning* dapat memperkuat dan mengembangkan teori yang disampaikan oleh Hermawan Kartajaya.

C. Implementasi Strategi Pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember

Marketing mix memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan pemasaran stratejik yang bersifat jangka panjang demi eksistensi lembaga pendidikan.

1. Product

SD Al Baitul Amien 02 Jember yang berideologikan nahdliyin mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya, yaitu *full day school* dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi

---

[133] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Positioning,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 14-20

[134] Hermawan Kartajaya, *Seri 9 Marketing On Positioning,* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 12

wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.

Full day school yang diterapkan di sekolah ini memiliki banyak program unggulan yaitu penanaman akhlakul karimah, pembelajaran Al quran, pembiasaan sholat dhuha di sekolah, tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, serta pengembangan bina bakat dan kreativitas peserta didik.

Temuan di atas senada dengan yang disampaikan oleh Thomas V. Bonoma yang mengadaptasi dari Kotler (1988, p. 446) menyatakan bahwa:

"*The task faced by the strategist in developing an effective product policy can be seen to consist of three distinct but interrelated elements:1) The management of the organization's existing range of products or services, 2) The development and management of the brand, 3) The development of new or modified products or services".m*Tugas yang dihadapi ahli strategi dalam mengembangkan kebijakan produk yang efektif terdiri dari tiga elemen yang berbeda tetapi saling berkaitan yaitu:1) manajemen berbagai produk atau layanan yang ada di organisasi, 2) pengembangan dan pengelolaan merek, 3) pengembangan produk atau layanan baru atau yang dimodifikasi".[135]

Berbagai program pendidikan di SD Al Baitul Amien 02 Jember telah dipersiapkan secara maksimal oleh semua pendidik dan tenaga kependidikan baik varian program ataupun alokasi waktu belajar telah diatur dengan sistematis agar semua siswa bisa mendapatkan hak belajar secara maksimal. Berbagai program pendidikan pun juga disesuaikan dengan kebutuhan siswa agar mereka menjadi pribadi yang tangguh di masa yang sesuai dengan genarasinya.

Product/program yang disajikan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember menunjukkan bahwa sekolah ini benar-benar menciptakan sebuah hasil/ output

---

[135]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights), 499

lulusan yang handal dari sebuah proses panjang kegiatan belajar dan hal ini akan memengaruhi persepsi pengguna jasa pendidikan untuk *repeat order* atau menyekolahkan kembali putra-putri mereka berikutnya.

Berdasarkan hasil pembahasan dan teori yang peneliti sajikan sangatlah jelas jika *product* dalam lembaga ini benar-benar menjadi unggulan sekolah dan memperkuat teori dalam *marketing mix*.

2. Price

Elemen kedua dari bauran pemasaran adalah *price*/harga. *Price* adalah salah satu elemen penting. Namun, secara umum diakui bahwa keputusan penetapan harga adalah sesuatu yang paling sulit untuk dibuat bagi para manajer pemasaran.

Price/biaya sekolah tersebut bisa dikatakan bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah yang termasuk dalam kategori membutuhkan biaya yang mahal, namun pengguna jasa pendidikan dari tahun ke tahun semakin meningkat, itu artinya pengguna jasa tidak telalu mempertimbangkan besarnya *price*/biaya karena diimbangi dengan kualitas pelayanan sekolah dan lulusan siswa yang benar-benar bisa bersaing untuk generasi masa depan tangguh.

Dalam teori *marketing mix* dijelaskan bahwa cara menghadapi perubahan harga yang diprakarsai oleh pesaing, ahli strategi memiliki pilihan: 1) Ikuti dengan menaikkan harga dengan jumlah yang sama, 2) Jaga harga tetap sama dengan harapan bahwa mereka yang sebelumnya membeli dari pesaing akan

didorong untuk menggeser pemasok, 3) Potong harga untuk meningkatkan diferensial harga.[136]

Berdasarkan hasil pembahasan dan teori yang peneliti sajikan sangatlah jelas jika *price* dalam lembaga ini menyesuaikan dengan kebutuhan siswa dan memperkuat teori dalam *marketing mix*.

3. Place

Lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember berada di Kecamatan Kaliwates tepatnya di daerah kota Jember bagian barat, mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Mudah dijangkau dengan saluran data internet karena lokasi ada di tengah kota. Suasana lingkungan masih asri karena di sekitar sekolah adalah daerah persawahan, depan sekolah adalah jalan raya jalur kedua dari jalan nasional.

Hasil temuan tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan bahwa lokasi sekolah dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu *channel management, customer service, dan physical distribution.*[137] Tiga faktor tersebut maksudnya adalah Pertumbuhan kemitraan dan aliansi strategis. Hubungan kerja yang erat antara produsen/lembaga pendidikan dan perantara utama dengan pandangan untuk menghasilkan keunggulan kompetitif.

---

[136]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights, 2003), 523

[137]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights), 529

Dari hasil penelitian diperoleh hasil yaitu Lokasi SD Al Baitul Amien 02 Jember yang sangat strategis dan masih asri mempengaruhi preferensi orang tua dalam menentukan pilihannya untuk menyekolahkan putra-putrinya di lembaga ini.

4. Promotion

Promotion adalah suatu kegiatan sekolah dalam mengkomunikasikan program-program sekolah yang ditawarkan kepada pengguna jasa pendidikan. Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA) telah menyiapkan berbagai cara dalam mempromosikan lembaganya. Berikut adalah programnya:

a. *Advertising/*iklan, yaitu dengan membuat brosur, majalah, spanduk, atau banner yang di pasang agar diketahui oleh khalayak ramai bahwa yayasan Al Baitul Amien melaksanakan PPDB sekitar bulan November – Desember tiap tahunnya.
b. *Sales Promotion*/promosi penjualan, yaitu meneruskan/memposting informasi PPDB dari LPA kepada semua wali kelas kemudian wali kelas meneruskan/memposting informasi tersebut kepada grup whatsapp wali murid dan mengunggahnya dalam status whatsapp masing-masing guru.
c. *Public Relation*/hubungan masyarakat, yaitu membuat program ABC (Al Baitul Amien Competition). Kegiatan ini adalah kegiatan lomba berbagai bidang yang ditujukan kepada semua siswa TK di Jember diantaranya lomba tahfidz, tartil, mewarnai, dan beberapa lomba lain. Dengan program ini semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan sekolah ini, dan

tahun-tahun berikutnya siswa baru dari TK selain TK Al Baitul Amien juga semakin banyak. Bahkan yang paling mengejutkan adalah PPDB dua tahun terakhir hanya membutuhkan waktu satu sampai dua minggu saja kuota kelas sudah penuh.

d. *Personal Selling*/penjualan personal, yaitu yayasan Al Baitul Amien Jember memberi informasi ini di sela shalat Jumat di masjid Al Baitul Amien Jember agar masyarakat mengetahui bahwa pendaftaran siswa baru segera dilaksanakan.
e. *Merchandising* adalah barang pernik-pernik yang diberikan kepada wali murid secara cuma-cuma. SD Al Baitul Amien 02 Jember memiliki beberapa *merchandise* yang biasa diberikan kepada siswa, misalnya adalah tas, map, kalender,dan stiker yang bisa di pasang di mobil wali murid.

Temuan di atas selaras dengan yang disampaikan oleh Kotler bahwasanya komunikasi pemasaran terintegrasi adalah kegiatan yang berupaya memadukan antara periklanan dengan alat-alat komunikasi pemasaran lainnya seperti humas, pemasaran langsung, promosi penjualan serta *event sponsorship* untuk bisa bekerja bersama-sama[138]

Model komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu mengintegrasikan semua unsur bauran promosi yang ada dengan asumsi bahwa tidak ada satu unsur pun

[138]Philip Kotler & Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2004) 138

yang terpisah dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Adapun promosi pemasaran memiliki beberapa model[139], yaitu:

1. *Advertising*/Periklanan

   Advertising adalah semua bentuk penyajian dan promosi non personal atas ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu. Kunci utama periklanan adalah menggugah perhatian calon pengguna jasa terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.[140]

   Periklanan merupakan bagian untuk memenuhi fungsi pemasaran di mana periklanan tidak sekedar memberikan informasi kepada masyarakat tetapi juga ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, sikap dan citra pengguna jasa.

2. *Sales Promotion*/promosi penjualan

   Sales promotion adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk pembelian suatu produk dengan meningkatkan jumlah produk yang dibeli pelanggan.[141] Promosi penjualan merupakan aktifitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong upaya yang dilakukan tenaga penjualan.

3. *Public Relation*/hubungan masyarakat

   Public Relation merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai

---

[139]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights), 524
[140] Agus Hermawan, *komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga,2012) 70
[141] Agus Hermawan, *komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga,2012) 127

kelompok terhadap perusahaan. Kelompok yang dimaksud di sini adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebagian besar perusahaan mempunyai departemen hubungan masyarakat yang mengamati sikap masyarakat di dalam organisasi serta mendistribusikan informasi dan komunikasi untuk membangun itikad baik.

4. *Personal Selling*/penjualan personal

   Personal Selling merupakan pemasaran produk atau jasa di mana penjual bertemu langsung dengan pembeli untuk menjajaki prospek (Peluang) pembelian. Hal utama yang perlu dipersiapkan dalam kegiatan penjualan personal sebagai bagian dari metode pemasaran adalah insentif yang diberikan kepada tenaga penjual yang layak berdasarkan keterampilan yang dimilikinya dalam mempengaruhi calon pengguna jasa untuk membeli.[142]

5. *Merchandising*/merchandise

   Merchandising merupakan alat promosi berupa produk yang menampilkan logo, brand, atau nama lembaga yang diberikan kepada konsumen. Biasanya merchandise diberikan ketika konsumen yang telah melakukan suatu hal yang disyaratkan oleh lembaga/perusahaan. Namun, ada juga merchandise yang diberikan secara cuma-cuma. Merchandise ini bisa menjadi magnet bagi konsumen, meningkatkan daya saing produk, bentuk apresiasi kepada

[142] Agus Hermawan, *komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga,2012) 104

konsumen, media promosi yang efektif dari konsumen ke konsumen lain sehingga bisa menjadi media promosi jangka panjang.[143]

Model komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu mengintegrasikan semua unsur bauran promosi yang ada dengan asumsi bahwa tidak ada satu unsur pun yang terpisah dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif.

Berbagai cara yang dilakukan oleh yayasan dan lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk melakukan kegiatan promosi dalam rangka mencapai target pemenuhan kuota jumlah siswa ternyata membuahkan hasil yang luar biasa. Hal ini menunjukkan bahwa hasil di lapangan sangat memperkuat teori *promotion* pada *marketing mix* walaupun tidak sepenuhnya teori itu dilaksanakan oleh lembaga tersebut.

5. People

Ketua yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember melakukan proses perekrutan pendidik dan tenaga kependidikan dengan penyeleksian yang sangat ketat sehigga dipastikan SDM yang tergabung di lembaga ini adalah benar-benar orang-orang yang siap berjihad demi kemajuan pendidikan Islam. Berikut adalah tahapan dalam penyeleksian SDM Baru:

1) Tahap pertama adalah seleksi berkas kualifikasi pendidikan calon SDM.
2) Setelah seleksi berkas dinyatakan lolos maka akan masuk dalam tahap berikutnya yaitu tes tulis materi TPA, pengetahuan umum, pengetahuan

[143] http://blog.scribu.com/id/fungsi-merchandise-untuk-marketing/

keislaman dan keterampilan dalam mengoperasikan komputer program microsoft excel, word, dan power point.

3) Tahap berikutnya adalah wawancara dengan ketua yayasan berkaitan dengan alasan masuk/bergabung dengan lembaga Al baitul Amien Jember
4) Praktek kerja selama satu minggu, pada tahap ini calon SDM mengikuti beberapa kali uji mikro teaching dan penanganan dalam pengelolaan kelas.
5) Tahap akhir yaitu pengumuman untuk diterima atau tidak sebagai SDM yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember.

Pendelegasian tugas pendidik dan tenaga kependidikan di lembaga ini sangat baik. Guru dan tenaga administrasi memiliki kualifikasi pendidikan yang sesuai dengan bidang yang mereka ampu. Pembagian tugas mengajar dan tugas administrasi sesuai dengan keahlian masing-masing sehingga diharapkan bisa mendapat hasil yang maksimal.

Sekolah ini memiliki program pemberian reward/penghargaan terhadap prestasi guru, Tidak berhenti begitu saja, lembaga ini sering sekali mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan.

Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan dalam bukunya *"The people or service dimension needs to be managed both proactively and strategically, with the marketing planner having to decide from the outset on the service levels that are to be achieved. Having done this, staff then needs to be trained, their performance monitored and a series of control systems introduced.*[144] Dimensi *People*/orang atau layanan perlu dikelola secara

[144] Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights), 534

proaktifdan secara strategis. Sebagai ketua yayasan/kepala sekolah/tim perencana pemasaran harus memutuskan sejak awaltingkat layanan yang ingin dicapai. Setelah melakukan ini, staf kemudian perlu dilatih, kinerja mereka dimonitor, dan serangkaian sistem kontrol diperkenalkan.

People atau sumber daya manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam proses pelaksanaan jasa pendidikan. Sumber daya pendidik dan tenaga kependidikan sangatlah penting dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa. Kemampuan dalam menguasai teknologi, metode pengajaran yang menyenangkan, dan kemampuan memberi motivasi sangatlah dibutuhkan bagi seorang pendidik ataupun tenaga kependidikan.[145]

Berdasarkan hasil pembahasan dan teori yang peneliti sajikan sangatlah jelas jika *people* di lembaga ini benar-benar menjadi faktor penting dalam pengembangan sekolah dan ini sangat memperkuat teori dalam *marketing mix*. Pengembangan kualitas pendidik ini memiliki tujuan yang sangat panjang yaitu dalam hal menjaga dan mengupgrade kualitas pendidik agar mutu dan kualitas lulusan sekolah ini benar-benar bisa dipertanggungjawabkan.

6. Physical Evidence

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember sangat lengkap dan memadai. Setiap kelas terdapat satu buah AC, satu buah LCD proyektor, dan beberapa fasilitas lain yang sangat menunjang kegiatan belajar mengajar. Di setiap lantai terdapat kamar mandi yang bersih sehingga memudahkan siswa untuk ke toilet. Pemeliharaan sarana di kelas menjadi

[145]Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group), 293

tanggung jawab wali kelas dan semua siswa. Wali kelas selalu mengingatkan kepada siswa dalam pemakaian sarana umum dengan baik dan selalu berhati-hati agar inventaris sekolah bisa awet dan tahan lama.

Zeithaml dan Bitzer (2004: 25) mendefinisikan *physical evidence as the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components thet facilitate performance or communication of the service.* Bukti fisik sebagai lingkungan di mana layanan yang diberikan dari lembaga pendidikan kepadapengguna jasa untuk saling berinteraksi, dan setiap komponen digunakan untuk memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan.

Terdapat dua macam *physical evidence* yaitu *essential evidence* (bukti penting) dan *peripheral evidence* (bukti pendukung). *Essential evidence*b erupa desain ruang kelas, gedung sekolah, atau bangunan lain. Sedangkan *peripheral evidence* merupakan nilai tambah yang mendukung proses pembelajaran misalnya berupa rapor dan data prestasi siswa.

Sarana dan prasara sekolah sangat lengkap dan memadai sehingga memudahkan siswanya dalam belajar. Bukti fisik ini sangat memperkuat teori *physical evidence* dalam *marketing mix*.

7. Process

Proses dalam bauran pemasaran pendidikan di SD AL Baitul Amien 02 Jember adalah seluruh kegiatan yang ada di lembaga ini berpangkal dari visi dan misi sekolah. SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya keras untuk membangun

dan membentuk karakter keislaman sebagai perwujudan dari terbentuknya akhlakul karimah pada diri siswa dan berupaya keras agar prestasi di berbagai bidang bisa diraih dengan maksimal.

Untuk meraih visi dan misi sekolah tentunya berbagai upaya dan berbagai cara harus dilakukan agar bisa mewujudkan visi dan misi tersebut. Dari struktur kurikulum sekolah menerapkan program *full day school* agar semua kegiatan siswa sehari-hari bisa dikontrol dengan baik, pembiasaan-pembiasaan yang diterapkan di sekolah seperti shalat dhuha, dzikir, dan membaca Al quran setiap hari bisa membentuk kebiasaan pada diri siswa dan mereka tidak terpengaruh dengan lingkungan luar yang kurang kondusif.

> Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan menuliskan dalam bukunya"*Management has proven to be a potentially powerful differentiator, since it relates to how customers are treated from the point of their very first contact with the organization through to the last. In thinking about process management, the marketing planner needs to develop the strategy and mechanisms against the background of the factors that influence the service level strategy that was discussed earlier".*[146] Manajemen telah terbukti sebagai pembeda yang berpotensi kuat, karena ini berkaitan dengan bagaimana pelanggan diperlakukan dari sudut kontak pertama mereka dengan organisasi sampai yang terakhir. Dalam memikirkan manajemen proses, perencana pemasaran perlu mengembangkan strategi dan mekanisme dengan latar belakang yang mempengaruhi strategi tingkat layanan yang telah dibahas sebelumnya.

Zeithaml dan Bitzer (2004: 25) mendefinisikan "*process as the actual procedures, mechanism, and flow of activities by which the service is delivered the service delivery and operating system*".[147] Dalam konteks jasa pendidikan,

---

[146]Ricarhd M.S. Wilson and Collins Gilligan, *Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, (British: Elsevier's Science & Technology Rights), 534

[147]Imam machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, edisi kedua, (Jakarta: Prenadamedia Group), 294

proses adalah segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar agar terbentuk *product*/lulusan yang diinginkan.

Untuk membentuk citra baik terhadap lembaga pendidikan, serta dalam rangka menarik minat sejumlah calon siswa/wali murid, maka lembaga pendidikan perlu mengembangkan berbagai upaya strategi *marketing mix* semaksimal mungkin.

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Pertama SD Al Baitul Amin menyadari adanya s*trengths/kekuatan pada dirinya yang* berupa *(1)* program unggulan belajar Fullday School berideologi ASWAJA *(2)* gedung dan sarana pendidikan yang disajikan secara representatif, *(3)* Sumber daya manusia yang produktif. Sementara itu *weaknesses/kekurangan* SD Al Baitul Amien 02 Jember meliputi *(1)* kurangnya kerja sama antar guru dan karyawan *(2)* pergantian guru yang berdampak pada siswa *(3)* terdapat makam di belakang sekolah yang membuat beberapa siswa jadi berpikir horor. Selain analisis secara internal dilakukan pula analisa secara eksternal, *Opportunities/peluang* yang dimiliki SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu *(1)* lokasi yang strategis karena berada di tengah kota dan mudah diakses, *(2)* mendapatkan jumlah siswa yang lebih banyak sehingga peluang bagi yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jembar untuk mendirikan lembaga baru/SD Al Baitul Amien 03 Jember. *Threaths/Ancaman* bagi lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu *(1)* biaya pendidikan mahal *(2)* kompetitor sekolah Islam lain yang memiliki model pembelajaran seperti yang dimiliki sekolah ini. Kemampuan menganalisis internal dan eksternal ini membuat lembaga ini semakin kompetitif.

Kedua Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember memandang masyarakat Kaliwates adalah masyarakat kota yang sebagian besar penduduknya adalah pegawai yang sibuk dengan karier/pekerjaannya, mereka tidak punya banyak waktu untuk mendampingi putra-putrinya belajar. Program *full day school* yang ditawarkan SD Al Baitul Amien 02 Jember ini membuka peluang besar

digilib.iain-jember.

kepada masyarakat kota Jember karena hal tersebut adalah salah satu solusi akan kebutuhan pendidikan putra-putrinya. Calon pengguna jasa pendidikan adalah orang tua yang mempertimbangkan religiusitas dan prestasi di berbagai bidang pembelajaran. Faktor biaya pendidikan yang harus dikeluarkan bukan menjadi prioritas utama bagi wali murid asalkan mutu dan kualitas pendidikan yang di terima oleh putra-putrinya bisa didapatkan dengan baik.

Ketiga Produk/program yang diberikan SD Al Amin 02 Jember yaitu *full day school* dengan tujuan agar siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, sekolah ini memiliki banyak program unggulan, yaitu penanaman akhlakul karimah, pembelajaran Al quran, pembiasaan sholat dhuha di sekolah, tahfidz surat pendek dan hadits sederhana, serta pengembangan bina bakat dan kreativitas peserta didik. *Price*/biaya di SD Al Baitul Amien 02 Jember termasuk dalam kategori mahal. Biaya pendidikan tersebut bukan berarti sekolah ini hanya diperuntukkan bagi orang menengah ke atas saja secara ekonomi karena sekolah memberikan program beasiswa bagi wali murid yang memang benar-benar membutuhkan bantuan biaya pendidikan. *Place/lokasi* SD Al Baitul Amien 02 Jember yang strategis membawa dampak bagi calon wali murid untuk menyekolahkan anaknya di SD Al Baitul Amin 02 Jember. *Promotion* dilakukan terutama menjelang PPDB dengan membuat brosur, majalah, spanduk, atau banner yang di pasang di tempat umum agar diketahui oleh khalayak ramai. Pihak yayasan juga memberi informasi disela shalat Jumat di Masjid Al Baitul Amien Jember. Selain itu ada satu program yaitu ABC (Al Baitul Amien Competition). *People atau SDM* baik tenaga pendidik maupun kependidikan di lingkungan SD Al

digilib.iain-je

Baitul Amin 02 Jember merupakan SDM yang sudah melalui seleksi ketat. Guna meningkatkan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan sekolah rutin mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan dalam pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan. Selain itu, Kepala Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember juga memberikan reward bagi pendidik dan tenaga kependidikan yang berprestasi. *Physical Evidence*/bukti fisik SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. *Process*/proses dalam bauran pemasaran pendidikan di SD AL Baitul Amien 02 Jember adalah seluruh kegiatan yang ada di lembaga ini berpangkal dari visi dan misi sekolah. SD Al Baitul Amien 02 Jember berupaya keras untuk membangun dan membentuk karakter keislaman sebagai perwujudan dari terbentuknya akhlakul karimah pada diri siswa dan berupaya keras agar prestasi di berbagai bidang bisa diraih dengan maksimal.

B. Saran

Setelah melakukan kegiatan penelitian dan kajian teori tentang pemasaran stratejik, ada beberapa hal yang bisa peneliti sampaikan kepada:

1. Bagi Lembaga

a. Program sekolah yang sudah terlaksana dengan baik hendaknya selalu dievaluasi agar sekolah ini tetap menjadi pilihan warga masyarakat Jember dan bahkan menjadi sekolah rujukan untuk studi banding.

b. Hendaknya sekolah membentuk tim khusus untuk pembinaan siswa berprestasi (Matematika, IPA, dan Bahasa Inggris) agar frekuensi

digilib.iain-jember

pembinaan bisa lebih sering sehingga bisa menunjang dan meningkatkan prestasi siswa di bidang ini karena prestasi siswa hingga tingkat nasional dan bahkan internasional merupakan salah satu bentuk pemasaran stratejik.

c. Sarana dan prasarana sekolah semakin ditingkatkan sesuai perkembangan Informasi dan Teknologi (IT) agar sekolah ini selalu *up to date.*

d. Pendidik dan tenaga kependidikan perlu ditingkatkan lagi dalam mengikuti pelatihan dan seminar terutama dalam pengaplikasian IT agar selalu siaga dengan berbagai metode pembelajaran, model luring (luar jaringan)/offline ataupun daring (dalam jaringan)/online seperti saat pandemi sekarang ini.

e. Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember hendaknya membuat kebijakan dalam rekrutmen SDM agar semua pendidik dan tenaga kependidikan bisa terikat kerja dengan lembaga agar tidak terjadi peningkatan keluar masuknya pendidik yang bisa mengganggu kestabilan proses kegiatan belajar mengajar siswa.

2. Bagi Peneliti

a. Peneliti berikutnya supaya melakukan penelitian yang sama di tempat yang berbeda agar hasil penelitian bisa dibandingkan dalam upaya memperkuat teori tentang pemasaran stratejik

b. Peneliti berikutnya supaya melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengungkapkan dan menggali teori tentang pemasaran stratejik agar mampu mengembangkan teori-teori yang telah ditulis oleh para ahli pemasaran

digilib.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker , David A. 2013. *Strategic Market management*, 8th ed. Jakarta: Salemba empat.

Alma, Buchari. 2018. *ManajemenPemasaran dan Pemasaran Jasa.*Bandung: Alfabeta

Coulter, Robbins.2016. *Manajemen* E13 Jilid 1. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Cravens, David W. 1997.*Strategic Marketing*. Chicago. The Mac.Graw Hill Coy.Inc.

Dirgantoro, Crown. 2004. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana

Depdikbud.1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.*Cet ke 1. Jakarta: Balai Pustaka.

Hoy, Charles dkk. 2006. *Improving Quality in Education*. USA and Canada: Routledge.

Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andy.

Kartajaya, Hermawan. 2002. *Mark Plus on Strategy*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Seri 9 Marketing On Segmentation:*.Bandung: PT MizanPustaka

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Seri 9 Marketing On Targeting:*. Bandung: PT MizanPustaka

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Seri 9 Marketing On Positioning:*. Bandung: PT MizanPustaka

Kotler, Philip. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, jilid 1 edisi kesembilan.* Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran.*Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lupiyoadi, Rambat & A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Machali, Imam & Ara Hidayat. 2018. *The Handbook of Education Management*. Jakarta: Prenadamedia group

Miles, Matthew B & Huberman A. Michael, 1992.*Analisi Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press

Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran*,.Cetakan ke 3. Jakarta: Bumi Aksara.

Poerwadarminta, W.J.S. 1984. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.Cet ke 1. Jakarta: Balai Pustaka.

Rahayu, Agus. 2008. *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Stratejik)*. Bandung: Alfabeta

Rangkuti, Freddy.2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Roger A, Kerin dan Robert A, Peterson. 1993. *Strategic Marketing Problems Cases and Comments* sixth edition allyn and Bacon, (Boston).

Sallis, Edward. 2006. *Total Quality Manajement in Education*. Yogyakarta: IRCisoD

Sallis, Edward. 2010. *Total Quality Manajement in Education*. Yogyakarta: IRCisoD.

Simamora, Bilson. 2016. *Pemasaran Statejik.* Tangerang Selatan, Universitas Terbuka

Sugiyono. 2016.*Memahami Penelitian Kualitatif*.Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta.

Syam, Nur. 2005. *Islam Pesisir,*Yogyakarta: LkiS Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Ed.2. Cet.5, Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. 2009.*Manajemen Pendidikan* Bandung: Alfabeta.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Wijaya, David. 2008. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah.*Jurnal Pendidikan Penabur – No 11/Tahun Ke - 7/ Desember.

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

Wilson, Ricarhd M.S. and Collins Gilligan, 2005.*Strategic Marketing Management Planning, Implementation, & Control*, Third Edition, British: Elsevier's Science & Technology Rights

Zaithaml, Valarie A. dan Mary Jo Bitner. 2003. *Service Marketing: integrating customer focus across the firm.* New York: Irwin Mc Grow-Hi

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 1

PEDOMAN INTERVIEW
PEMASARAN STRATEJIK
SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Kegiatan wawancara ini merupakan wawancara semi terstruktur sehingga peneliti lebih fleksibel dalam menggali data dengan mengajukan berbagai pertanyaan kepada informan.Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data dalam rangka menjawab fokus penelitian. Berikut adalah pedoman wawancara yang peneliti gunakan:

A. Analisis Lingkungan SD Al Baitul Amien 02 Jember

1. Menentukan lokasi lembaga
2. Alasan mendirikan SD Al Baitul Amien 02 Jember
3. Menyiapkan dana untuk pembelian lahan dan pembangunan gedung
4. Analisis lingkungan makro
   a. Analisis ekonomi
   b. Daya beli masyarakat
5. Menentukan kekuatan lembaga
6. Menentukan kelemahan lembaga
7. Cara memanfaatkan kekuatan dan menutupi kekurangan lembaga untuk meraih peluang di masa depan
8. Cara memanfaatkan kekuatan dan menutupi kekurangan lembaga untuk menghindari ancaman yang mungkin terjadi
9. Menyiapkan SDM yang tepat

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

B. Desain Strategi Pemasaran

1. Menetukan segmentasi pasar (mengidentifikasi pengguna jasa pendidikan)
2. Menetukan target pasar (memilih satu atau lebih untuk segmen sasaran)
3. Penetapan posisi pasar (penentuan program unggulan sekolah)

C. Implementasi Strategi Pemasaran

1. Produk unggulan lembaga yang dikembangkan
2. Biaya pendidikan dan program beasiswa
3. Lokasi lembaga yang mudah diakses oleh semua wali murid dan masyarakat
4. Kegiatan promosi lembaga kepada masyarakat
5. Prosedur rekrutmen pendidik dan tenaga kependidikan
6. Penyiapan berbagai sarana sekolah misalnya perlengkapan UKS, perpustakaaan, masjid, toilet, dan beberapa tempat lain
7. Proses pelayanan lembaga di masing" bidang terhadap pengguna jasa pendidikan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 2

PEDOMAN OBSERVASI
PEMASARAN STRATEJIK
SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Kegiatan observasi merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti dalam rangka mengkroscek hasil wawancara dengan keberadaan berbagai dokumen dan realita sarana dan prasarana yang telah disiapkan oleh lembaga.Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data dalam rangka menjawab fokus penelitian yang ketiga. Berikut adalah pedoman observasi yang peneliti gunakan:

A. Implementasi Strategi Pemasaran

1. Observasi terhadap Produk unggulan lembaga yang dikembangkan dengan melihat dokumen kurikulum dan berbagai dokumen ekstra kurikuler
2. Observasi terhadap besarnya biaya pendidikan dengan memperhatikan rincian data yang dimuat pada majalah PPDB
3. Observasi terhadap lokasi lembaga yang mudah diakses oleh semua wali murid dan masyarakat
4. Observasi terhadap kegiatan promosi lembaga yang telah dilakukan
5. Observasi tentang cara rekrutmen pendidik dan tenaga kependidikan melalui dokumen arsip kepegawaian
6. Observasi terhadap Penyiapan berbagai sarana dan prasarana sekolah yang digunakan untuk proses kegiatan belajar..
7. Observasi terhadap Proses pelayanan lembaga terhadap pengguna jasa pendidikan di berbagai bidang.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 3

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 01

Narasumber : Drs. K.H Muhammad Hasien, M.Pd.I.

Jabatan : Ketua Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Selasa, 21 April 2020

Tempat : Kantor Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember,

No	Peneliti	Informan
1.	Bagaimana sejarah pendirian SD Al Baitul Amien 02 Jember?	Letkol Abdul Hadi menjabat sebagai Bupati Jember selama dua periode yaitu tahun 1968 – 1979. Saat masa jabatannya, beliau melihat kondisi masjid Jami' sulit dikembangkan padahal populasi penduduk Jember semakin meningkat sehingga masjid jami' di pusat kota tidak bisa menampung sebagian besar masyarakat, akhirnya beliau bersilaturrahmi kepada Kyai Ahmad Shidiq dan Kyai jauhari Kencong serta bersama dengan tokoh ulama lain mendiskusikan tentang masalah pendirian masjid baru. Hasil dari musyawarah itu menghasilkan keputusan bahwa akan didirikan masjid baru yang letaknya berseberangan dengan masjid lama yang saat ini digunakan sebagai SD AL Baitul Amien Jember. Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember ini dulunya adalah kantor kawedanan Jember. Pembangunan masjid jami akan ditanggung bersama masyarakat Jember dari hasil panen mereka. Dibangunnya SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan konsistensi yayasan masjid Jami' Al Baitul Amien Jember dalam rangka mengembangakan visi dakwah Islam dan pendidikan yang komprehensif.
2.	Apa alasan yayasan mendirikan SD Al Baitul Amien 02 Jember?	Dari tahun ke tahun jumlah siswa yang mendaftar semakin banyak sehingga tidak mencukupi jika lembaga SD hanya di SD Al Baitul Amien saja, akhirnya kami mendirikan SD AL Baitul Amien 02

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		Jember guna memfasilitasi kebutuhan masyarakat akan pendidikan Islam yang komprehensif.
3.	Dari mana dana untuk mendirikan SD Al baitul Amien 02 Jember?	Dana yang digunakan untuk membangun SD Al Baitu Amien 02 Jember adalah merupakan dana pinjaman dari Bank Muamalat, sehingga kami bisa mengangsur biaya pendirian lembaga pendidikan itu dari uang masuk siswa.
4.	Mengapa yayasan memilih lokasi di Kaliwates? Adakah peluang SD AL Baitul Amien 02 Jember berkaitan dengan lokasi ini?	Kami pihak yayasan membeli tanah sesuai dengan kemampuan finansial yayasan, Alhamdulillah dapat tanah di Jl. Imam Bonjol Kecamatan Kaliwates itu. Kebetulan lokasinya strategis karena di daerah itu juga dekat dengan lembaga sekolah yang lain yaitu MAN 1 Jember. Jadi kemungkinan masyarakat yang berada di wilayah barat (Mangli dan sekitarnya, misalnya putra putri dosen IAIN Jember bisa masuk ke SD Al baitul Amien 02 Jember tanpa harus ke SD Al Baitul Amien yang sekolah induk.
5.	Adakah peluang lain bagi yayasan Al Baitul Amien saat ini?	Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember sedang memproses umat yang secara ideologis ahlus sunnah wal jamaah, sehingga mengupayakan agar masyarakat yang ingin menitipkan putra-putrinya sekolah disini tidak sampai tertolak. Makanya kami berencana untuk membangun SD Al Baitul Amien 03 Jember yang insyaallah letaknya di Sumbersari (wilayah kota Jember bagian timur).
6.	Bagaimana cara yayasan Al baitul Amien untuk menghadapi ancaman di masa depan?	Ancaman bagi sekolah ini adalah sekolah lain yang memberikan biaya pendidikan lebih murah sehingga bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan bahkan adanya kebijakan dari pemerintah yaitu adanya pendidikan gratis. Melihat fenomena seperti itu yayasan tidak tinggal diam, untuk mengatasi semua itu yayasan melakukan wawancara langsung pada saat PPDB dengan calon wali murid baru. Semua calon wali murid yakin dengan pilihan mereka bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah pilihan yang tidak diragukan lagi mutu dan kualitasnya. Dari kejadian inilah pimpinan yayasan sangat optimis bahwa sekolah ini sudah teruji keberadaanya meskipun harus menghadapi kompetitor dengan pendidikan gratis.
7.	Bagaimana cara yayasan melakukan rekrutmen untuk menyeleksi calon pegawai?	Ketua yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember dan tim struktural yayasan melakukan proses perekrutan pendidik dan tenaga kependidikan dengan penyeleksian yang sangat ketat sehigga dipastikan SDM yang tergabung di

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		lembaga ini adalah benar-benar orang-orang yang siap berjihad demi kemajuan pendidikan Islam.
8.	Apa saja tahapan-tahapan dalam seleksi calon pegawai?	Tahapan dalam seleksi calon pegawai yaitu: 1) Tahap pertama adalah seleksi berkas kualifikasi pendidikan calon SDM. 2) Setelah seleksi berkas dinyatakan lulus maka akan masuk dalam tahap berikutnya yaitu tes tulis materi TPA, pengetahuan umum, pengetahuan keislaman dan keterampilan dalam mengoperasikan komputer program microsoft excel, word, dan power point. 3) Tahap berikutnya adalah wawancara dengan ketua yayasan berkaitan dengan alasan masuk/bergabung dengan lembaga Al baitul Amien Jember 4) Praktek kerja selama satu minggu, pada tahap ini calon SDM mengikuti beberapakali uji mikro teaching dan penanganan dalam pengelolaan kelas. 5) Tahap akhir yaitu pengumuman untuk diterima atau tidak sebagai SDM yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 4

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 02

Narasumber : Drs. Didik Sudibwo, M.P

Jabatan : Skretaris Direktur Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Rabu, 22 April 2020

Tempat : Kantor LPA (Yayasan Masjid Al Baitul Amien Jember)

No	Peneliti	Informan
1.	Apa program LPA untuk membuka peluang bagi yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember?	Kami berencana untuk mengembangkan lembaga pendidikan SMA, tapi rupanya agak sulit untuk jenjang itu. Akhirnya kami struktural di yayasan bersepakat untuk membangun SD Al Baitul Amien 03 yang letaknya di Kecamatan Sumbersari, wilayah timur Kota Jember.
2.	Segmen pasar yang seperti apa yang dibidik oleh yayasan masjid Al Baitul Amien Jember?	Yayasan Masjid Al Baitul Amien jember itu namanya sudah dikenal oleh sebagian besar masyarakat jember karena yayasan ini sudah lama berdiri. Program pendidikan yang ditawarkan oleh yayasan juga mengikuti perkembangan zaman dan disesuaikan dengan kebutuhan siswa, jadi masyarakat/wali murid yang datang untuk mendaftarkan anaknya tidak ragu-ragu lagi akan pendidikan yang diterima oleh putra putrinya. Mereka sudah tahu mutu dan kualitas pendidikan yang ada disini jadi meskipun biaya pendidikan yang relatif mahal untuk kalangan tertentu, hal ini tidak menjadi penghambat perkembangan pendidikan yang diselenggarakan oleh yayasan masjid Al Baitul Amien Jember
3.	Bagaimana desain strategi pemasaran yang dilakukan oleh LPA?	Saat menjelang waktu PPDB, LPA selalu membuat brosur PPDB, spanduk, dan banner tentang juknis PPDB sekitar bulan November – Desember setiap tahunnya. Selain itu pihak yayasan juga memberi informasi ini di sela shalat Jumat di masjid Al Baitul Amien Jember agar masyarakat mengetahui

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		bahwa pendaftaran siswa baru segera dilaksanakan. Brosur disebarkan ke unit/lembaga sekolah agar masing-masing lembaga bisa langsung merealisasikan pelaksanaan PPDB
4.	Bagaimana cara LPA memberikan beasiswa kepada siswa yang membutuhkan?	Kami dari LPA menerima data dari sekolah beberapa siswa yang memang membutuhkan bantuan biaya pendidikan. Syarat dari penerima bantuan itu adalah siswa bisa dilihat kemajuan prestasinya sehingga hal tersebut bisa kami buat sebagai promosi lembaga.
5.	Bagaimana peran LPA dalam program pemasaran sekolah terutama saat agenda PPDB?	Saat menjelang waktu PPDB, LPA selalu membuat brosur PPDB, majalah, spanduk, dan banner tentang juknis PPDB sekitar bulan November – Desember setiap tahunnya. Selain itu pihak yayasan juga memberi informasi ini di sela shalat Jumat di masjid Al Baitul Amien Jember agar masyarakat mengetahui bahwa pendaftaran siswa baru segera dilaksanakan. Brosur disebarkan ke unit/lembaga sekolah agar masing-masing lembaga bisa langsung merealisasikan pelaksanaan PPDB.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 5

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 03

Narasumber : H. Muzakki Hidayat, M.M.

Jabatan : Kepala Sekolah SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Kamis, 30 April 2020

Tempat : SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Peneliti	Informan
1.	Apa latar belakang yayasan mendirikan SD Al Baitul Amien 02 Jember	"SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah sekolah yang disetting *fullday school* yang berideologi ASWAJA. Sekolah ini awalnya dibangun untuk membantu wali murid yang sibuk (berkarier) sepanjang hari sehingga tidak memiliki banyak waktu di rumah untuk mendampingi putra-putri mereka. Melihat kondisi seperti ini yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember membangun SD Al Baitul Amien 02 Jember dengan gedung yang representatif supaya anak-anak terfasilitasi di sekolah dan yang tak kalah pentingnya adalah anak-anak memiliki fitrah Islami, santun, berakhlaq mulia, dan berprestasi.
2.	Apa kekuatan yang dimiliki oleh SD AL Baitul Amien 02 Jember?	SD Al Baitul Amien 02 jember juga memiliki guru dan karyawan yang profesional dan berakhlak mulia. Testimoni dan ekspektasi dari walimurid yang membuat sekolah ini berkembang dan yang tak kalah pentingnya adalah prestasi siswa yang unggul diberbagai bidang yang menambah semakin pesatnya kuantitas dan kualitas sekolah ini.
3.	Apa kelemahan yang dimiliki oleh SD AL Baitul Amien 02 Jember?	Beberapa hal yang menjadi kelemahan SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah membangun kekompakan antar guru dan karyawan, faktor ini adalah kunci utama dalam meraih kesuksesan lembaga. Selain faktor tersebut, yang menjadi kelemahan SD Al Baitul Amien jember adalah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		keluar masuknya guru karena mereka berbondong-bondong ikut tes CPNS. Hal ini bisa berdampak pada psikologi siswa yang ditinggalkan, terganggunya proses pembelajaran, ketidakpastian lembaga, serta akan menjadi catatan buruk bagi lembaga karena belum mampu mensejahterakan pendidik dan tenaga kependidikan.
4.	Apa peluang SD AL Baitul Amien 02 Jember?	Saat penerimaan siswa baru ada tahap interiew terhadap calon wali murid, ketika saya tanya "Mengapa bapak/ibu memilih SD Al Baitul Amien 02 Jember?, sebagian besar dari orang tua menjawab ingin menyekolahkan anaknya agar mereka bisa tumbuh menjadi generasi yang kuat, yang sholih dan sholihah, berakhlak mulia, dan bangga sebagai muslim. Rata- rata dari murid baru adalah yang sebelumnya sudah menyekolahkan putra sebelumnya di SD ini.
5.	Bagaimana strategi pemasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember?	Sekolah ini berkembang sangat cepat karena penilaian masyarakat dari mulut ke mulut, serta testimoni dari wali murid alumni siswa dan mereka menyekolahkan anak kedua atau anak ketiga sehingga stategi pemasaran tidak terlalu sulit. Banyak walimurid yang menyampaikan tentang harapan mereka menyekolahkan putra-putrinya di lembaga ini yaitu agar menjadi anak yang berakhlak mulia serta berprestasi yang bagus.
6.	Bagaimana target pasar sasaran SD Al Baitul Amien 02 Jember?	SD Al Baitul Amien 02 Jember berideologikan nahdliyin namun semua siswa boleh sekolah disini, ada juga kok putra/putri dari wali murid yang bercadar, program sekolah kami diperuntukkan bagi semua orang muslim. PPDB di sekolah kami sengaja kami awali yaitu bulan November – Desember agar saat tahun ajaran baru, anak-anak sudah siap seragam, buku, dan hal-hal yang berhubungan dengan kebutuhan sekolah. Secara ekonomi memang kebanyakan yang sekolah disini adalah wali murid yang berpenghasilan menengah ke atas namun ada juga beberapa wali murid yang pas-pasan secara ekonomi namun berkeinginan keras untuk sekolah disini karena ingin anaknya memiliki karakter islam yang kuat dan berprestasi. Bagi wali murid yang merasa kurang mampu dalam biaya pendidikan bisa mengajukan beasiswa ke sekolah.
7.	Bagaimana lembaga bisa	SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai *brand* tersendiri yang membedakan dengan sekolah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	menjelaskanposisi (program pendidikan) kepada pengguna jasa pendidikan?	lainnya, yaitu *Full Day School*dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara komprehensif, serta sangat cocok bagi wali murid yang sibuk dengan pekerjaan mereka tetapi sangat peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anaknya.
7.	Bagaimana pendapat bapak tentang kompetitor dengan sekolah lain yang memiliki visi yang hampir sama dengan sekolah ini?	Persaingan di dalam mempromosikan sekolah itu sudah pasti ada dan persaingan juga terjadi sangat ketat, yang dilakukan oleh lembaga ini dalam mengatasi persaingan adalah dengan mengubah mindset kompetitor sekolah islam sebagai teman dan bahan untuk introspeksi diri serta untuk tetap menjaga kualitas yang dimiliki SD Al Baitul Amien 02 Jember dan terus mengikuti perkembangan yang ada agar sekolah ini tetap bertahan dan lebih maju dari tahun ke tahun.
8.	Bagaimana cara bapak dalam menghadapi persaingan sekolah lain tersebut dan bagaimana solusinya?	1) Membangun kekompakan antar pendidik dan tenaga kependidikan 2) Kerjasama dengan wali kelas dan kurikulum untuk selalu evaluasi program dan proses kegiatan belajar mengajar. 3) Membangun kepercayaan terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas lulusan yang ada yaitu dengan memulai pembinaan pagi jam ke-0 bagi kelas VI dari bulan Juli (awal tahun ajaran) dengan prinsip "**belajar ketika orang lain masih santai dan bangun ketika orang lain masih tidur**". 4) Menjadikan pagi hari sebagai waktu barokah dengan membuat program pembiasaan pagi yaitu ibadah dan muamalah sebelum memulai pembelajaran. 5) Meningkatkan pelayanan pendidikan dengan cara penggunaan perkembangan IT yaitu dengan memberi fasilitas LCD proyektor di setiap kelas dan pemasangan CCTV di setiap ruangan umum untuk melakukan pengawasan yang lebih efektif.
9.	Bagaimana cara sekolah memberikan beasiswa kepada siswa yang membutuhkan?	Siswa yang berprestasi dan memang orang tuanya butuh bantuan biaya pendidikan akan kami ajukan ke yayasan melalui LPA. Setelah itu pihak LPA mengobservasi perkembangan prestasi siswa misalnya dalam bidang tahfidz, apakah anak ini ada perkembangan dalam belajarnya selama kurun waktu tertentu. Jika selama hasil observasi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		perkembangan siswa bagus dan memang memenuhi syarat, kemudian kami memanggil orang tua siswa tersebut untuk menyampaikan tentang beasiswa yang diberikan kepada siswa tersebut.
10.	Apakah ada reward bagi guru?	Prestasi guru saya lihat dari kehadiran ke sekolah, entah itu sakit atau ijin yang penting jika tidak masuk kerja berarti mengurangi prosentase kehadiran. Untuk membina siswa, dan kelengkapan administrasi pembelajaran menjadi penilaian dari wakil kepala kurikulum yang saat ini dipegang pak Hendro.
11.	Apa program sekolah untuk pengembangan kompetensi guru?	saya sering sekali mengikutkan pendidik dan tenaga kependidikan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan, workshop, atau seminar agar mereka selalu mengupgrade diri dan mengembangkan wawasan. Training terakhir di semester ini yaitu bekerjasama dengan KPI (Kualita Pendidikan Indonesia dengan tema "Motivasi Kerja dan Layanan Prima"

IAIN JEMBER

Lampiran 6

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 04

Narasumber : Mochammad Rois, S.Pd

Jabatan : Wakil Kepala Sarana dan Prasarana SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Jumat, 08 Mei 2020

Tempat : SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Peneliti	Informan
1.	Bagaimana kondisi sarana dan prasarana SD AL Baitul Amien 02 Jember?	Sarana dan prasarana di SD Al Baitul Amien 02 Jember bisa dikatakan sangat lengkap dan memadai. Setiap kelas terdapat satu buah AC, satu buah LCD proyektor, dan beberapa fasilitas lain yang sangat menunjang kegiatan belajar mengajar. Di setiap lantai terdapat kamar mandi sehingga memudahkan siswa untuk ke toilet.
2.	Bagaimana pemeliharaan semua sarana dan prasarana sekolah?	Pemeliharaan infrastruktur di kelas menjadi tanggung jawab wali kelas untuk selalu mengingatkan akan pemakaian yang baik dan selalu berhati-hati agar inventaris sekolah bisa awet dan tahan lama
3.	Siapa yang menjadi tim work dengan kepala sarana dan prasarana?	Wakil kepala sarana dan prasarana selalu bersinergi dengan tim cleaning service dalam hal kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekolah agar semua warga sekolah merasa nyaman berada di lingkungan sekolah setiap hari mulai pagi hingga sore hari.
4.	Apa peran sarana dan prasarana sekolah dalam pembelajaran?	Pentingnya sarana dan prasarana sekolah merupakan salah satu sumber pendukung demi menunjang proses belajar mengajar agar pengelolaan kelas dan tujuan sekolah bisa dicapai dengan maksimal.
5.	Bagaimana perawatan sarana dan prasarana sekolah?	Kita selalu bersinergi dengan cleaning servise dan wali kelas dalam pemeliharaan sarana sekolah. jika terjadi kerusakan sarana tersebut saya mengalokasikan biaya pemeliharaan dari dana BOS dan RAPBS

Lampiran 7

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 05

Narasumber : Suhendro Purwanto, S.Pd.

Jabatan : Wakil Kepala Kurikulum SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Minggu, 19 April 2020

Tempat : Kediaman Bapak Suhendro

No	Peneliti	Informan
1.	Apa latar belakang yayasan mendirikan SD Al Baitul Amien 02 Jember?	SD Al Baitul Amien 02 Jember dibangun 2012 karena sebelum itu dari tahun ke tahun banyak siswa yang daftar tetapi ruangan sekolah tidak mencukupi. Tidak perlu menunggu lama, pada tahun 2016 ijin operasional dari pemerintah sudah turun dan 2018 akreditasi pertama mendapat nilai A, waktu itu saya sendiri yang menjadi PLH karena bapak kepala sekolah saat itu tengah melaksanakan ibadah haji.
2.	Apa kekuatan yang dimiliki oleh SD AL Baitul Amien 02 Jember?	Berbicara tentang kekuatan lembaga ini, kalau menurut saya kekuatan SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu sumber daya manusia yang produktif karena sebagian besar masih berusia muda, lokasi sekolah yang strategis, lokasi yang luas, sekolah yang baru berdiri sehingga mudah menanamkan program baru, dan sekolah ini memberi rasa aman bagi wali murid karena mereka bisa mengantarkan putra-ptrinya hingga sampai ke depan kelas masing-masing.
3.	Apa kelemahan yang dimiliki oleh SD AL Baitul Amien 02 Jember?	Akses jalan masuk ke sekolah hanya satu arah sehingga sering menyebabkan kemacetan, gedung hingga lantai tiga sehingga membutuhkan waktu lebih lama dalam pengontrolan setiap pagi, selain itu juga terdapat pemakaman umum yang berada di sebelah masjid, hal ini kadang-kadang membuat siswa jadi cerita horor". Yang tak kalah pentingnya adalah faktor gonta-gantinya guru karena mengikuti tes PNS.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4.	Apa program unggulan SD Al Baitul Amien 02 Jember?	SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai program unggulan yaitu*Full Day School*dengan tujuan agar mencegah pengaruh negatif lingkungan, siswa mendapat ilmu agama dan umum secara terpadu, sehingga pendidikan dan perkembangan anaknya bisa seimbang.
5.	Apakah ada reward bagi guru?	Dalam rangka pemberian reward/penghargaan terhadap prestasi guru ada beberapa indikator yang menjadi penilaian sekolah yaitu absen/data presensi kehadiran kerja, prestasi membina siswa, dan kelengkapan administrasi pembelajaran (lengkap dan on time)". Untuk data kehadiran kerja bisa dilihat dari data ceklock setiap hari, prestasi membina siswa dan kelengkapan serta ketepatan waktu dalam pengumpulan administrasi pembelajaran diserahkan kepada saya, kemudian saya koreksi administrasi tersebut jika ada yang kurang tepat maka akan saya kembalikan lagi kepada yang bersangkutan, setelah direvisi baru dikumpulkan lagi kepada saya, sehingga saya bisa memastikan bahwa masing-masing guru sudah memiliki perencanaan pembelajaran sejak awal semester.

IAIN JEMBER

Lampiran 8

TRANSKRIP INTERVIEW

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 06

Narasumber : Lira fajarwati, S.Pd

Jabatan : Wakil kepala Kesiswaan SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Rabu, 29 April 2020

Tempat : Kediaman ibu Lira Fajarwati, S.Pd.

No	Peneliti	Informan
1.	Apa saja program ekstra kurikuler yang disiapkan oleh WaKa Kesiswaan?	Kegiatan ekstrakurikuler di sekolah bertujuan untuk menggali minat bakat siswa dan untuk mengembangkan potensi siswa agar bisa optimal. Dengan begitu maka ketika ada event perlombaan sekolah bisa langsung mendelegasikan siswa tersebut tanpa harus repot mencari karena sudah sesuai dengan bidangnya. Jumlah ekstra kurikuler di SD Al Baitul Amien ada 24 macam secara detailnya nanti bisa di lihat pada dokumen kesiswaan.
2.	Siapa saja pengampu ekstra kurikuler sebanyak itu?	Guru pengampu ekstra kurikuler diserahkan kepada guru dari luar SDM karena benar-benar untuk mendapatkan hasil yang maksimal kecuali kegiatan ekstra wajib pramuka yang masih melibatkan beberapa guru dari dalam (SDM) dengan syarat mereka memiliki kecakapan khusus di bidang pramuka yang dibuktikan dengan sertifikat KMD (Kursus Mahir Dasar)
3.	Pada hari apa saja ekstra kurikuler itu dilaksanakan?	Ekstra kurikuler dilaksanakan setiap hari Jumat pukul 13.00 sampai pukul 15.30. Waktu dan tempat pelaksanaan ekstra sesuai dengan pengumuman yang telah disampaikan kepada siswa dan guru ekstra.
4.	Ekstra kurikuler apa yang paling banyak diminati oleh siswa?	Ekstra kurikuler yang paling banyak diminati siswa adalah Taekwondo, tari, dan futsal.
5.	Bagaimana proses penjaringan terhadap pemilihan ekstra	Proses penjaringan ekstra kurikuler terhadap siswa yaitu saya menyediakan formulir pilihan ekstra yang ditandatangani oleh wali murid. Masing-

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	kurikuler?	masing siswa hanya boleh memilih satu jenis ekstra saja. Jika mereka ingin pindah ekstra kurikuler harus menunggu saat sudah kenaikan kelas.
6.	Bagaimana peran kesiswaan dalam program PPDB?	Brosur dari yayasan yang kami terima langsung kami sebarkan kepada wali murid, tak lupa brosur itu kami foto dan kami kirim ke semua wali kelas agar wali kelas memposting informasi PPDB itu di grup whatsapp kelas masing-masing, dengan begitu informasi PPDB cepat tersampaikan kepada banyak orang. kegiatan PPDB ini sangatlah singkat, kita biasanya membuka waktu PPDB hanya satu sampai dua minggu saja dan itupun kuota sudah terpenuhi. Sebenarnya selain cara di atas kami panitia PPDB masih ada satu program yang bertujuan jangka panjang yaitu untuk mengenalkan sekolah kami kepada masyarakat umum agar semakin banyak orang yang tahu, yaitu melewati program ABC (Al Baitul Amien Competition). Kegiatan ini adalah kegiatan lomba berbagai bidang yang ditujukan kepada semua siswa TK di Jember. Alhamdulillah dengan adanya program ini semakin banyak jumlah siswa yang berasal dari selain TK Al Baitul Amien

IAIN JEMBER

Lampiran 9

TRANSKRIP INTERVIEW

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 07

Narasumber : Kusnandiono, S.Pd

Jabatan : Kepala Tata Usaha SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Kamis, 30 April 2020

Tempat : SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Peneliti	Informan
1.	Bagaimana pelayanan terhadap wali murid dalam pembayaran SPP?	Wali murid disarankan untuk membayar SPP di bank mengunakan Virtual Account (VA) antara tanggal 1 – 10 tiap bulannya agar mempermudah dalam transaksi. Namun, ada juga petugas TU yang melayani wali murid yang ingin langsung membayar cash di sekolah karena tidak sempat ke bank. Pelayanan terhadap wali murid yang ekstra inilah yang menjadi salah satu kemudahan bagi wali murid sehingga mereka merasa terlayani dengan baik.
2.	Berapa besar biaya SPP setiap bulannya?	Untuk besaran biaya SPP tiap bulan untuk kelas 1 – 3 Rp 700.000, kelas IV RP650.000, kelas V Rp600.000, dan kelas VI 500.000.
3.	Bagaimana peran kepala TU dalam program pemasaran sekolah terutama saat agenda PPDB?	Saya menerima brosur dan majalah dari LPA kemudian brosur dan majalah tersebut saya distribusikan kepada wali murid yang ingin mendaftarkan anaknya. Cara lain berkaitan dengan PPDB yaitu dengan membuat pengumuman lewat grup whatsapp kemudian saya teruskan kepada para wali kelas dengan intruksi supaya wali kelas meneruskan informasi PPDB tersebut dalam grup whatsapp kelas masing-masing.
4.	Apakah ada program khusus dalam mempromosikan sekolah ini?	Promosi kami dalam mencari siswa baru saat tahun-tahun awal berdiri lembaga ini kurang lebih tahun 2012 – 2016 yaitu dengan membagi siswa pendaftar dari SD Al Baitul Amien dengan SD AL

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		Baitul Amien 02. dengan begitu proses PPDB lebih mudah, akan tetapi saat tahun-tahun awal itu kita masih kurang dalam memenuhi jumlah kuota. Kami pun berpikir keras bagaimana caranya supaya lembaga ini dikenal banyak orang akhirnya kami membuat kegiatan ABC (Al Baitul Amien Competition) pada tahun 2014. Kegiatan ABC ini adalah ajang lomba untuk anak-anak TK se Kabupaten Jember. Dengan program ini semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan sekolah ini dan tahun-tahun berikutnya siswa baru dari TK selain TK Al Baitul Amien juga semakin banyak. Bahkan yang paling mengejutkan adalah PPDB dua tahu terakhir ini kami hanya membuka waktu satu sampai dua minggu saja kuota sudah penuh. Jadi saat ini kami tidak begitu repot dalam hal mempromosikan sekolah ini saat kegiatan PPDB.

Lampiran 10

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 08

Narasumber : Muhammad Wafir

Jabatan : Koordinator Cleaning Service SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Rabu, 06 Mei 2020

Tempat : SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Peneliti	Informan
1.	Berapa jumlah cleaning service yang bekerja di sekolah ini?	Kami tim cleaning service ada 8 orang yang dibagi menjadi 2 shift yaitu shift pagi pukul 05.00 – 13.00 dan shift siang pukul 10.00 – 18.00.
2.	Jika dilihat dari jadwal itu, ada beberapa jam waktu transisi, tujuannya untuk apa?	Tiga jam waktu kami untuk koordinasi sebelum peralihan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab kami agar segala sesuatu yang perlu disampaikan oleh cleaning service sift pagi bisa disampaikan kepada sift siang.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3.	Bagaimana pembagian tempat/lokasi yang harus dibersihkan?	Setiap orang bertanggung jawab akan kebersihan 6 ruang kelas. Jadwal pembersihan ruangan tidak dirolling selama satu tahun ajaran untuk memudahkan dalam hal menjaga kualitas pekerjaan masing-masing orang. Kami saling mengingatkan jika ada pekerjaan yang kurang tepat agar di setiap ruangan terjaga kebersihan dan kerapiannya.

Lampiran 11

TRANSKRIP INTERVIEW

PEMASARAN STRATEJIK

SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

Informan : 09

Narasumber : Lidya Yustika

Jabatan : Koordinator Catering SD Al Baitul Amien Jember

Hari/Tanggal : Sabtu, 02 Mei 2020

Tempat : SD Al Baitul Amien 02 Jember

No	Peneliti	Informan
1.	Berapa jumlah tim catering di sekolah ini?	Saya bersama dengan tim sejumlah 4 orang menyiapkan makanan mulai jam 06.00 pagi hingga jam 10.30, kemudian makanan didistribusikan ke masing-masing kelas.
2.	Siapa yang menemani anak-anak makan siang?	Saat ishoma anak-anak makan di kelas ditemani oleh wali kelas agar bisa dikontrol dengan baik. Setelah selesai makan anak-anak mengembalikan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		piring dan beberapa alat makan yang ada di kelas tadi ke dapur.
3.	Apakah ada ahli gizi dalam penyiapan menu makanan?	Penyediaan menu makanan selama satu bulan sudah disiapkan oleh ahli gizi yang ditunjuk oleh yayasan, jadi saya tinggal belanja sesuai menu yang akan dimasak esok hari.
4.	Apakah ada layanan khusus bagi siswa yang alergi terhadap makanan tertentu?	Setiap hari masaknya tidak hanya satu menu karena kami juga melayani anak-anak yang alergi terhadap makanan tertentu, jadi kami menyediakan menu alternatif lain untuk mereka yang alergi.

Lampiran 12

Daftar Nama pendidik dan tenaga kependidikan

No	Nama Lengkap	L/P	Tugas	Tempat, Tgl lahir	Pend. Terakhir
1	H. Muzakki H, S.Ag.,MM	L	Kepala Sekolah	Bondowoso, 14-11- 1976	S2 Tarbiyah
2	Sunarmi, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 7-7-1967	S1 PMP
3	Lydia Yustika	P	Rumah Tangga	Jember, 28-3-1978	SMEA
4	Halimatus Zukhro, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 3 -12 - 1979	S1 Biologi
5	Mochammad Ra'is, S.Pd.I	L	Guru Al-Qur'an	Probolinggo, 13-10-1978	S1 Tarbiyah
6	Anita Adi Susilowati, M.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 22 - 1 -1985	S2
7	Achmad Fauzi, S.Pd	L	Guru Penjas	Jember, 6 - 8 - 1977	S1 PJOK
8	Lira Fajarwati, S.Pd	P	Guru Kelas	Banyuwangi, 18 - 1- 1987	S1
9	Kusnandiono, S.Pd	L	Ka. Tata Usaha	Probolinggo, 14 - 5 - 1984	S1
10	Eka Yuli Ariningsih, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 26 -7-1983	S1 English
11	Nuraini, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 5 - 1 -	S1

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

				1988	Matematika
12	Liyan Sundariyah. S.Pd	P	Guru PAI	Jember, 27 - 2 - 1979	S1 Ekonomi
13	Fifing Espradina, S.Pd	P	Guru Bahasa Ing	Jember, 17 - 6 - 1990	S1 English
14	Mutmainnah, S.Pd.I	P	Guru Kelas	Bondowoso, 3 -12- 1984	S1 PGMI
15	Sudiyah Wati, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 1 -11- 1988	S1 English
16	Fendi Abdul Munir	L	Staf Kebersihan	Jember, 17 -1- 1991	SMK
17	Fathur Rahman	L	Satpam	Jember, 9 -11- 1973	SMEA
18	Muhammad Ma'ruf, S.Pd.I	L	Guru Al-Qur'an	Jember, 5 -2- 1985	S1
19	Mariana Afnany, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 20 -3- 1988	S1 Fisika
20	Muslihati Husein N.A, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 6 -10- 1990	S1 Biologi
21	Suhendro Purwanto, S.Pd	L	Guru Kelas	Bengkulu, 10 - 5-1983	S1 Biologi
22	Eko Nurul Huda Fadekurohmanaji	L	Satpam	Sidoarjo, 18 - 7- 1986	SMA
23	M. Wafir	L	Koordinator Kebersihan	Jember, 2 - 9 - 1992	SMK
24	Mohammad Sofiyan Sahuri, S.Pd.I	L	Guru Al Qur'an	Jember, 6 - 9 - 1985	S1
25	Masruro, S.Pd.I	P	Guru Al Qur'an	Jember, 22 - 3- 1992	S1Tarbiyah
26	Ervin Eko Jayanti, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 1 -12 - 1987	S1 FKIP
27	Friska Husnul Ayu Nurulita, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 27 – 9 - 1991	S1 FKIP
28	Nisaul Husniyah MS, S.Pd.I	P	Guru Kelas	Jember, 3 Juni 1991	S1 PGSD
29	Wiji Rahayu, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 12 Juli 1991	S1 PGSD
30	Faiqkotul Mukaromah. S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 21 – 2 - 1992	S1 PGSD
31	Novita Eka Dewi S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 06 – 11 - 1989	S1 PGSD
32	Fakhrur Rozi, S.Pd.I	L	Guru Al Qur'an	Bondowoso, 28 – 2 - 1988	S1 Tarbiyah

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

33	Novia Badiatun Nafiah, S.Pd	P	Guru Al Qur'an	Jember, 05 September 1994	S1 Tarbiyah
34	Shoviana Eka Qurniawati.,S.Pd.I	P	Guru Al Qur'an	Jember, 29 Mei 1993	S1 Tarbiyah
35	Zainul Fata, S.Pd.I	L	Guru Al Qur'an	Situbondo, 10 – 9 - 1988	S1 Tarbiyah
36	Wardatil Hasanah, S.Pd	P	Guru (B.Arab)	Jember, 08 -1- 1994	S1
37	Yudha Purnama, S.Kom	L	Guru (TIK)	Bondowoso, 17 -8 -1992	S1
38	Muhammad Solihin	L	Kebersihan	Jember, 21 Juni 1994	SMK
39	Saiful Bahri	L	Kebersihan	Jember, 6 Juni 1995	SMK
40	Ahmad Novanto	L	Kebersihan	Jember, 01 – 11 - 1992	SMK
41	Andre Irawan	L	Kebersihan	Jember, 06 Juli 1997	SMP
42	Ellinda Eka Wahyuni, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 20 Juni 1992	S1
43	M. Rizal Bagus Firmansyah, S.Pd.	L	Guru Kelas	Jember, 23 September 1995	S1 PGMI
44	Nur Syamsiah, S.Pd.	P	Guru Kelas	Jember, 18 Januari 1995	S1 PGMI
45	Nur Koyum, S.Pd	P	Guru Pendamping	Jember, 10 Juni 1996	S1 PGMI
46	Dimas Riko Dwi Firmansyah, S.Pd	L	Guru PJOK	Jember, 25 Oktober 1992	S1 PJOK
47	Faisol Ali Saudi, S.Pd	L	Guru Al Qur'an	Jember, 03 – 2 - 1992	S1 PGMI
48	Muhammad Sabiqul Khoirot, S.Pd.I	L	Guru Al Qur'an	Jember, 08 – 2 - 1991	S1 PGMI
49	Erlin Melati Rahayu	P	Petugas Perpustakaan	Jember, 16 Mei 2000	SMK
50	Muhammad Yasin Fadilillah	L	Kebersihan	Jember, 12 Januari 1994	SMK
51	Sumarni	P	Rumah Tangga	Jember, 10 Mei 1981	SD
52	Siti Fatimah	P	Rumah Tangga	Jember, 12 Januari 1980	SD
53	Dewi Lailatul Mubarokah, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 27 Juni 1995	S1 PGSD

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

54	Fatthunia Oryza Ilmi, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 8 November 1991	S1 PGSD
55	Miftahul Jazair, S.Pd	L	Guru Kelas	Jember, 29 Juni 1994	S1 PGSD
56	Muhammad Fauzi, S.Pd	L	Guru Kelas	Jember, 11 Oktober 1984	S1 PGSD
57	Miftahul Ulum, S.Pd	L	Guru Kelas	Jember, 29 Oktober 1990	S1 PGSD
58	Naeni Septianingsih, S.Pd	P	Guru Bahasa Inggris	Jember, 13 – 9 - 1995	S1
59	Abdurrahman Wahid	L	Guru Al Qur'an	Jember, 17 Maret 1991	S1
60	Achmad Fathur Rosi	L	Guru Al Qur'an	Jember, 2 Juli 1992	S1
61	Adi Irawan,S.Pd	L	Guru PAI	Jember, 13 April 1994	S1
62	Ali Khusnan	L	Guru Al Qur'an	Lumajang, 14 – 12 - 1994	S1
63	Dinah Musyafaul Jannah, S.ST	P	Guru Al Qur'an	Jember, 4 Oktober 1994	S1
64	Eno Ayu Damayanti, S.Hum	P	Guru Al Qur'an	Jember,14 Oktober 1995	S1
65	Haiva Zulfaizah	P	Guru Al Qur'an	Jember, 24 April 1998	S1
66	Hoirus Safi'iah, S.Pd	P	Guru Al Qur'an	Jember, 08 Maret 1998	S1
67	Mohammad Fatoni, S.Pd.I	L	Guru Al Qur'an	Jember, 30 April 1992	S1
68	Izza Afkarina	P	Guru Al Qur'an	Jember, 11 – 9 - 1997	S1
69	Mardiana Yuliastutik, S.E	P	Staf Administrasi	Jember, 9 Maret 1986	S1
70	Fian Rahmana Putra	L	Staf Administrasi	Jember, 21 – 2 - 1989	S1
71	Kholila, S.E	P	Staf Administrasi	Probolinggo,23 – 9 - 1995	S1
72	Vanindya Miranda Ananda D.,S.E	P	Staf Administrasi	Jember, 29 Maret 1993	S1
73	Muhammad Abdul Waris	L	Kebersihan	Jember, 18 Juni 1998	S1
74	Suryadi	L	Satpam	Jember, 13 Juli 1985	S1

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

75	Jatimun	L	Waker	Jember, 08 -12 - 1957	SD
76	Momon Budiarto	L	Waker	Jember, 01 – 2- 1970	SD
77	Putri Febriana Indah Wardhani,S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 1 – 2- 1997	S1
78	Muksin, S.Pd	L	Guru PAI	Jember, 12 – 11-1989	S1
79	Elok Wahyu Hariyanti, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 24 Maret 1997	S1
80	Nurdiana Fitriyah, S.Pd	P	Guru Kelas	Jember, 08 – 2 - 1997	S1
Jumlah Laki-laki		**36**			
jumlah Perempuan		**43**			

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DATA PRESTASI

SD AL BAITUL AMIEN 02 (Full Day School) JEMBER

NO	JENIS LOMBA	JUARA	TINGKAT/ LEVEL	TAHUN	NAMA SISWA/I	KELAS	NAMA PELATIH
1	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik (KMNR)	III	Nasional di Bogor	2014	M Fakhruddin Firdausy	I B	Suhendro Purwanto, S.Pd
2	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik (KMNR)	I	Nasional di Bogor	2015	Ghannam Muhammad Az Zubair	I C	Nuraini, S.Pd
3	Lomba Baca Puisi	III	Kab. Jember	2016	Raihana Adibah	V B	Sunarmie, SPd
4	Lomba Tertib Sholat Berjamaah	II	Kec. Kaliwates	2016	1. Naila Zakiatin Nufus 2. Ahmad Ibran Ramadani 3. Adit Arya Maulana 4. M. Zuhair Aurel El Farid 5. Raihana Adibah	IV	Lyan Sundariyah, S.Pd
5	Lomba Tartil	II	Kec. Kaliwates	2016	Nabilatul Fauziyah	V B	Moh. Rois
6	Lomba Pildacil KKG PAI	I	Kec. Kaliwates	2016	Maila Sofia Devi	IV B	Siti Mukjizah, S.Pd.I
7	Musabaqoh Hifdzil Quran	I	Kec. Kaliwates	2016	Ahmad Ilhaq Aditiya	V A	Didit Ghozali

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

8	Lomba Ratu Kebaya	II	Kab. Jember	2016	Meisya Jihan Kalista	IV B	Hermawan*
9	Lomba Sains	I	Kab. Jember	2016	Ghannam Muhammad Az Zubair	III B	Suhendro Purwanto, S.Pd
10	Lomba Matematika	III	Kab. Jember	2016	Ghannam Muhammad Az Zubair	III B	Suhendro Purwanto, S.Pd
11	Musabaqah Tartilul Qur'an Bahana Muharram Masjid Jamik Al Baitul Amien Jember	III	Kab. Jember	2016	Toha Hasan Al Alwan	V B	Moh. Rais
12	Musabaqah Tilawatil Qur'an KKG PAI	III	Kec. Kaliwates	2016	Ahmad Ibran Ramadany	IV B	Fathur Rozi, S.Pd.I
13	Lomba Baca Puisi Islami	I	Kab. Jember	2017	Raihana Adibah	V B	Sunarmie, S.Pd
14	Lomba Pildacil KKG PAI	IV	Kab. Jember	2017	Maila Sofia Devi	IV B	Siti Mukjizah, S.Pd.I
15	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik (KMNR)	IV	Nasional di Bogor	2017	Rafa Agung Fristza Rasendria	II A	Nuraini, S.Pd
16	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik (KMNR)	II	Nasional di Bogor	2017	Ghannam Muhammad Az Zubair	III B	Suhendro Purwanto, S.Pd
17	Lomba Puisi Islami di SMP Al Qodiri Jember	IV	Kab. Jember	2017	Hana Febri Lailatuz Zahra	V A	Sunarmie, S.Pd
18	Hidayatullah Matematic Sains Olympiade (HIMSO)	III	Propinsi Jawa Timur	2017	Ghannam Muhammad Az Zubair	III B	SuhendroPurwanto , S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

19	Top Moeslem Model	I	Kab. Bondowoso	2017	Meisya Jihan Kalista	IV B	Hermawan*
20	Sain Kuark	I	Nasional di Tangerang-Banten	10-11 Juni 2017	Abdullah Ghauts As Siroji	I A	Ervin Eko Jayanti, S.Pd
21	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	I	Provinsi Jawa Timur	2018	Abdullah Ghauts As Siroji	IIA	Elinda Eka W. S.Pd
22	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	II	Provinsi Jawa Timur	2018	Ghannam Muhammad Az Zubair	IVA	Friska Ayu Husnul N., S.Pd
23	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	II	Provinsi Jawa Timur	2018	Reagan Rafif Putra Dewa	IC	Elinda Eka W. S.Pd
24	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	III	Provinsi Jawa Timur	2018	Hanifa Aulia Rasyiddah	IC	Elinda Eka W. S.Pd
25	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	III	Provinsi Jawa Timur	2018	Shafira Azkiya Labiba	IIIA	Mariana Afnany, S.Pd
26	Jember Matematik Sains Revolution (JMSR)	IV	Provinsi Jawa Timur	2018	Qonita Herdin Hanania	IB	Elinda Eka W. S.Pd
27	Pidato Bahasa Arab	I	Kabupaten Jember (de'MOSES MtsN I Jember)	22 Februari2018	Aditya Arya Maulana	VC	Wardatil Hasanah, S.Pd.I

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

28	Puisi Islami	II	Kabupaten Jember (de'MOSES MtsN I Jember)	22 Februari2018	Rayhana Adiba	VIB	Anita Adi Susilowati, M.Pd
29	MTQ	I	KKG PAI KEC. KALIWATES	24 Maret 2018	Alifah Rahmania Roifat	VC	Fathur Rozi, S.Pd.I
30	MTQ	II	KKG PAI KEC. KALIWATES	24 Maret 2018	Ahmad Ibran Ramadhani	VB	Fathur Rozi, S.Pd.I
31	PILDACIL	III	KKG PAI KEC. KALIWATES	24 Maret 2018	Muhammad Amsyarsyah Alfachrizzi	IVC	Hasan Basri, S.Pd.I
32	HIMSO (Hidayatullah Mathematic And Science Olympiad II)	III	Propinsi Jawa Timur	18 Maret 2018	Ghannam Muhammad Az Zubair	IVA	Nuraini, S.Pd
33	LIMSO	III	Propinsi	22 April	Muhammad Adelio	IIB	Friska, S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	(Limas Mathematic And Science Olympiad)		Jawa Timur	2018	Darpa Islam		
34	HIMSO (Hidayatullah Mathematic And Science Olympiad II)	III	Nasional	21 April 2018	Muhammad Adelio Darpa Islam	IIB	Friska, S.Pd
35	LOMBA PIDATO BHS ARAB BAHANA MUHARRAM	I	KAB JEMBER	17 SEPT 2018	ADTYA ARYA MAULANA	VI B	Wardatil Hasanah, S.Pd
36	LOMBA PIDATO BHS ARAB BAHANA MUHARRAM	II	KAB. JEMBER	17 SEPT 2018	RANGGA RAFI	IV B	Wardatil Hasanah, S.Pd
37	LOMBA PIDATO BHS ARAB BAHANA MUHARRAM	IV	KAB. JEMBER	17 SEPT 2018	RATITIA SETA RAMADHANI	VI C	Wardatil Hasanah, S.Pd
38	LOMBA TAHFIDUL QUR'AN SPASI SMP AL BAITUL AMIEN JEMBER	V	KAB. JEMBER	20 OKT 2018	MUHAMMAD FAYU ALFIN	III C	Saiful Bahri
39	LOMBA SMS (Sandi – Morse – Smapure) LOPSSTER VIPRAMUKA MADRASAH ALIYAH AL	I	KAB. JEMBER	8 – 10 NOVEMBER 2018	1. Lovely Namara Mediana 2. Bilqis Nur Maulidina Cipto Putri	VI C VI A VI A	Shinta Dewi Rukmana, S.Pd

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	QODIRI				3. Nayfa Rahida Nugroho		
40	LOMBA FOTOGRAFI LOPSSTER VI (LOMBA PRAMUKA SD-MI- MTS TERAMPIL) MADRASAH ALIYAH AL QODIRI	II	KAB. JEMBER	8 – 10 NOVEMBER 2018	RATITYA SETA RAMADHANI	VI C	M. Rizal Bagus Firmansyah, S.Pd
41	LOMBA JMSC	II	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	NIZHAM RIZQILLAH	I D	Maryana, S.Pd
42	LOMBA JMSC	ARAPAN I	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	M. FIKRI AULIA	I C	Maryana, S.Pd
43.	LOMBA JMSC	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	M. ADELIO DARPA	3 C	FriskaHusnulAyuN, S.Pd
44.	LOMBA JMSC	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	GHANNAM MUHAMMAD	5 C	Nuraini, S.Pd
45.	JMSC (IPA)	II	JAWA -	16	NAJIB ARZAQ	I A	Ervin EkoJayanti,

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

			BALI	DESEMBER 2018			S.Pd
46.	JMSC (IPA)	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	AULIA CARISSA	IB	Ervin EkoJayanti, S.Pd
47.	JMSC (IPA)	HARAPAN I	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	ANANDA ADLI OKA	IB	Ervin EkoJayanti, S.Pd
48.	JMSC (IPA)	II	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	HANIFA AULIA	2 C	Ervin EkoJayanti, S.Pd
49	JMSC (IPA)	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	GALLAN ENDRA	2 B	Ervin EkoJayanti, S.Pd
50.	JMSC (IPA)	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	SABRINA AULIA	2C	Ervin EkoJayanti, S.Pd
51.	JMSC (IPA)	III	JAWA - BALI	16 DESEMBER 2018	SHAFIRA AZKIYA	4 B	EllindaEka, S.Pd
52.	OLIMATE	II	JAWA TIMUR	6 Januari 2019	M. FIKRI AULIA	I C	Maryana, S.Pd
53.	OLIMATE	I	JAWA	6 Januari	NIZHAM RIZQILLAH	I D	Maryana, S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

			TIMUR	2019			
54	OLIMATE	III	JAWA TIMUR	6 Januari 2019	M. ADELIO	3 C	Maryana, S.Pd
55	OLIMATE	HARAPAN I	JAWA TIMUR	6 Januari 2019	M. FAYU ALVIN	3 C	Maryana, S.Pd
56	OLIMATE	II	JAWA TIMUR	6 Januari 2019	GHANNAM MUHAMMAD	5C	Maryana, S.Pd
57	OLISATE	III	JAWA TIMUR	6 Januari 2019	SHAFIRA AZKIYA	4B	Ellinda, S.Pd
58	GRND OPENING TRANSMART (BAHASA INGGRIS)	HARAPAN I	KAB. JEMBER	18 Januari 2019	GHANNAM MUHAMMAD	5C	Anita Adi Susilowati, M.Pd
59	GRAND OPENING TRANSMART (SAINS)	HARAPAN I	KAB. JEMBER	18 Januari 2019	GHANNAM MUHAMMAD	5C	Anita Adi Susilowati, M.Pd
60	O2SN KEC. KALIWATES	I	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Salwa Al Shahirah Wahyudi	3A	Fauzi,S.Pd
61	MIPA/MISO KEC. KALIWATES	HARAPAN 1	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Syakira Anindya Ramadani	5B	SuhendroPurwanto ,S.Pd
62	MIPA/MISO KEC. KALIWATES	III	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Ghannam Muhammad Az-Zubair	5C	SuhendroPurwanto ,S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

63	SAPTA LOMBA KEC, KALIWATES (MTQ PUTRA)	I	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Itsbat Ali Zuhri	4C	M. Rois, S.Pd.I
64	SAPTA LOMBA KEC, KALIWATES (MTQ PUTRI)	JuaraHarapan I	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Aisyah Nadifa Putri	4C	Abdurahmad Wahid
65	SAPTA LOMBA KEC, KALIWATES (MHQ PUTRA)	Juara 2	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Moch. Fayu Alvin Rizky	3C	SaifulBahri
66	SAPTA LOMBA KEC, KALIWATES (PILDACIL PUTRA)	Juara 3	KEC. KALIWATES	30 Januari 2019	Muhammad Amsyarsyah Alfachrizzi	5A	SofyanSauri, S.Pd
67	MIPA/MISO KAB. JEMBER	JUARA Harapan 2	KAB. JEMBER	26 Februari 2019	Ghannam Muhammad Az-Zubair	5C	SuhendroPurwanto ,S.Pd
68.	SAPTA LOMBA KAB. JEMBER (MTQ PUTRA)	JUARA Harapan 2	KAB. JEMBER	26 Februari 2019	Itsbat Ali Zuhri	4C	M. Rois, S.Pd.I
69.	HIMSO (MTK)	JUARA 1	NASIONAL	10 Maret 2019	NIZHAM RIZQILLAH	1D	Maryana, S.Pd
70.	HIMSO (MTK)	JUARA 2	NASIONAL	10 Maret 2019	M. FIKRI AULIA	1C	Maryana, S.Pd
71.	HIMSO (IPA)	JUARA 2	NASIONAL	10 Maret	M. NAJIB ARZAQ	1A	Ervin EkoJayanti,

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

				2019			S.Pd
72.	HIMSO (IPA)	JUARA HARAPAN 1	NASIONAL	10 Maret 2019	SHAFIRA AZKIYA	4B	Ervin EkoJayanti, S.Pd
73.	KMNR	JUARA 2	NASIONAL	28 April 2019	M. ADELIO	3C	Friska, S.Pd
74.	KMNR	JUARA HARAPAN 1	NASIONAL	28 April 2019	NIZHAM RIZQILLAH	1C	Maryana, S.Pd
75.	IAIN	JUARA 2	KABUPATEN	29 April 2019	SHAFIRA AZKIYA	4B	Ervin EkoJayanti, S.Pd
76.	LOMBA Matematika (Transmart)	Juara 2	KABUPATEN	29 April 2019	Sulthan Shaka	3A	Elinda, S.Pd
78.	LOMBA Puisi (Transmart)	Juara Harapan 2	KABUPATEN	27 Mei 2019	Aulia	2A	Anita Adi, S.Pd
79.	LOMBA Pildacil (Transmart)	Juara Harapan 2	SE-KARISIDENAN BESUKI	27 Mei 2019	Aulia	2A	Anita Adi, S.Pd
80.	LOMBA Fashion Muslim (Lippo Plaza)	Juara Harapan 2	KABUPATEN	29 Mei 2019	Aulia	2A	Anita Adi, S.Pd
81.	LOMBA Matematika (Transmart)	Juara 1	KABUPATEN	25 Agustus 2019	Sulthan Shaka	4A	Friska, S.Pd
82.	LOMBA Matematika(Transmart)	Juara 2	KABUPATEN	25 Agustus 2019	M. AdelioDarpa Islam	4A	Ellinda, S.Pd
83.	LOMBA	Juara 1	KABUPATE	25 Agustus	NizhamRizqillahTsaqif	2A	Ellinda, S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	Matematika(Transmart)		N	2019			
84.	LOMBA Matematika(Transmart)	Juara 1	KABUPATEN	25 Agustus 2019	M. FikriAulia	2B	Ellinda, S.Pd
85.	LOMBA Sains(Transmart)	Juara 2	KABUPATEN	25 Agustus 2019	Azzahra	5C	Muslihati, S.Pd
86.	BAHANA MUHARRAM (Adzan)	JUARA Harapan 2	KAB. JEMBER	26 Agustus 2019	Itsbat Ali Zuhri	5B	Sofyan, S.Pd.I
87.	BAHANA MUHARRAM(English)	JUARA Harapan 2	KAB. JEMBER	26 Agustus 2019	Farah	5A	Naeni, S.Pd
88.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	Juara 3	JAWA - BALI	11 September 2019	NizhamRizqillahTsaqif	2A	Ellinda, S.Pd
89.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan 1	JAWA - BALI	11 September 2019	AgninaRidhokaMurtado	1D	Ellinda, S.Pd
90.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan 1	JAWA - BALI	11 September 2019	AdhyastaPranawaRamadhan	1D	Ellinda, S.Pd
91.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan 1	JAWA - BALI	11 September 2019	Louise Priscilla Hidayat	1C	Ellinda, S.Pd
92.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan	JAWA -	11	Queen Nabila	1C	Ellinda, S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		1	BALI	September 2019	DiyasSukma		
93.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan 1	JAWA - BALI	11 September 2019	M. AdelioDarpa Islam	4C	Friska, S.Pd
94.	PHI (PAKET HARI ILMIAH)	JuaraHarapan 1	JAWA - BALI	11 September 2019	AretaPutri Kaila AdikaWijaya	1D	Ellinda, S.Pd
95.	LombaMatematika(Bondowoso)	Juara 2	KABUPATEN	23September 2019	M. FikriAulia	2B	Ellinda, S.Pd
96.	LombaSains(Bondowoso)	Juara 2	KABUPATEN	23September 2019	M. FikriAulia	2B	Ervin, S.Pd
97.	LombaAjangPrestasianakkegeri III (Sains)	Juara I	se-Jawa Bali	23September 2019	M. FikriAulia	2B	Ervin, S.Pd
98	LombaAjangPrestasianakkegeri III (Matematika)	Juara I	se-Jawa Bali	23September 2019	M. FikriAulia	2B	Ellinda, S.Pd
99.	LombaAjangPrestasianakkegeri III (Sains)	Juara I	se-Jawa Bali	23September 2019	M. AdelioDarpa Islam	4C	Ellinda, S.Pd
100.	LombaAjangPrestasianakkegeri III (Matematika)	Juara I Matematika	se-Jawa Bali	23September 2019	M. AdelioDarpa Islam	4C	Friska, S.Pd
101.	Lomba SMP Al BaitulAmien Competition 2019	JuaraHarapan II	KABUPATEN	13 Oktober 2019	ShakiraAnindya	6A	Suhendro, S.Pd
102.	Tryout kecamatantahunajaran	Peringkat I	kecamatan	23	SyakiraAnindyaRamadha	6A	Suhendro, S.Pd

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	2019/2020			Februari 2020	ni		
103.	LombA OLIPA |(OLIMPIADE IPA) tahun 2020	MedaliPerunggu	Kabupaten	1 Maret 2020	SyakiraAnindyaRamadhani	6A	HaivaZulfaizah
104.	LombA OLIPA |(OLIMPIADE IPA) tahun 2020	MedaliPerunggu	Kabupaten	1 Maret 2020	M. AdelioDarpaIslami	4C	HaivaZulfaizah
105.	LombA OLIPA |(OLIMPIADE IPA) tahun 2020	Medali Perak	Kabupaten	1 Maret 2020	NizhamRizqillahTsaqif	2A	Ervin EkoJayanti, S.Pd.
106.	LombaSepak Bola Bedadung CUP 2020 usia 10 tahundan 12 tahun	Harapan 1	Kabupaten	23 Februari 2020	Tim Sepak Bola	-	Dimas Riko, S.Pd.
107.	LombaSepak Bola Bedadung CUP 2020 usia 10 tahundan 12 tahun	PemainTerbaik	Kabupaten	23 Februari 2020	MochammadArkanAlfarezelRifansyah	3C	Dimas Riko, S.Pd.
108.	Lomba HIMSO IV 2020	Medali Perak	Provinsi	8Maret 2020	NizhamRizqillahTsaqif	2A	Ellinda, S.Pd
109.	Lomba HIMSO IV 2020	MedaliPerunggu	Provinsi	8Maret 2020	M. FikriAulia	2B	Ellinda, S.Pd
110.	Lomba HIMSO IV 2020	MedaliPerunggu	Provinsi	8Maret 2020	Elsa Kartika Putri	2B	Ervin EkoJayanti, S.Pd.
111.	Lomba HIMSO IV 2020	MedaliMerit	Provinsi	8Maret 2020	Sulthan Sakha Rasyidulhaq Chandra	4A	Friska, S.Pd
112.	KejuaraanRenangAntarPelajar	Juara III	Provinsi	8Maret	Salwa Al	4A	-

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

	(**KRATON WATERPARK AWARD 2)**			2020	ShahirahWahyudi		

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

No. 35.18.07051

BADAN AKREDITASI NASIONAL
SEKOLAH/MADRASAH

SERTIFIKAT AKREDITASI

Berdasarkan Keputusan
Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah Provinsi Jawa Timur
Nomor: 133/BAN-S/M.35/SK/X/2018, menyatakan bahwa:

Sekolah/Madrasah	:	SDS AL BAITUL AMIEN 02 (FUUL DAY SCHOOL)
NPSN	:	69950481
Alamat	:	JLN. IMAM BONJOL NO 45 A JEMBER, KABUPATEN JEMBER

Terakreditasi A (UNGGUL) dengan Nilai 93

Sertifikat ini berlaku 5 (lima) tahun.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik dengan menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE. Berdasarkan Pasal 11 UU ITE Tahun 2018, tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah

Ditetapkan di Surabaya
Pada tanggal 24 Oktober 2018

Ditandatangani secara elektronik oleh:
Ketua Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah
Dr. Toni Toharudin, M.Sc.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

NILAI AKREDITASI

SDS AL BAITUL AMIEN 02 (FUUL DAY SCHOOL)

No.	Komponen	Nilai
1	Standar Isi	93
2	Standar Proses	93
3	Standar Kompetensi Lulusan	90
4	Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan	93
5	Standar Sarana dan Prasarana	93
6	Standar Pengelolaan	93
7	Standar Pembiayaan	93
8	Standar Penilaian Pendidikan	93
	Nilai Akhir	93

KLASIFIKASI PERINGKAT AKREDITASI:

Klasifikasi	Peringkat	Predikat
91 ≤ Nilai Akhir ≤ 100	A	Unggul
81 ≤ Nilai Akhir ≤ 90	B	Baik
71 ≤ Nilai Akhir ≤ 80	C	Cukup Baik
0 ≤ Nilai Akhir ≤ 70	TT	Tidak Terakreditasi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Biodata Peneliti

Nama	: Entin Rusmartiningsih
NIM	: 0849118025
Tempat lahir	: Banyuwangi
Tanggal Lahir	: 09 September 1983
Alamat Rumah	: Jl Kaca piring III RT 004 RW 027 Gebang Patarang Jember
Email	: entin.virgo@gmail.com
No Telp	: 085258947118

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA
JL. Mataram No. 01 Mangli Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

SURAT TUGAS

No. B.153/In.20/2/PP.00.9/1/2020

Lembaga yang memberi tugas	:	Pascasarjana IAIN Jember
Dosen yang diberi tugas	:	Dr. H. Zainuddin Alhaj Zaini, M.Pd.I. Dr. Zainal Abidin, M.Si
Jenis Tugas	:	Pembimbing Tesis
Nama	:	Entin Rusmartiningsih
NIM	:	0849118025
Prodi	:	Manajemen Pendidikan Islam
Judul Tesis	:	Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Eksistensi Lembaga di SD Al Baitul Amien 02 Jember
Masa Tugas	:	12 Bulan Sejak tanggal ditetapkan
Keterangan lain lain	:	Jika Penulisan Tesis tidak selesai dalam waktu 12 bulan, maka mahasiswa harus memperbarui surat tugas pembimbingan

Ditetapkan di
Jember, 20 Januari 2020
Direktur

Prof. Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A
NIP. 196101041987031006

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA
JL. Mataram No. 01 Mangli Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

Nomor : B. 922/In.20/2/PP.00.9/4/2020

Jember, 9 April 2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan ijin penelitian untuk penyusunan Tesis

Kepada Yth:
Ketua Yayasan Masjid Al Baitul Amien 02 Jember
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama	:	Entin Rusmartiningsih
Tempat/Tgl lahir	:	Banyuwangi, 09 September 1983
NIM	:	0849118025
Prodi	:	Manajemen Pendidikan islam
Jenjang	:	S2
Alamat	:	Jalan Kaca Piring III RT 004 RW 027 Gebang Tunggul Gebang Patrang Jember

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan tesis, agar diizinkan untuk mengadakan penelitian/riset selama kurang lebih 3 Bulan di lingkungan daerah / lembaga wewenang saudara. Penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai :

Pemasaran Stratejik Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember

Atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Direktur,

Prof. Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A
NIP. 196101041987031006

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id Dipindai dengan CamScanner

YAYASAN MASJID JAMI' AL BAITUL AMIEN JEMBER
SD AL-BAITUL AMIEN 02 (FULL DAY SCHOOL)
JEMBER
NSS. : 10.2.05.24.11.011

SURAT KETERANGAN

No : 65-B/SD.ABA-02.FDS/JBR/SK/VI/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: **H. MUZAKKI HIDAYAT, S.Ag.,MM**
Jabatan	: Kepala Sekolah
Unit Kerja	: SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember
Alamat	: Jl. Imam Bonjol 45 A Kaliwates – Jember

Menerangkan bahwa nama di bawah ini :

Nama	: **ENTIN RUSMARTININGSIH**
Jenis Kelamin	: Perempuan
NIM	: **0849118025**
Jurusan	: Tarbiyah
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Semester	: IV (Empat)

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian di lembaga kami dengan judul penelitian "Pemasaran Stratejik SD Al Baitul Amien 02 Jember".

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 Juni 2020
Kepala Sekolah,

H. MUZAKKI HIDAYAT, S.Ag.,MM
NIPA: 00.02.01.003

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

No	Tanggal Penelitian	Kegiatan Penelitian	Paraf Informan
1.	9 April 2020	Observasi sekolah	
2.	16 April 2020	Mengajukan surat penelitian yang ditujukan kepada yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember	
3.	19 April 2020	Wawancara kepada wakil kepala kurikulum tentang kurikulum dan analisis lingkungan internal dan ekstenal sekolah	
4.	21 April 2020	Wawancara kepada ketua yayasan masjid jami' Al Baitul Amien Jember tentang sejarah berdirinya SD Al Baitul Amien 02 Jember, analisis lingkungan internal dan ekstenal sekolah, serta desain strategi pemasaran pendidikan.	
5.	22 April 2020	Wawancara kepada ketua LPA (Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien Jember) tentang fungsi dan program kerja LPA/desain strategi pemasaran pendidikan Al Baitul Amien	
6.	29 April 2020	Wawancara kepada wakil kepala kesiswaan tentang program kegiatan siswa dan program PPDB sekolah	
7.	30 April 2020	Wawancara kepada kepala tata usaha tentang program PPDB dan berbagai dokumen sekolah	
8.	30 April 2020	Wawancara kepada kepala sekolah tentang sejarah berdirinya sekolah, analisis lingkungan internal dan eksternal sekolah, berbagai program sekolah untuk siswa dan guru, dan desain pemasaran sekolah.	
9.	02 Mei 2020	Wawancara kepada kepala catering tentang teknis penanganan makan siang di sekolah dan menu makan siang yang disediakan	

10.	06 Mei 2020	Wawancara kepada kepala cleaning service tentang teknis dan pembagian kerja tim kebersihan sekolah	
11.	08 Mei 2020	Wawancara kepada wakil kepala Humas tentang penyediaan sarana dan prasarana sekolah serta strategi pemasaran sekolah dalam rangka mempersiapkan program PPDB	

Jember, 09 Juni 2020

Ketua Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember

YAYASAN MASJID JAMI' BAITUL AMIEN ★ JEMBER ★

Drs. Muhammad Hasien, M.Pd.I

LANGUAGE CENTER OF IAIN JEMBER
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
Website: www.iain-jember.ac.id / http://unitbahasa.wordpress.com

CERTIFICATE

No. In.25/PP.009/EPT/ 0054 / 1 /2020

This is to certify that

ENTIN RUSMARTININGSIH

Date of Birth: September 9, 1983 **Sex (M/F): M**

MENGESAHKAN
Foto copy sesuai dengan aslinya
No. Register : ...../UPTPB-IAIN Jbr
Jember,
Kepala UPT Pengembangan Bahasa,

H. Moch. Imam Machfudi, S.S., M.Pd. Ph.D.
NIP. 197001262000031002

Achieved the following scores on the
ENGLISH PROFICIENCY TEST

Listening Comprehension	43
Structure and Written Expression	55
Reading Comprehension	45
TOTAL SCORE	477

Administered in: IAIN JEMBER
Test Date:
July 14, 2020

Valid to:
January 15, 2022

The Director of Language Center
IAIN JEMBER,

H. Moch. Imam Machfudi, S.S., M.Pd., Ph.D
NIP. 19700126200001002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA
Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 KodePos: 68136
Website:www.iain-jember.ac.id Email: pps.iainjbr@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: B. 1625/In.20/2/PP.00.9/8/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan ini menerangkan bahwa telah dilakukan cek plagiasi terhadap naskah tesis:

Nama	:	Entin Rusmartiningsih
NIM	:	0849118025
Prodi	:	Manajemen Pendidikan Islam
Jenjang	:	Magister (S2)

dengan hasil sebagai berikut:

BAB	ORIGINAL	MINIMAL ORIGINAL
Bab I (Pendahuluan)	76 %	70 %
Bab II (Kajian Pustaka)	77 %	70 %
Bab III (Metode Penelitian)	81 %	70 %
Bab IV (Paparan Data)	87 %	85 %
Bab V (Pembahasan)	96 %	80 %
Bab VI (Penutup)	99 %	90 %

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian tesis.

Jember, 10 Agustus 2020

an. Direktur,
Wakil Direktur

Dr. H. Aminullah, M.Ag.
NIP. 196011161992031001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Entin Rusmartiningsih
NIM	: 0849118025
Jurusan/Program Studi	: Tarbiyah/Manajemen Pendidikan Islam
Tempat, tanggal lahir	: Banyuwangi, 09 September 1983
Alamat	: Jalan Kaca Piring III RT 004 RW 027 Gebang Tunggul Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul ***Pemasaran Stratejik SD Al Baitul Amien 02 Jember*** adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 04 Agustus 2020

Penulis

Entin Rusmartiningsih