

**MANAJEMEN PEMASARAN MADRASAH
MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN TERAPAN
BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 3 JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

RIMADINI INAS KARIMAH
NIM. 084 143 059

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JUNI 2018**

**MANAJEMEN PEMASARAN MADRASAH
MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN TERAPAN
BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 3 JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

RIMADINI INAS KARIMAH
NIM. 084 143 059

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JUNI 2018**

**MANAJEMEN PEMASARAN MADRASAH
MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN TERAPAN
BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 3 JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

RIMADINI INAS KARIMAH

NIM. 084 143 059

Menyetujui,
Dosen pembimbing:



Dr. Hj. Titiek Rohanah Hidayati, M. Pd.

NIP. 19531011 197903 2 001

**MANAJEMEN PEMASARAN MADRASAH
MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN TERAPAN
BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 3 JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari : Jumat
Tanggal : 29 Juni 2018

Tim Penguji

Ketua



Musvarofah, M.Pd
NIP. 19820802 201101 2 004

Sekretaris



Nino Indrianto, M.Pd
NIP. 19860617 201503 1 006


Anggota :

1. Drs. H. Mursalim, M.Ag
2. Dr. Hj. Titiek Rohanah H, M.Pd

()
()

Menyetujui
Dekan,




Dr. H. Abdullah, S. Ag., M.H.I
NIP. 19760203 200212 1 003

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ (الرَّعد: ١١)

Artinya : “...Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan suatu kaum sebelum mereka merubah keadaan diri mereka sendiri... (Q.S. Ar-rad : 11)*



* Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim dan Terjemahan Makna ke dalam Bahasa Indonesia* (Kudus: Menara Kudus, 2016) 13:11.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Ku persembahkan teruntuk :

Orang Tua ku tercinta, Ibu Musriani dan Bapak Bronto Hadi Busono yang selalu tulus berjuang dan mendoakan.

Saudara sekandungku, Seftian Maulana Assyi'bi dan Salsabila U'layya yang selalu menyayangi dan memotivasi.

Guru-guruku terhormat, yang telah ikhlas mendidik dan membimbing ku sejak di bangku TK, MI, MTs, SMA hingga saat ini.

Dhulur-dhulur Komunitas Seni (KOMSI) IAIN Jember yang telah memberi banyak dukungan dan semangatnya.

Teman-teman seperjuangan kelas MPI C2 angkatan 2014 yang selalu kompak dan saling membantu.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat-Nya, penulis telah diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember*". Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW, yang telah menuntun umatnya menuju jalan kebahagiaan dunia akhirat, dan semoga kita mendapat syafa'atnya di *yaumul akhir* nanti.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku rektor IAIN Jember yang telah memimpin kampus ini dengan baik, sehingga mampu memajukan dan mengembangkan lembaga ini.
2. Dr. H. Abdullah, S.Ag., M.HI selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember yang telah bekerja keras mengembangkan dan memanfaatkan semua potensi demi kemajuan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.
3. Dr. Hj. St. Rodliyah, M.Pd selaku Ketua Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.

4. Nuruddin, M.Pd.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
5. Dr. Hj. Titiek Rohanah Hidayati, M,Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan khususnya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam mengarungi kehidupan di dunia dan di akhirat.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Jember yang telah memberikan wadah dan sumber literatur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Drs. Asyhar, M.Pd.I selaku Kepala MAN 3 Jember beserta jajaran stafnya yang telah berkenan memberikan informasi data yang dibutuhkan sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.
9. Teman-teman dan semua pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu menyelesaikan skripsi ini, yang mungkin tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya kepada penulis sendiri. Akhirnya, semoga segala amal baik pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, mendapatkan balasan yang barokah dari Allah SWT.

Jember, 01 Mei 2018

Rimadini Inas Karimah
NIM. 084 143 059

ABSTRAK

Rimadini Inas Karimah, 2018, *Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Jember.*

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember merupakan salah satu madrasah yang bekerja sama dengan Institut Sepuluh November Surabaya dalam penyelenggaraan Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (Prodistik). Program pendidikan ini selain sebagai wadah pengembangan keterampilan siswa, namun juga menjadi salah satu program yang digunakan sebagai peningkatan kualitas madrasah sehingga pantas untuk dipasarkan dan mencapai daya saing yang maksimal. Madrasah akan dikatakan mampu bersaing apabila memiliki keunggulan. Untuk itu manajemen pemasaran perlu diperhatikan agar dapat difungsikan sebagaimana mestinya.

Dalam hal ini terdapat empat isu utama yang menjadi fokus penelitian yaitu: 1) Bagaimana perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah? 2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah? 3) Bagaimana evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah?. Fokus penelitian tersebut sekaligus menjawab tujuan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan rancangan studi kasus. Penelitian ini dilakukan menggunakan observasi nonpartisipan, wawancara semiterstruktur dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Sedangkan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan 1) Perencanaan yang dilakukan adalah dengan menyusun visi, misi serta tujuan madrasah, madrasah menentukan pasar sasaran yang akan dituju agar tepat memposisikan diri terhadap kebutuhan masyarakat melalui penentuan wilayah kecamatan yang dituju dengan memposisikan sebagai madrasah yang mampu mengembangkan ketrampilan dibidang IT, selanjutnya dengan merancang beberapa program yang unggul mampu memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan seperti Prodistik, Tahfidzul Qur'an dan Bina prestasi, 2) Pelaksanannya dapat terlihat dari beberapa kegiatan pemasaran secara umum yang juga menyertakan program prodistik sebagai program unggulan yang menarik, serta pelaksanaan prodistik secara eksternal seperti mengikuti beberapa perlombaan tingkat provinsi, pelaksanaan tugas akhir yang membawa siswa prodistik untuk berhubungan langsung dengan pihak lain sesuai dengan judul yang diteliti, serta melalui *outcome* yang bermanfaat setelah lulus, 3) Evaluasi yang dilakukan dengan berkelanjutan sesuai *input, process, output* bahkan *outcome*, yang dilakukan setiap tahun.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori.....	18
1. Manajemen Pemasaran Madrasah.....	18
a. Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam.....	18

b. Manajemen Pemasaran	22
2. Daya Saing Madrasah	34
a. Keunggulan Bersaing	35
b. Prodistuk Sebagai Produk Bersaing.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	39
C. Subjek Penelitian	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Analisis Data.....	44
F. Keabsahan Data.....	45
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	46
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	48
A. Gambaran Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah Singkat MAN 3 Jember.....	48
2. Profil MAN 3 Jember.....	50
3. Data Jumlah Siswa MAN 3 Jember	53
4. Data Jumlah Peningkatan Siswa MAN 3 Jember.....	54
5. Data Guru dan Karyawan MAN 3 Jember.....	54
6. Sarana dan Prasarana.....	57

B. Penyajian Data dan Analisis Data	58
1. Perencanaan Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember	59
2. Pelaksanaan Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember	64
3. Evaluasi Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember	69
C. Pembahasan Temuan	75
BAB V PENUTUP	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran – Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Halaman
2.1.	KajianTerdahulu.....	16
4.1	Data Jumlah Siswa 2017/2018	53
4.2	Data Peningkatan Siswa	54
4.3	Data Guru dan Karyawan	54
4.4	Data Sarana dan Prasarana	58
4.5	Matrik Temuan.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Penelitian
4. Jurnal Penelitian
5. Surat Keterangan izin Penelitian
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian
7. Angket Prodistik
8. Angket Penjurusan Prodistik
9. *Job Description* Prodistik
10. Program Kerja Prodistik
11. Dokumentasi Penelitian
12. Biodata Peneliti



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madrasah sebagai organisasi pembelajar merupakan kumpulan dari individu-individu pembelajar yang ada di dalamnya. Madrasah dapat dikatakan sebagai organisasi pembelajar jika memiliki ciri-ciri: (1) Sekolah atau madrasah memberikan kesempatan dan mendorong setiap individu yang ada di dalamnya untuk terus belajar dan memperluas kapasitas dirinya (2) Sekolah atau madrasah merupakan organisasi yang siap menghadapi perubahan dengan mengelola perubahan itu sendiri (*managing change*).²

Sebagai lembaga yang memberikan kesempatan setiap individu untuk terus belajar dan memperluas kapasitas dirinya serta sebagai pengelola perubahan maka madrasah harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan belajar dalam sebuah program pelayanan pendidikan yang tepat. Program pelayanan pendidikan merupakan produk dari madrasah untuk memfasilitasi dan memberikan pelayanan kepada siswa atau konsumen pendidikan, agar tercapai tujuan pendidikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam UU No.20 Tahun 2003 BAB I Pasal I ayat (1):

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan,

² Muhaimin, *Manajemen Pendidikan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 89-90.

akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.³

Perkembangan dalam pendidikan mengharuskan madrasah harus mengintegrasikan diri dengan masyarakat. Elsbree menyatakan bahwa ada tiga faktor yang menyebabkan sekolah harus berhubungan dengan masyarakat, yaitu; (1) faktor perubahan sifat, tujuan dan metode mengajar di sekolah, (2) faktor masyarakat yang menuntut adanya perubahan-perubahan dalam pendidikan di sekolah dan perlunya bantuan masyarakat terhadap sekolah, (3) faktor perkembangan ide demokrasi bagi masyarakat terhadap pendidikan.⁴

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, madrasah dalam mengembangkan lembaga, maka perlu adanya dukungan dan kerjasama antara lembaga dengan masyarakat. Dalam menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat bagian humas yang berperan dan bertanggung jawab dalam menjalin hubungan masyarakat serta dibantu oleh seluruh warga sekolah.

Seperti yang tertera dalam Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2003 BAB XV pasal 54 dijelaskan bahwa peran masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian

³ Syaiful Sagala, *Konsep dan Makna Pembelajaran Untuk Membantu Memecahkan Problematika belajar Mengajar* (Bandung: Alfabeta, 2010), 3.

⁴ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam* (Surabaya: eLKAF, 2006), 106.

mutu pelayanan pendidikan. Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana, pengguna hasil pendidikan.⁵

Hubungan antara madrasah dengan masyarakat merupakan salah satu langkah kongkret dalam menyebarkan informasi dan memberikan penerangan-penerangan untuk menciptakan pemahaman yang sebaik-baiknya di kalangan masyarakat luas mengenai tugas-tugas dan fungsi yang diemban lembaga tersebut. Salah satu tugas penting humas adalah memasarkan lembaganya kepada khalayak atau masyarakat sebagai konsumen pendidikan.

Humas lembaga pendidikan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat sebagai konsumen, lembaga berusaha mencari celah untuk memenangkan pasar dan membangkitkan kesadaran akan merek (*brand awareness*), citra merek (*brand image*), dan citra lembaga (*corporate image*).⁶ Oleh karena itu, lembaga yang hendak bersaing dengan lembaga lain harus memiliki keunggulan bersaing yang baik. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah : 148, yang berbunyi :

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ إِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan

⁵ Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2003.

⁶ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Malang: Erlangga, 2012), 112.

kamu semuanya, sungguh Allah Mahakuasa atas segala sesuatu” (Q.S.Al-Baqarah : 148).⁷

Pada ayat tersebut terdapat kata yang menjadi garis bawah pembahasan ini yaitu “*fastabiqul khairat*” yang berarti berlomba-lomba melakukan kebaikan, mengandung arti yang sangat penting bahwa kata berlomba-lomba adalah saling bersaing mengerjakan suatu hal yang baik. Dalam hal ini dianjurkan setiap kita untuk bersaing dalam kebaikan agar terwujudnya kualitas hidup yang lebih baik dengan usaha yang maksimal. Sehingga peneliti menghubungkan bahwa dalam bidang pemasaran madrasah harus mampu bersaing dalam menawarkan layanan pendidikan yang baik kepada masyarakat sebagai konsumen pendidikan dengan melalui beberapa kegiatan.

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran.⁸ Sehingga produk yang akan dipasarkan oleh lembaga haruslah disesuaikan dengan kebutuhan konsumen pendidikan.

Konsumen yang berada di lingkungan pasar sangat heterogen. Perusahaan atau lembaga tidak akan mungkin dapat melayani dan memuaskan semua kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat bervariasi. Untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim dan Terjemahan Makna ke dalam Bahasa Indonesia* (Kudus: Menara Kudus, 2016) 2:148

⁸ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Malang: Erlangga, 2012), 28.

bersaingnya, madrasah perlu menggunakan menerapkan manajemen pemasaran yang tepat.⁹

Setiap madrasah memiliki program unggulan yang digunakan sebagai alat untuk memasarkan lembaganya, salah satunya adalah program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi disingkat Proditik. Program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi adalah program yang diselenggarakan oleh Institut Sepuluh Nopember Surabaya (ITS) dengan menggandeng beberapa SMA/MA di Jawa Timur, Jawa Tengah dan DIY. Program ini merupakan program setara diploma satu teknik informasi dan komunikasi yang diterapkan di sekolah atau madrasah sebagai tambahan kegiatan keahlian di sekolah. Program ini mendapat respon positif dari banyak pihak internal maupun eksternal sekolah. Selain itu adanya program ini dianggap efektif untuk memasarkan madrasah, hal ini terlihat dari meningkatnya peminat madrasah di MAN 3 Jember ini.

Berdasarkan Surat Perjanjian Kerjasama antara MAN 3 Jember dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Nomor B.338/Ma.13.32.03/Kp.01.05/2017 dan Nomor 1074/PKS/ITS/2017 bahwa demi peningkatan kualitas peserta didik MAN 3 Jember dan peningkatan daya saing, maka MAN 3 Jember perlu mengadakan PRODISTIK bekerjasama dengan ITS Surabaya.¹⁰ MAN 3 Jember merupakan salah satu Madrasah

⁹ Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 80.

¹⁰ Surat Keputusan, tentang Pengelola dan Pengajar Program Pendidikan Keahlian Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK) Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember Periode Tahun Pelajaran 2017/2018

Aliyah yang berstatus Negeri di Jember, yang menerapkan program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi di lembaganya. Dengan adanya program ini peminat madrasah semakin mengalami peningkatan, begitu pula program yang dipasarkan semakin menunjukkan eksistensinya di dalam maupun di luar madrasah.

Selain itu yang menjadi nilai tambah dari MAN 3 Jember ini adalah Madrasah Aliyah yang menyelenggarakan program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi pertama kali di Jember. Hal ini tentu saja sesuai dengan motto madrasah yang saat ini sedang gencar-gencarnya dibunyikan di Indonesia yaitu “Madrasah lebih baik, lebih baik Madrasah”. Dari motto madrasah tersebut diharapkan mampu membuat inovasi yang lebih baik, karena melihat dari salah satu tujuan program prodistik yakni adalah menciptakan *image* masyarakat terhadap madrasah yang digandengnya, diharapkan MAN 3 Jember ini mampu bersaing dengan Madrasah Aliyah Negeri lain yang ada di Jember. Tentunya dengan berbagai program pendidikan unggul lain yang ditawarkan oleh lembaga lain sebagai pesaingnya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, peneliti terdorong untuk mengkaji dan meneliti lebih mendalam tentang **“Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Jember”**.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus penelitian yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik dan operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹¹

Berdasarkan latar belakang diatas fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
3. Bagaimana evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah menemukan, mengembangkan dan membuktikan pengetahuan. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan. Menemukan berarti sebelumnya belum ada atau belum diketahui. Dengan metode

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

kualitatif, maka penelitian dapat menemukan pemahaman luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang kompleks, memahami interaksi dalam situasi sosial tersebut sehingga dapat ditemukan hipotesis, pola hubungan yang akhirnya dapat dikembangkan menjadi teori.¹²

Berdasarkan fokus penelitian di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.
2. Mendeskripsikan pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.
3. Mendeskripsikan evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan penelitian bagi penulis, organisasi terkait, instansi dan masyarakat secara

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 9.

keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹³ Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mewarnai ragam keilmuan pemasaran, karena fakta dan temuan dalam penelitian ini yang ditekankan pada manajemen pemasaran khususnya di lembaga pendidikan perlu dikaji lebih dalam, sehingga kedepannya banyak peneliti yang mengembangkan penelitian terkait judul.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

1) Sebagai wahana dari latihan menulis karya ilmiah dan sebagai bekal untuk penelitian lain yang dilakukan peneliti dimasa mendatang.

2) Menambah pengetahuan peneliti tentang manajemen pemasaran yang dilakukan di lembaga pendidikan dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember khususnya.

b. Bagi MAN 3 Jember

1) Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam pengetahuan mengenai manajemen pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga.

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

2) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi lembaga yang diteliti untuk melaksanakan kegiatan pemasaran madrasah lebih baik lagi.

c. Bagi Lembaga IAIN Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut. Serta akan menambah kualitas mahasiswa dan calon pemimpin atau *manager* sekolah, sehingga dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi bagi seluruh aktivis akademika untuk menggali lebih dalam terkait manajemen pemasaran yang ada di lembaga pendidikan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁴ Dalam hal ini peneliti menuliskan beberapa definisi istilah yang menjelaskan tentang maksud dari judul penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.¹⁵ Manajemen merupakan sebuah proses untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien dengan

¹⁴ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

¹⁵ Oemar Hamalik, *Manajemen Pengembangan Kurikulum* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 27.

melakukan fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pemimpinan dan pengendalian sumber daya organisasi.¹⁶

Pemasaran menurut Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial, baik dari individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran pendidikan menurut John R. Silber adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh.¹⁷

Berdasarkan pengertian di atas manajemen pemasaran merupakan proses mencapai tujuan madrasah dalam mengenalkan madrasah sekaligus menawarkan produk layanan pendidikan kepada masyarakat dengan menfungsikan aktifitas manajemen pemasaran yakni perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada.

2. Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (Prodistik)

Program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi (Prodistik) merupakan program dari Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya yang menggandeng beberapa SMA/MA yang ada di Jawa Timur. Program ini merupakan program yang setara dengan kuliah diploma satu yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang mana kegiatan program ini sama

¹⁶ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta : Media Akademi, 2016), 34.

¹⁷ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, 94.

seperti kuliah setara diploma satu yang diterapkan di sekolah atau madrasah sebagai program keahlian tambahan. Prodistik ini merupakan salah satu program unggulan yang digunakan sebagai produk untuk memasarkan lembaga di MAN 3 Jember dalam meningkatkan daya saing.

3. Daya Saing

Dalam KBBI daya saing merupakan kemampuan makhluk hidup untuk dapat tumbuh (berkembang) secara normal diantara makhluk hidup yang lainnya sebagai pesaing di satu habitat (di satu bidang usaha dan sebagainya).¹⁸ Daya saing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk untuk tumbuh dan berkembang sebuah lembaga pendidikan yaitu MAN 3 Jember secara normal diantara lembaga lain sebagai pesaing lembaga di daerah tertentu.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang di mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.¹⁹ Untuk mempermudah dalam pemahaman maka peneliti menguraikan bab-bab yang terdapat dalam pembahasan ini, adapun suraian istematika pemahasan sebagai berikut:

Bab satu, merupakan bagian pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

¹⁸ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 241.

¹⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

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

Bab tiga, merupakan bab yang membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab empat, merupakan bab yang membahas tentang penyajian data dan analisis yang terdiri dari gambaran objektif penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan.

Bab lima, merupakan bab yang membahas tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Fungsi bab ini adalah memperoleh suatu gambaran dari hasil penelitian, sedangkan saran-saran dapat membantu memberikan saran yang bersifat konstruktif yang terkait dengan penelitian.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan maupun yang belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya).²⁰ Terdapat penelitian terdahulu dalam penelitian ini guna untuk melihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Penelitian tersebut diantaranya:

1. Kuni Fathonah, 2013. Judul penelitian: "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN Sragen".

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua macam strategi pemasaran yang digunakan di MAN Sragen yaitu strategi pemasaran langsung dan tidak langsung. Dengan berhasilnya strategi pemasaran yang telah dilakukan madrasah, dan meningkatnya pelayanan pendidikan di MAN 1 Sragen, maka jumlah animo pendaftar peserta didik meningkat, setiap tahunnya.²¹

²⁰ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45

²¹Kuni Fathonah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN Sragen* (Tesis, IAIN Surakarta, 2016), 129.

2. Anis Humairoh, 2017. Judul Penelitian: “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’ruf Nahdha tul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017”.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat strategi dalam meningkatkan daya tarik *stakeholder* di SMK Ma’arif Kencong Jember yang terbagi menjadi tiga yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik Orang tua siswa SMK Ma’arif Kencong Jember, strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik Siswa SMK Ma’arif Kencong Jember, dan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik dunia usaha dan industri di SMK Ma’arif Kencong Jember. Ketiga strategi yang digunakan adalah berdasarkan strategi segmentasi, targeting dan pemasaran.²²

3. Yuli Anista Marwindah, 2016. Judul Penelitian: “Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pelajaran 2015/2016”.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua cara komunikasi manajemen humas dalam memasarkan lembaganya yaitu pertama komunikasi internal yang berupa tulisan dan lisan secara formal dan non formal, misalnya penyampaian informasi saat kegiatan belajar mengajar dan rapat kepala sekolah, guru serta murid. Secara non formal hanya penyampaian di luar forum resmi dengan tulisan maupun lisan. Kedua, komunikasi eksternal dilakukan dengan komunikasi kepada

²² Anis Humairoh, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’ruf Nahdhtul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017* (Skripsi, Fakultas Tarbbiyah dan Ilmu Pendidikan Jember, 2017), 74.

SMP/MTs, SMA/MA, dan Universitas dalam berbagai bentuk kegiatan, misalnya surat pemberitahuan penerimaan siswa baru di SMP/MTs, kunjungan kepala sekolah dalam rangka promosi, mengadakan try out bersama, lomba-lomba seperti kaligrafi, voly, bahkan mewarnai untuk TK. Sedangkan dengan dunia kerja adalah komunikasi dengan bengkel otomotif sekitar lembaga dan usaha rumahan batik untuk menjadi nilai tambah bekal keterampilan siswa.²³

Adapun Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan, akan tergambar secara rinci dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	2	3	4	5	6
1.	Kuni Fathonah, 2013	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Di MAN Sragen	Sama-sama meneliti tentang pemasaran dan objek diteliti sama-sama tentang pemasaran jasa pendidikan di jenjang MAN	Fokus penelitian, tempat sekolah yang diteliti	a) Strategi pemasaran tidak langsung dengan memanfaatkan media IT. b) Strategi pemasaran langsung melalui kegiatan yang berhubungan dengan pertemuan pemasar

²³ Yuli Anista Marwindah, *Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pelajaran 2015/2016* (Tesis, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, 2016), 114-115.

1	2	3	4	5	6
					<p>lembaga dengan masyarakat.</p> <p>c) Meningkatnya pelayanan pendidikan di MAN I sragen, maka jumlah animo pendaftar peserta didik meningkat, setiap tahunnya.</p> <p>d) Faktor pendukung: tenaga pendidik, adanya website, letak yang strategis, harga relatif murah, adanya nilai agamis</p>
2.	Anis Humairoh, 2017	Strategi pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma'ruf Nahdhtul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017	Objek yang diteliti sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan	Fokus penelitian, tempat objek penelitian yang berbeda	Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik <i>stakeholder</i> menggunakan <i>segmentation, targetting, positioning</i> yang di tujukan pada siswa, orang tua siswa, dan dunia usaha dan industri (DUDI)
3.	Yuli Anista Marwindah, 2016	Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di Madrasah	Objek yang diteliti sama-sama meneliti tentang	Fokus penelitian yang berbeda dan Tempat	a) Komunikasi internal yang berupa tulisan dan lisan secara formal

1	2	3	4	5	6
		Aliyah Negeri (MAN) Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pelajaran 2015/2016	pemasaran jasa pendidikan hanya lebih ke manajemen humas, jenjang sekolah yang diteliti sama.	sekolah yang diteliti.	b) Komunikasi eksternal yang berupa tulisan dan lisan secara non formal

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara mendalam akan semakin memperkuat wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.²⁴

1. Manajemen Pemasaran Madrasah

a. Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam

Madrasah merupakan fenomena modern yang muncul pada awal abad ke-20 di Indonesia. Tumbuhnya madrasah di Indonesia adalah hasil tarik menarik antara pesantren sebagai lembaga pendidikan asli (*indigenusculture/tradisional*) yang sudah ada di satu sisi, dengan pendidikan barat (*modern*) di sisi lain. Madrasah mempunyai karakter yang sangat spesifik bukan hanya melaksanakan tugas pendidikan dan pengajaran agama, tetapi

²⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

mempunyai tugas untuk memberikan bimbingan hidup di dalam masyarakat.²⁵

Program pembangunan madrasah sebagai sekolah agama (*tafaquh fiddin*) senantiasa mendapat tempat dalam kebijaksanaan pendidikan di lingkungan Departemen Agama, karena memang dalam sejarah perkembangan dan didirikannya madrasah adalah sebagai sekolah agama.²⁶ Namun tuntutan perkembangan pengetahuan, teknologi serta globalisasi menjadikan masyarakat tidak lagi puas dengan terpenuhinya kebutuhan yang bersifat intrinsik dari hasil pendidikan madrasah seperti di masa lampau, ketika madrasah hanya mengembangkan misi keagamaan saja.

Hal ini merupakan tantangan bagi para pengelola pendidikan madrasah, karena madrasah tidak saja harus mampu menciptakan manusia-manusia yang matang dalam bidang agama, tetapi sekaligus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang sejajar dengan *output* atau lulusan pendidikan umum.

Terkait hal ini di jelaskan pula dalam firman Allah SWT QS.

Al-Mujadallah Ayat 11 yang berbunyi:

... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

²⁵ Abdul Rachman Shaleh, *Madrasah dan Pendidikan Anak Bangsa* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004), 20.

²⁶ *Ibid.*, 38.

Artinya: “...Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat” (Q.S. Al-Mujadallah : 11).²⁷

Dijelaskan bahwa janji Allah kepada orang-orang yang beriman dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan maka akan ditinggikan derajatnya, sehingga jika dikaitkan dengan harapan madrasah saat ini bahwa selain sebagai wadah pendidikan Islam tetapi juga diharapkan mampu unggul dalam ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan lainnya, agar mampu menghasilkan lulusan yang mampu bersaing di masyarakat luas dengan keseimbangan antara nilai keagamaan dan ilmu pengetahuannya.

Masyarakat memiliki harapan terhadap madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang inovatif, harapan masyarakat yang dimaksud antara lain adalah agar anak mereka rajin ibadah, akhlakul karimah, cerdas, terampil, mandiri, cinta ilmu dan cinta kemajuan. Untuk memenuhi harapan masyarakat tersebut, maka madrasah harus mampu untuk melakukan tiga hal yaitu:²⁸

1) Mencerdaskan (Kognitif)

Dunia sekarang yang menempatkan *competitiveness* sebagai acuan, maka madrasah harus mampu menghasilkan *output* yang dapat bersaing dengan lembaga pendidikan umum.

Madrasah harus mampu memberikan kesempatan berpikir kritis

²⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim dan Terjemahan Makna ke dalam Bahasa Indonesia* (Kudus: Menara Kudus, 2016) 58:11

²⁸ Agus Maimun, *Madrasah Unggul* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 202-204

kepada siswa untuk mengungkapkan ide-ide secara bebas, tidak lagi tersekat oleh pikiran yang persial dan segmentatif.

2) Menerampilkkan (Psikomotorik)

Perubahan masa depan mencakup semua sektor kehidupan, lebih-lebih yang berkaitan dengan dunia kerja. Dengan banyaknya lembaga pendidikan yang memproduksi lulusan secara besar-besaran, menyebabkan terjadinya ledakan tenaga kerja produktif. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka madrasah harus mampu membaca perkembangan zaman. Sesuai perkembangan masyarakat yang kompetitif, madrasah harus mampu memberikan makna secara spiritual, intelektual sekaligus material kepada siswa.

3) Menginternalisasikan (Afektif dan Nilai)

Globalisasi juga mengakibatkan berkembangnya *mass culture* karena pengaruh *mass media*, sehingga kultur tidak lagi bersifat lokal, melainkan nasional bahkan global. Akibatnya terjadi peningkatan heteroginitas nilai dalam masyarakat. Untuk itu madrasah mempunyai tanggung jawab moral untuk tidak saja mentransfer dan memformulasi nilai-nilai lokal dan nasional saja, tetapi juga harus mampu menginternalisasikan dan melestarikan serta menumbuhkembangkan nilai-nilai global yang bersumber dari aspirasi bangsa dunia dimana agama merupakan unsurnya yang paling berpengaruh.

b. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan penggabungan dari kata manajemen dan pemasaran. Manajemen sendiri memiliki berbagai macam definisi. Terry mendefinisikan bahwa manajemen sebagai pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui usaha orang lain.²⁹ Lebih jelas bahwa manajemen adalah suatu proses yang dilakukan agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengaturan serta mempergunakan potensi yang ada baik personil maupun material secara efektif dan efisien.³⁰

Sedangkan pemasaran menurut Kotler adalah usaha atau kegiatan yang menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran. Dalam madrasah, pemasaran didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk *stakeholder* ataupun masyarakat pada umumnya.³¹

Jadi manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menjalankan usaha menyalurkan produk kepada konsumen dengan memerlukan serangkaian fungsi manajemen yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian atau

²⁹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 204.

³⁰ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 204.

³¹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2012), 97.

evaluasi dengan menggunakan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Manajemen pemasaran di madrasah memiliki sedikit perbedaan dengan manajemen pemasaran di perusahaan. Karena pemasaran madrasah berkaitan dengan pendidikan sedangkan pemasaran perusahaan berkaitan dengan bisnis.

Pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat *non profit*. Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.³²

Untuk itu banyaknya program pendidikan yang ada di madrasah perlu untuk dipasarkan agar masyarakat mengetahui dan berminat menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah. Pemasaran yang digunakan dalam pendidikan tidak hanya diasumsikan dalam arti sempit yaitu penjualan akan tetapi juga berorientasi jangka panjang yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen.³³

Menurut Indriyo ada perbedaan konsep pemasaran lama dengan konsep pemasaran baru:

³² Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 334-335.

³³ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 337.

Konsep pemasaran yang baru pada saat ini adalah konsep yang berorientasi pada persaingan. Dalam konsep ini pengusaha berpikir untuk memperoleh posisi persaingan yang lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani konsumen. Jadi dalam konsep ini kita tidak saja hanya berusaha untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya akan tetapi haruslah berusaha pula untuk tampil di mata konsumen secara lebih meyakinkan dan lebih memuaskan dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya.³⁴

Perkembangan selanjutnya terhadap definisi dan konsep pemasaran adalah bagaimana memahami pemasaran sebagai budaya, yaitu seperangkat nilai dan kepercayaan mendasar tentang pentingnya konsumen bagi organisasi. Ini penting untuk mengembangkan kegiatan pemasaran yang menyangkut keunggulan kompetitif perusahaan ataupun lembaga. Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.³⁵

Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam manajemen pemasaran adalah antara lain:

1) Perencanaan Pemasaran

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa pemasaran adalah kegiatan atau pendekatan yang selalu

³⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1998), 132.

³⁵ Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan* (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2001), 1.

berorientasi pada konsumen, oleh karena itu pemasaran hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang dan tujuan yang jelas. Perencanaan pemasaran menyeluruh harus merupakan bagian dari rencana institusional yang paling besar. rencana pemasaran menunjuk pada proses dua arah yang menyeluruh.

Hal pertama yang harus dilakukan dalam membuat rencana pemasaran adalah dengan menentukan visi, misi, tujuan. Penentuan keempat hal ini sangat mempengaruhi bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan nanti untuk memasarkan madrasah.

Langkah yang kedua adalah melakukan analisis ancaman dan peluang eksternal. Lingkungan eksternal sangat kompleks dan selalu berubah-ubah, oleh karena itu madrasah harus mengetahui peluang-peluang dan tantangannya.³⁶ Kotler dan Andreasen menjabarkan lingkungan eksternal menjadi 4 hal yakni meliputi:

- a) Lingkungan publik, yang terdiri dari kelompok atau organisasi yang tertarik pada kegiatan lembaga.
- b) Lingkungan kompetitif, terdiri dari lembaga lain yang bersaing untuk mendapatkan perhatian atau loyalitas dari kelompok sasaran.

³⁶ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 102.

- c) Lingkungan makro, yang terdiri dari kekuatan fundamental berskala besar yang membentuk peluang dan ancaman terhadap lembaga tersebut.
- d) Lingkungan pasar, yang terdiri dari kelompok dan organisasi lain yang bekerja sama dengan lembaga tersebut untuk mencapai visi dan misi mereka.³⁷

Dalam hal ini untuk mengetahui kecenderungan, peluang maupun ancaman eksternal madrasah dapat melakukan konsep *segmentation*, *targetting* dan *positioning* sebagai langkah mendesain strategi pemasaran madrasah.

- a) *Segmentation* pasar menurut Fendi Tjipto yaitu diartikan sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik. Segmentasi pasar merupakan konsep pokok yang mendasari strategi pemasaran perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan program pemasaran.³⁸

³⁷ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 103.

³⁸ Fendy Tjipto, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 211.

- b) *Targetting* merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan.³⁹
- c) *Positioning*, Setelah mengidentifikasi segmen pasar potensial dan memilih satu atau beberapa diantaranya untuk dijadikan pasar sasaran pemasar harus menentukan posisi yang ingin diwujudkan. Yang dimaksud dengan posisi (*Position*) dalam pemasaran adalah cara produk, merek atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi perusahaan para pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.⁴⁰

Madrasah dapat menganalisis perbandingan antara besarnya peluang dan ancaman (risiko) dalam lingkungan eksternal yang dihadapi oleh madrasah dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan. Untuk melakukan perencanaan ini madrasah hendaknya mengetahui segmen pasar utamanya. Sehingga proses analisis tersebut dapat dijadikan bahan informasi yang sangat berharga bagi madrasah dalam memenangkan persaingan.⁴¹

2) Pelaksanaan Pemasaran

Dalam pelaksanaan pemasaran di madrasah hendaknya memperhatikan variabel-variabel yang dapat menarik minat

³⁹ Fendy Tjipto, *Pemasaran Strategik*, 213.

⁴⁰ Fendy Tjipto, *Pemasaran Strategik*, 225.

⁴¹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 104.

konsumen pendidikan. Variabel-variabel tersebut ada yang bisa di kontrol dan ada yang tidak bisa dikontrol. Adapun variabel yang tidak dapat dikontrol antara lain: budaya, kondisi ekonomi, dan kecenderungan sosial. Sedangkan variabel yang dapat dikontrol antara lain: kurikulum atau pelayanan lembaga pendidikan yang cocok dengan lembaga pengguna, lokasi pelayanan, komunikasi dengan siswa, alumni, donatur atau pihak lain yang terkait dengan praktik promosi, dan besarnya dana sekolah yang memungkinkan untuk melayani dengan baik dan efisien.⁴²

Selain adanya variabel yang perlu diperhatikan untuk menarik konsumen pendidikan, Kotler menyebutkan terdapat 7 elemen bauran pemasaran yaitu:

- a) *Product*, merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan preferensi bagi pelanggan, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada customer yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
- b) *Price*, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan.
- c) *Place*, merupakan letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang

⁴² Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 105.

dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

d) *Promotion*, merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan lembaga.

e) *People*, ini menyangkut peran pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah pelanggan.

f) *Physical Evidence*, merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya.

g) *Process*, merupakan penyampaian jasa pendidikan adalah inti dari seluruh pendidikan, kualitas dari seluruh pendidikan, kualitas dari seluruh elemen yang menunjang proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk *circle* dalam merekrut pelanggan pendidikan.⁴³

⁴³ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 343-344.

Kertajaya juga menyatakan bahwa suatu industri jika ingin laku di pasaran juga harus senantiasa mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan (*need*), keinginan (*want*) dan sesuai harapan (*expectation*) dari konsumen. Kenyataan ini juga berlaku untuk madrasah saat ini, karena banyaknya madrasah yang bermunculan maka persaingan akan menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari. Sehingga sekolah harus membuka layanan program-program pendidikan yang menarik sebagai produk yang di tawarkan untuk konsumen, jika tidak maka lambat laun madrasah akan ditinggalkan oleh masyarakat.⁴⁴

Strategi pemasaran dalam proses pelaksanaannya juga memiliki berbagai kegiatan yang menunjukkan sebuah proses promosi dan publikasi madrasah yang memiliki program sebagai produk pendidikan. Cara-cara yang dapat dilakukan dalam kegiatan ini antara lain:

- a) Komunikasi personal atau interpersonal, merupakan komunikasi langsung dua arah antara pemasar dengan konsumen secara perorangan maupun dengan kelompok. Seperti Telemarketing, merupakan proses penawaran yang dilakukan oleh personil sekolah kepada masyarakat yang dianggap prospektif menjadi calon konsumen melalui media telepon. *Customer Service* dan *training*, merupakan bantuan

⁴⁴ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 106

layanan tambahan yang dilakukan oleh personil sekolah yang secara khusus tidak menjalankan fungsi penawaran dan penjualan untuk memberikan penjelasan teknis tentang standar, spesifikasi dan model-model layanan sekolah. *Word of mouth*, merupakan komentar masyarakat baik positif maupun negatif dari seorang atau kelompok orang tua siswa yang telah atau sedang menyekolahkan anaknya di sekolah yang dipromosikan.

- b) Periklanan, merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang dilakukan oleh sekolah untuk memberi informasi, penjelasan atau membujuk masyarakat agar menyekolahkan anaknya di sekolah yang ditawarkan. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara penyiaran, cetakan, internet, pameran, dan surat langsung.
- c) Publikasi, merupakan usaha untuk mendorong perhatian positif terhadap sekolah dan produk-produk unggulannya dengan mengirimkan program-program layanan baru, mengadakan konferensi pers, mengadakan spesial *events* (pameran/*openhuse*) dan mensponsori kegiatan-kegiatan bermanfaat bagi masyarakat.
- d) Peralatan instruksional, dapat dilakukan melalui *website*, *manuals*, *brochures*, *video audiocassetes*, software/CD ROM dan *voice mail*. Sedangkan *Corporate Design* dapat berbentuk logo sekolah pada pin, seragam sekolah, fasilitas dan peralatan

kantor sekolah, keamanan dan kenyamanan sekolah dan atribut lain yang menimbulkan daya tarik.⁴⁵

3) Evaluasi Pemasaran

Evaluasi dapat diartikan sebagai usaha atau kegiatan untuk menentukan nilai suatu program atau kegiatan, sehingga kegiatan tersebut dapat dijalankan atau diteruskan. Evaluasi merupakan langkah mengukur keberhasilan atau kegagalan proses-proses dengan pengukuran standar demi pencapaian misi sebagai masukan bagi pembuatan keputusan berikutnya dari hasil program yang dibuat.⁴⁶

Pada dasarnya evaluasi terbagi menjadi tiga bagian menurut Scoot yakni evaluasi tahap persiapan atau perencanaan, evaluasi *input* meneliti kembali apakah perencanaan cukup lengkap dan mengetahui efektifitas rencana yang telah disusun sebelum berlanjut ke tindakan berikutnya. Evaluasi tahap pelaksanaan yang mengevaluasi sejauh mana pelaksanaan pemasaran, dan evaluasi terhadap dampak atau hasil atas efek yang dihasilkan dari suatu program yang telah dilaksanakan.⁴⁷

Untuk mencapai kontrol yang baik, madrasah membutuhkan informasi-informasi yang cukup akurat dan memadai. Terdapat empat sistem untuk informasi pemasaran organisasi menurut Kotler dan Andreasen yaitu:

⁴⁵ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 348.

⁴⁶ Zainal Mukarom, *Manajemen Public Relation* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 239.

⁴⁷ Zainal Mukarom, *Manajemen Public Relation*, 240

- a) *Internal Record System*, sistem ini meliputi keseluruhan informasi yang berkaitan dengan jumlah siswa pendaftar, biaya pemasaran, calon siswa potensial, segmen pasar, dan sebagainya.
- b) *Marketing Intelligence System*, meliputi serangkaian sumber dan prosedur yang menyediakan informasi tentang perkembangan yang terjadi di masyarakat yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat integen pemasaran dengan memperbaiki kualitas “integen pemasaran” dengan memotivasi kepala sekolah atau bagian pengembangan sekolah untuk menemukan variabel lingkungan pemasaran yang sesuai dengan lembaga yang dipimpinnya.
- c) *Marketing Research System*, terdiri atas desain sistematis pengumpulan, analisis dan pelaporan data, penemuan masalah spesifik.
- d) *Analytical marketing system*, terdiri atas dua perangkat pemasaran dan permasalahan pemasaran.⁴⁸

Dari informasi yang telah dikumpulkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan kontrol dan evaluasi. Terdapat tiga jenis kontrol pemasaran madrasah yang merupakan salah satu jenis organisasi nirlaba, maka kontrol dan evaluasi tersebut

⁴⁸ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 108.

dapat disesuaikan dengan kondisi madrasah. Ketiga jenis tersebut adalah:

- a) Rencana Kontrol Tahunan, meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan tercapai. Alat utamanya adalah analisis penjualan, analisis pangsa pasar, analisis anggaran pemasaran dan penelusuran sikap pasar.
- b) Kontrol Profitabilitas, terdiri dari determinasi profitabilitas yang aktual dari pemasaran yang telah dilakukan misalnya kesesuaian layanan-layanan yang telah ada dengan kebutuhan masyarakat, segmen pasar, saluran promosi, dan sebagainya.
- c) Audit Pemasaran, yang bertujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan pemasaran yang telah diramalkan.⁴⁹

2. Daya saing Madrasah

Madrasah yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi madrasah untuk tetap *survive* di dalam persaingan untuk jangka panjang. Menurut Stevenson dalam tulisan Muhardi, daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan,

⁴⁹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 109.

dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis.⁵⁰

Sedangkan menurut Porter dalam tulisan Muhandi bahwa “*Competitios is at the core of the success of failure of firms*” persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Jadi terdapat dua sisi yaitu, sisi kesuksesan karena persaingan mendorong perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberi layanan terbaik untuk pelanggan, yang kedua adalah sisi kegagalan karena akan memperlemah perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak menghasilkan produk.⁵¹

a. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing seharusnya dipandang sebagai suatu proses dinamis ketimbang hasil akhir. Prosesnya terdiri atas sumber keunggulan, keunggulan posisi, dan prestasi hasil.

1) Sumber Keunggulan

Sumber keunggulan bersaing menunjukkan perbedaan dan keunikannya diantara para pesaing. Sumber keunggulan bersaing itu adalah keterampilan, sumber daya, dan pengendalian yang baik. Keterampilan yang baik memungkinkan organisasi atau lembaga untuk memilih dan melaksanakan strategi yang akan dengan pesaingnya. Keterampilan mencakup kemampuan teknis, manajerial, dan operasional. Sumber daya yang baik

⁵⁰ Muhandi, *Strategi Operasi : Untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 35.

⁵¹ Muhandi, *Strategi Operasi : Untuk Keunggulan Bersaing*, 36.

memungkinkan pembentukan dimensi keunggulan. Serta pengendalian yang dimulai dari proses hingga hasilnya.

2) Keunggulan Posisi

Keunggulan posisi ini dimana yang menjadi letak perbedaan yang menjadi keunggulan dalam berdaya saing sehingga memberikan nilai bagi konsumen pendidikan. Dalam hal ini biaya pendidikan yang dibutuhkan relatif rendah namun mampu memberikan pelayanan yang yang maksimal atau program-rogram pendidikan yang menarik dengan biaya yang standar.

3) Prestasi Hasil

Pada saat keterampilan, sumberdaya, dan pengendalian lembaga pendidikan digunakan untuk memperoleh nilai atau efisiensi biaya maka keunggulan posisi telah menuju pada hasil akhir atau prestasi. Dalam lembaga pendidikan seperti meningkatnya minat serta jumlah pendaftar siswa baru, antusias mengikuti program pelayanan yang ditawarkan sekolah, kepuasan yang dirasakan pelanggan pendidikan selama berada di dalam maupun di luar sekolah dan kesetiaan masyarakat terhadap sekolah.⁵²

⁵² David. W Cravens, *Strategic Management*, terj. Lina Salim (Jakarta: Erlangga, 1996), 31-32.

b. Prodistik sebagai produk bersaing

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa pemasaran yang ada di perusahaan dan madrasah pendidikan itu berbeda. Produk yang dipasarkan dalam pemasaran perusahaan bisa berupa barang maupun jasa, sedangkan produk dalam pemasaran madrasah berupa pelayanan jasa pendidikan atau program-program pendidikan.

Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Kominikasi (Prodistik) merupakan salah satu program unggulan yang digunakan sebagai alat memasarkan lembaga dalam meningkatkan daya saing madrasah. Prodistik adalah program yang di selenggarakan oleh Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (ITS). Tujuannya adalah untuk membekali siswa dengan keahlian Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) agar memiliki daya saing memasuki dunia kerja atau perguruan tinggi pasca lulus dari Madrasah.⁵³

Sebagai program pendidikan tambahan yang setara diploma satu, Prodistik memiliki beban studi sebanyak 25 sks selama 5 semester. Sebaran mata kuliah sebagai berikut:⁵⁴

1) Mata Kuliah dasar TIK

Mata kuliah ini diikuti semua siswa peserta prodistik selama kelas X (semester 1 dan 2), meliputi mata kuliah sistem operasi, MS Word, MS Excel, MS power point, internet, *Basic Design*.

⁵³ Pengantar *Job Description* Prodistik, Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember, 2017

⁵⁴ Angket Prodistik, Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember, TP 2016-2017

2) Mata Kuliah keahlian

Mata kuliah ini diikuti siswa prodistik yang naik kelas XI (semester 3 dan 4). Adapun pilihan program keahlian dan mata kuliahnya yaitu:

- a) Keahlian Perkantoran: MS Acces, Komputer administrasi (MS *Word Advanced*, MS Visio, Komputer Akuntansi (MS *Excel advanced*).
- b) Keahlian Desain Grafis: *Google SketcUp*, *Adobe Photoshop Advanced*, *Corel Draw Advanced*, *Adobe Illustrator*).
- c) Keahlian Editing Video: *Adobe Photoshop Advanced*, *Adobe Premier*, *Adobe Affter Efect*, *3D S Max*.
- d) Keahlian Animasi: *Adobe Photoshop Advanced*, *Adobe Flash*, *Blender 3D Modeling*, *3 S Max*.
- e) Keahlian Programming: MS Acces, *Visual Basic*, *Web Programing*, *Android Programing*.
- f) Keahlian Elektro Robotika: *Basic Microcontroler*, Pemrograman C++, Proyek robotika dg Arduino, *Trouble Shooting*.

3) Mata Kuliah Akhir

Mata kuliah ini diterima oleh siswa prodistik yang naik kelas XII (semester 5), meliputi *Personality* dan *Career Development*, *Final Project* (Tugas Akhir).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁵⁵ Dalam penelitian tentang manajemen pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember ini peneliti menggunakan beberapa teknik dan metode penelitian yang meliputi:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bersifat menggambarkan, menuturkan dan menafsirkan data yang ada dan menghasilkan data deskriptif yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati dan data tersebut bersifat pernyataan.⁵⁶ Jenis penelitian ini adalah *field research* karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari lapangan yaitu MAN 3 Jember.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah lembaga pendidikan yaitu MAN 3 Jember. Madrasah Aliyah Negeri yang terletak di perbatasan kota Jember dengan Lumajang, tepatnya di Jl. Jend. A. Yani No. 76 Telp. 0336 322 267.

Madrasah ini merupakan satu-satunya Madrasah Aliyah Negeri di wilayah

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfabeta, 2015), 3.

⁵⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2015), 9-10.

Jember Selatan, yang mana keberadaan madrasah ini jarang diketahui oleh masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan di Jember. Pertimbangan peneliti melaksanakan penelitian di MAN 3 Jember karena penelitian yang ditekankan pada manajemen pemasaran madrasah melalui Program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi (PRODISTIK) yang pertama kali ada di wilayah Jember.

C. Subjek Penelitian

Tehnik yang digunakan dalam menentukan subjek adalah *purposive*. Menurut Moh Kasiran *purposive* adalah tehnik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu. Penunjukkan sampel didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Kata *purposive* menunjukkan bahwa tehnik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.⁵⁷

Subjek yang peneliti terapkan dalam penelitian ini adalah pihak yang terdiri dari informan. Hal itu dilakukan karena para informan dapat memberikan informasi atas keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan peneliti. Informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepala Madrasah MAN 3 Jember
2. Waka Humas MAN 3 Jember
3. Guru MAN 3 Jember

⁵⁷ Moh. Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2008), 266.

4. Siswa MAN 3 Jember

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknologi pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.⁵⁸ Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Observasi diartikan sebagai pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵⁹ Sedangkan menurut Sugiyono, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengetahui dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan seiring dengan berbagai alat canggih, sehingga benda yang sangat kecil maupun benda yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.⁶⁰

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan observasi non partisipatif. Observasi non partisipatif adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti datang ke tempat penelitian tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Adapun data yang diperoleh dari teknik observasi ini adalah sebagai berikut:

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 224.

⁵⁹ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 158.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 224.

- a. Kondisi objektif penelitian di MAN 3 Jember.
- b. Letak geografis MAN 3 Jember.
- c. Kegiatan yang bersangkutan dengan program pendidikan terapan bidang yang digunakan dalam kegiatan pemasaran lembaga.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penannya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (pedoman wawancara).⁶¹

Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁶²

Data yang diperoleh dari teknik wawancara ini adalah sebagai berikut:

- a. Perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.

⁶¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 170

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 233.

- b. Pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.
- c. Evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁶³

Data yang diperoleh dari teknik dokumentasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Sejarah berdirinya MAN 3 Jember.
- b. Struktur organisasi Kepengurusan MAN 3 Jember.
- c. Data jumlah siswa MAN 3 Jember.
- d. Data Jumlah peningkatan siswa MAN 3 Jember dari tahun pelajaran 2013/2014 sampai 2017/2018.
- e. Data tenaga pendidik dan kependidikan MAN 3 Jember.
- f. Visi dan misi MAN 3 Jember.
- g. Sarana dan prasarana MAN 3 Jember.

⁶³ Djam'ah Satori dan Aan Karomah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 149.

- h. Dokumentasi foto yang berhubungan dengan penelitian pemasaran Prodistik dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data.⁶⁴ Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan model yang disampaikan oleh Milles dan Huberman.

Menurut Miles dan Huberman dalam bukunya Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.⁶⁵ Aktivitas dalam analisis data, yaitu terdiri tiga alur yaitu terjadi secara bersama, reduksi data, penyajian datadan penarikan kesimpulan. Adapun aktivitas dalam analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu suatu bentuk analisis menajamkan, penyederhanaan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan atau suatu bentuk yang tidak perlu dan mengoordinasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan verifikasi.

⁶⁴ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 103

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, 246

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan langkah merancang dengan berkesinambungan terdapat deretan, kolom-kolom sebuah matrik untuk data kualitatif dan menemukan jenis serta bentuk data yang harus dimasukkan dalam laporan selama memperoleh data di lapangan.

3. Verifikasi (Pengarikan kesimpulan)

Menurut Miles dan Huberman verifikasi adalah pengarikan kesimpulan atau verifikasi data. Kesimpulan dalam hal ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti adalah setelah diadakan *cross check* terhadap sumber lain baik melalui wawancara maupun dokumentasi.⁶⁶

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini keabsahan data yang digunakan adalah dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap dua data itu. Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode.

⁶⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 246-247.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah tehnik yang dilakukan peneliti dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dan digunakan untuk dengan maksud melakukan pencarian data yang sama pada sumber yang berbeda. Misalnya, selain menanyakan kepada kepala madrasah peneliti juga perlu mengkonfirmasi pada Kepala Madrasah, Waka Humas, guru, ataupun siswa.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah tehnik yang dilakukan peneliti dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan tehnik yang berbeda. Peneliti menggunakan observasi wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serentak.⁶⁷

G. Tahapan Penelitian

Pada bagian tahapan penelitian ini peneliti menguraikan rencana pelaksanaan yang akan dilakukan dalam penelitian, mulai dari penelitian terdahulu, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.⁶⁸

Dalam penelitian kualitatif ini, penulis menggunakan tiga tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan antara lain:

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 274.

⁶⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

- a. Menyusun rancangan penelitian, yakni menetapkan beberapa hal sebagai berikut: judul penelitian, latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan, metode pengumpulan data.
- b. Menentukan obyek penelitian.
- c. Mengurus surat perizinan.
- d. Menjajaki dan menilai lapangan.
- e. Menyiapkan perlengkapan penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan antara lain:

- a. Memasuki lapangan.
- b. Konsultasi dengan pihak yang berwenang dan yang berkepentingan.
- c. Mengumpulkan data.
- d. Menganalisa data.

3. Tahap Analisis Data (Penulisan Laporan)

Pada tahap ini peneliti menyusun kerangka laporan hasil penelitian.

Kemudian data dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yaitu berupa laporan penelitian dengan mengacu pada pelaporan penulisan karya tulis ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah MAN 3 Jember. Untuk memahami keadaan yang ada di lokasi penelitian dan mendapatkan gambaran yang lengkap terkait objek penelitian, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sejarah singkat MAN 3 Jember

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember lahir dari perjalanan panjang sebuah sejarah lembaga pendidikan formal di Jember. Bermula dari kecermatan analisa dari *the funding father* dan sesepuh yang ada di desa Jombang akan urgensitas makna pendidikan bagi masyarakat, mereka itu antara lain: Bapak Iskandar Tasrif, Bapak M.Thohir Djazuli, Bc.Hk (alm), Bapak M.Fadhil (alm), Bapak Mahali (alm), Bapak H.A lwi Usman (alm) dll. Sehingga sampai berkesimpulan untuk membentuk sebuah Lembaga Pendidikan Islam yang mengakomodasi kepentingan masyarakat dalam mencerdaskan generasi mudanya, sehingga pada tahun 1977 berdirilah lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Islam setingkat SMA di desa Jombang kecamatan Kencong kabupaten Jember yang diberi nama MA ITTIHADYAH . Pada tahun pelajaran 1982 – 1983 MA Ittihadiyah menggabungkan diri dengan MAN Jember (sekarang MAN 1) dengan sebutan MAN Fillial Jember, kemudian berdasarkan terbitnya SK Menteri Agama No.515 A Tahun

1995 alhamdulillah MAN Filial Jember menjadi MAN 3 Jember hingga sekarang.

Pada awal berdirinya (1977-1979) proses KBM berlangsung di Jl. PB. Sudirman timur masjid Al-Huda Jombang, kemudian pindah di Jl Gatot Subroto No 62 Jombang (komplek masjid Darussalam Krajan 1 Jombang) tahun 1979 - 1992. Karena adanya pertumbuhan dan perkembangan murid yang cukup pesat sedangkan lokasi sudah tidak mendukung, maka proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dipindah ke. Jl. Ahmad Yani No. 76 Jombang – Jember mulai tahun 1992 sampai sekarang, dan saat ini baik sarana maupun prasarananya tampak megah dan permanen.

Kini MAN 3 Jember terus melaju untuk mengembangkan potensinya, mengimbangi kemajuan zaman, khususnya bidang pendidikan, serta melakukan pemenuhan tuntutan masyarakat. Program unggulan yang dimiliki MAN 3 Jember adalah keterampilan bahasa dan program komputer, dan Alhamdulillah mulai tahun pelajaran 2013-2014 MAN 3 Jember menambah program baru yaitu Podistik hasil MoU dengan ITS Surabaya, Sehingga siswa lulus dari MAN 3 Jember juga lulus dan memiliki Ijazah D-1 Tehnik Informatika ITS, Selain pengembangan program, memenuhi dirinya pula dengan berbagai sarana prasarana pembelajaran, media pembelajaran berteknologi canggih, dan keragaman program pengembangan kesiswaan, dan program pengembangan profesionalitas guru, serta karyawan. Bahkan

kini MAN 3 Jember memiliki tenaga edukatif yang berlatar belakang S-2 yang cukup signifikan. Ini merupakan salah satu jawaban dari sebuah tuntutan kondisi riil kebutuhan masyarakat akan pentingnya kualitas tenaga pendidik.

2. Profil Madrasah

a. Identitas Madrasah

Nama Madrasah	: MAN 3 JEMBER
Nomor Statistik Madrasah	: 131135090003
NPSN	: 20580293
Alamat Lengkap Madrasah :	
Jalan/Desa/Kelurahan	: Jl. Jenderal Ahmad Yani 76
Jombang	
Kecamatan	: Jombang
Kabupaten	: Jember
NomorTelepon	: (0336)322267
Status Madrasah/Terakreditasi	: Negeri
Waktu Belajar	: Pagi
Tahun Berdiri	: 1977
Tahun Penegrian	: 1995

b. Visi, Misi dan Tujuan MAN 3 Jember

Visi : Terwujudnya lulusan yang cerdas, terampil, beriman, berakhlakul karimah.

Misi :

- 1) Meningkatkan kualitas layanan proses belajar mengajar.
- 2) Meningkatkan kualitas guru, dan tenaga kependidikan.
- 3) Meningkatkan kualitas layanan program ekstra kurikuler.
- 4) Meningkatkan kualitas program penguatan belajar dan pembimbingan.
- 5) Menanamkan nilai-nilai religi, spiritualitas dan moral.
- 6) Mengembangkan kesadaran dan tanggung jawab bermasyarakat dan berbangsa.

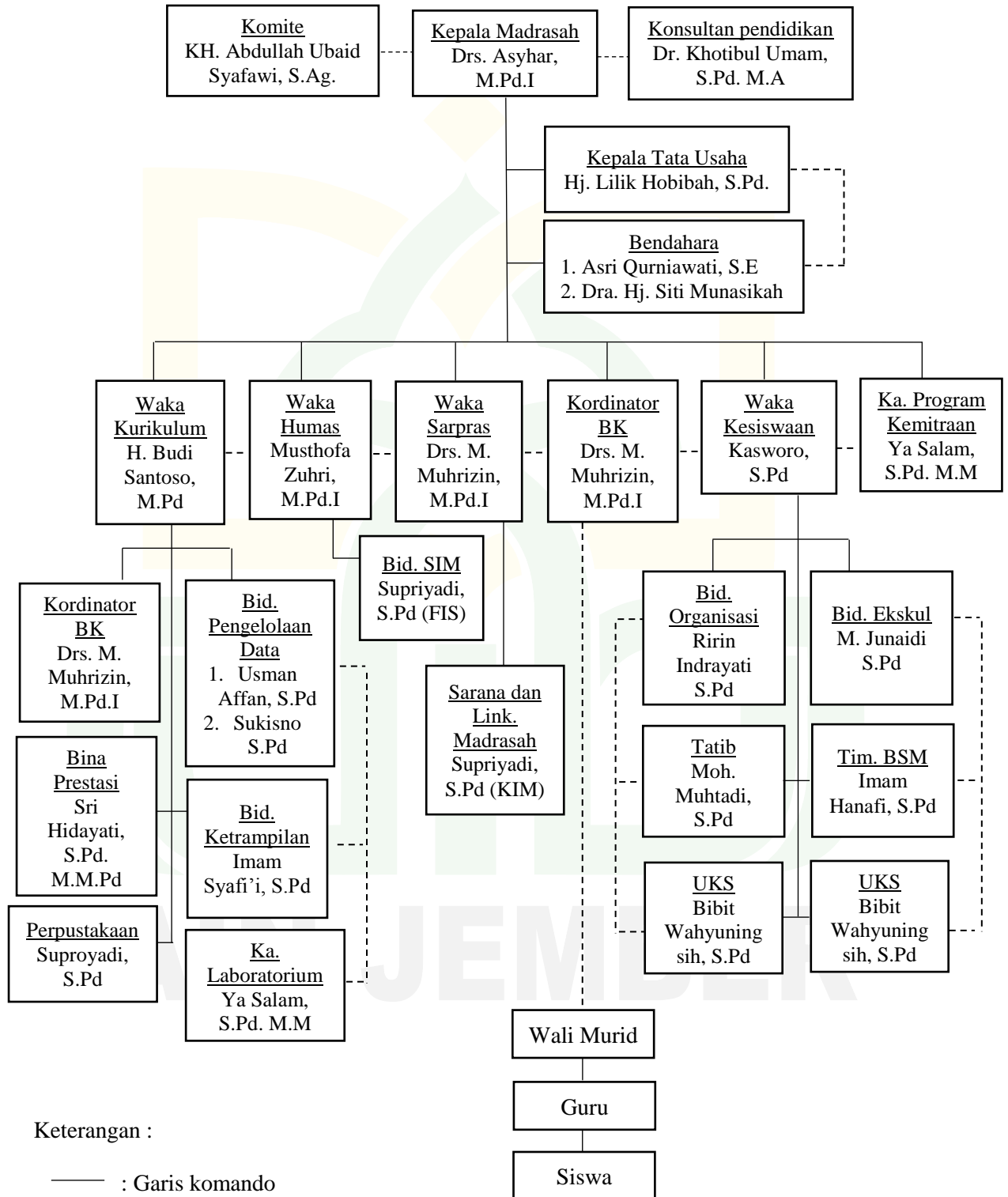
Tujuan :

- 1) Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT sehingga aktif menjalankan ibadah dan amaliah.
- 2) Siswa diharapkan berwawasan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan Iman Taqwa (IMTAQ) secara terpadu.
- 3) Menjadikan MAN 3 Jember sebagai lembaga pendidikan masa depan islami dan penuh dengan harapan.

c. Organisasi Madrasah

Tujuan dibentuknya organisasi madrasah adalah pada dasarnya agar penyelenggaraan manajemen madrasah dapat berjalan dengan teratur, sehingga program yang hendak dijalankan dapat terlaksana sesuai dengan tupoksi. Berikut Struktur organisasi MAN 3 Jember:

Struktur Organisasi
Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember
Tahun Ajaran 2017/2018



3. Data Jumlah Siswa

Tabel 4.1
Data Jumlah Siswa 2017-2018

KELAS	JUMLAH SISWA		
	L	P	JUMLAH
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
10 IPA 1	11	23	34
10 IPA 2	10	26	36
10 IPA 3	10	26	36
10 IPA 4	9	28	37
10 IPA 5	8	28	36
10 IPS 1	14	19	33
10 IPS 2	22	12	34
10 IPS 3	22	13	35
10 IAGA	10	30	40
11 IPA 1	6	29	35
11 IPA 2	10	26	36
11 IPA 3	9	27	36
11 IPA 4	6	31	37
11 IPA 1	14	21	35
11 IPS 2	16	18	34
11 IPS 3	14	20	34
11 IAGA	10	30	40
12 IPA 1	10	22	32
12 IPA 2	11	32	43
12 IPA 3	12	29	41
12 IPA 4	10	32	42
12 IPS 1	12	25	37
12 IPS 2	10	25	35
12 IPS 3	16	22	38
12 IAGA	10	30	40
JUMLAH	292	624	916

4. Data Jumlah Peningkatan Siswa

Data peningkatan siswa selama 6 periode terakhir:

Tabel 4.2
Data Peningkatan Siswa

Tahun	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
20013/2014	239	192	202	633
2014/2015	289	234	192	715
2015/2016	315	278	223	816
2016/2017	288	312	271	871
2017/2018	321	286	309	916

5. Data Guru dan Karyawan

- a. Guru PNS : 31
- b. Guru Non PNS : 18
- c. Struktural/JFU PNS : 6
- d. Struktural/JFU Non PNS : 10

Tabel 4.3
Data Guru dan Karyawan

No	NAMA	NIP	JABATAN
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1	Drs. Asyhar, M.Pd.I.	19670424199703100	Kepala Madrasah
2	Dra. Sri Nurhayati	196304151992032001	Guru Madya mapel Sosiologi
3	Ya Salam, S.Pd	197001011997031002	Guru Madya mapel fisika
4	Ririn Indrayati, S.Pd.	197209171998032002	Guru Madya mapel PKn
5	Sri Hidayati, S.Pd.,M.M.Pd.	197103152000122001	Guru Madya mapel Kimia

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
6	I.Musthofa Zuhri, S.Ag.,M.Pd.I	197201012002121006	Guru Muda mapel AlQur'an Hadits
7	Drs.Muh. Muhrizin, M.Pd.I	196903302003121001	Guru Muda mapel BK
8	Supriyadi, S.Pd.	197209212003121002	Guru Muda mapel Fisika/TIK
9	Siti Nurfadilah, S.Ag	197110292000032002	Guru Muda mapel Fiqih/SKI
10	Imam Hanafi, S.Pd.	196805162005011001	Guru Muda mapel B.Indonesia
11	Budi Santosa, S.Pd.	197210102005011005	Guru Muda mapel PKn
12	Luthfi Mawaddah, S.Pd.	197708222005012008	Guru Muda mapel B.Ingggris
13	Bibit Wahyuningsih, S.Pd.	19800605200501200	Guru Muda mapel Biologi
14	Dina Sofia, S.Pd.	198103042005012002	Guru Muda mapel B.Indonesia
15	G. Aris Sulistiyorini, S.Pd.	197008312005012004	Guru Muda mapel Ekonomi
16	Siti Tri SutartiI, S.Pd	197211142005012003	Guru Muda mapel Matematika
17	Kasworo, S.Pd.	197204162006041008	Guru Muda mapel Kimia
18	Mokhammad Junaidi, S.Pd.	197401232006041008	Guru Muda mapel Penjaskes
19	Moh. Muhtadi, S.Pd	197001012005011005	Guru Muda mapel Penjaskes
20	Asri Purwaningsih, S.Pd.	197810052006042019	Guru Muda mapel Fisika
21	Dra. Siti Munasikah	196407142007012019	Guru Muda mapel B. Indonesia
22	Eli Rachmawati, S.Pd	198310252005012002	Guru Muda mapel Matematika
23	Dra. Sri Suharwati	196706082007012024	Guru Muda mapel B. Indonesia
24	Supriyadi, S.Pd	197203092007101003	Guru Muda mapel Kimia
25	Heni Hidayati, S.Pd.	197904082007102002	Guru Muda mapel Biologi
26	Imam Syahroni, S.Pd.	198309202009011007	Guru Pertama mapel Matematika

1	2	3	4
27	Zidni Ilma, S.Ag	197701202007102003	Guru Pertama mapel B. Arab
28	Dra. Sholihah	196909172007102001	Guru Pertama mapel Aqidah Akhlak
29	Ismail, S.Pd.I	196208042007011015	Guru Pertama mapel SKI
30	Siti Nur Hasanah	197412172014112001	Guru Fiqih
31	Imam Syafi'i	196708202014111001	Guru Prakarya
32	Nadiyah Elmida, S.Pd	-	Guru Sejarah
33	Suhartatik, S.Pd.	-	Guru Fiqih
34	Usman Affan Irdo'I, S.Pd	-	Guru Fisika
35	Sukur Pribadi, S.Pd.	-	Guru Geografi
36	Aliman, S.Pd.I	-	Guru Tafsir
37	Abdul Jalil, S.Pd	-	Guru Bahasa Inggris
38	Banuri, SS.S.Pd	-	Guru Sejarah
39	M. Ilham Jauhari Dwindaru, S.Pd	-	Guru Bahasa Inggris
40	Andik Isa Ansori, S.Pd	-	Guru Geografi
41	Mas Utomo Effendi, S.Ko	-	Guru Ketrampilan
42	Makrus Nur Ansori, A.Md	-	Guru Ketrampilan
43	Ari Ramdhan Singgih, S.Pd	-	Guru Kesenian
44	Siska Anggun Puji Lestari, S.Pd	-	Guru Matematika
45	Uluf Fiad Remdani	-	Guru Matematika
46	Muhamma d Fahrur Rozi, S.Pd.I	-	Guru Bahasa Arab
47	Agustin Jannatul Illyah, S.Pd.I	-	Guru Bahasa Arab
48	Fina Aunul Kafi, M.Pd.	-	Guru Bahasa Arab
49	Muhammad Abdul Aziz, S.Kom	-	Guru Ketrampilan
50	Lilik Khobibah, S.Pd	196508211991032003	Struktural Kaur Tata Usaha
51	Suryanto, SE	197112052007011025	Struktural JFU Pengelola BMN
52	Asri Qurniawati, SE	198007172007012025	Struktural JFU Bendahara

1	2	3	4
53	Sri Mujayati	198011092007012017	Struktural JFU Penyusun Program Struktural Anggaran dan Pelaporan
54	Muhammad Mukhsyir	197106032009011007	Struktural JFU Pengelola Bahan Kepegawaian dan Ketatalaksanaan
55	Mashuri	196910052014111003	Struktural Tenaga Teknis/ Administrasi
56	Sukisno, S.Pd	-	TU Bagian Kurikulum
57	Heri Suprianto	-	TU Bagian Umum
58	Rani Purwasih, S.Pd.I	-	TU Bagian Kesiswaan
59	Zam Zam Hajaroh, S.Pd.I	-	TU Bagian Perpustakaan
60	Nur Aromi	-	Cleaning Service
61	Erli Suryaningsih	-	Cleaning Service
62	Dawam Sutikno	-	Satpam
63	Gilang Dwi Bagus Cahyono	-	Satpam
64	Suheri	-	Penjaga Malam
65	Supriyo	-	Penjaga Malam

6. Sarana dan Prasarana di MAN 3 Jember

Luas Tanah : 7.104 M²

Luas Bangunan : 3.258 M²

Sarana Pendukung Kegiatan Belajar Mengajar:

Tabel 4.4
Sarana dan Prasarana

No	Jenis Ruangan	Kondisi (Unit)		
		Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Ruang Kelas	22	0	3
2	Ruang Kepala Sekolah	1	0	0
3	Ruang Guru	1	0	0
4	Ruang Laboratorium IPA	0	1	0
5	Ruang Lab. Bahasa dan Komputer	2	0	1
6	Ruang Lab. Bahasa	0	0	1
7	Ruang Perpustakaan	1	0	0
8	Ruang UKS	1	1	0
9	Ruang Keterampilan	1	0	0
10	Ruang Kesenian	0	0	0
11	Ruang Toilet Guru	4	0	0
12	Ruang Toilet Siswa	8	2	2

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Sebagai lembaga pendidikan yang memiliki produk berupa program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi, terdapat beberapa penerapan fungsi manajemen pemasaran yang diterapkan oleh Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember demi tercapainya tujuan pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing melalui Prodistik.

Sehubungan dengan hal tersebut peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dan mendukung fokus penelitian. Maka pada penyajian data dan analisis data akan dipaparkan secara runtut dan terperinci tentang obyek yang diteliti.

1. Perencanaan Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Pertama kali yang dilakukan dalam pemasaran madrasah adalah dengan membuat perencanaan, seperti yang dikemukakan oleh Bapak

Asyhar selaku Kepala Madrasah MAN 3 Jember:

“Sebelumnya saya kurang sependapat dengan istilah pemasaran dalam madrasah, karena yang menjadi objek ini bukan sebuah perusahaan melainkan madrasah, mungkin lebih tepatnya adalah publikasi. Perencanaan publikasi dilakukan dengan pembagian tiga jangka waktu, yaitu jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Sehingga yang akan dilakukan setiap lima tahunnya, setiap satu tahun sekali dan bahkan setiap harinya itu kami rencanakan dalam rapat tahunan. Mulai dari penyusunan visi, misi dan tujuan, sosialisasi turba, mengadakan kegiatan try out bersama, hingga publikasi secara rutin di media sosial maupun cetak, selain itu peran alumni juga sangat penting dalam mempromosikan madrasah ini.”⁶⁹

Hal ini juga senada dengan pernyataan Bapak Musthofa Zuhri selaku Waka Humas MAN 3 Jember pada saat wawancara menyatakan sebagai berikut :

“Dalam pemasaran madrasah ini yang dilakukan pertama kali adalah dengan merencanakan pemasaran secara umum yang dilakukan pada rapat tahunan yang nantinya akan tertuang dalam Rencana Kerja Madrasah (RKM). Dalam perencanaan pemasaran terbagi menjadi tiga yaitu pemasaran jangka panjang, pemasaran jangka menengah dan pemasaran jangka pendek. Pemasaran jangka panjang ini berlaku 5 tahun sekali, adalah dengan merancang visi, misi serta tujuan madrasah yang akan menjadi pokok utama untuk selalu disampaikan kepada masyarakat. Penyusunan visi, misi dan tujuan madrasah ini dilakukan setiap lima tahun sekali sebagaimana mestinya. Kemudian adalah perencanaan jangka menengah, yakni pemasaran yang dilakukan setiap satu tahun sekali, atau yang

⁶⁹ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

biasa dilakukan madrasah ketika mendekati penerimaan peserta didik baru. Misalnya seperti mengadakan *try out* bersama tingkat SMP/MTs, mengadakan sosialisasi langsung ke sekolah atau madrasah (Medium Turba) dan lain-lain. Selanjutnya yang terakhir adalah perencanaan pemasaran jangka pendek. Pemasaran jangka pendek ini adalah pemasaran yang akan selalu dilakukan setiap harinya, sehingga tidak ada batasan waktu, yang dilakukan dalam hal ini adalah seperti melakukan penyampaian prestasi dalam kejuaraan lomba-lomba di media sosial (Facebook, Instagram, dan web madrasah), Radar Jember, dan yang paling penting adalah dengan melibatkan seluruh *stakeholder* madrasah untuk ikut serta memasarkan madrasah hal ini kami menyebutnya *system sell*.⁷⁰

Jadi dalam merencanakan pemasaran di madrasah ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu pemasaran jangka panjang, pemasaran jangka menengah dan pemasaran jangka pendek. Yang mana langkah awal yang pasti dilakukan adalah dengan penyusunan visi, misi dan tujuan madrasah yang dilakukaan setiap lima tahun sekali.

Kemudian terkait dengan bagaimana madrasah merencanakan Pemasaran madrasahnya melalui program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi Kepala madrasah MAN 3 Jember Bapak Ahsyar menjelaskan sebagai berikut :

“Dalam merencanakan pemasaran madrasah melalui prodistik ini sebenarnya dalam setiap pemasaran secara umum kami juga mengenalkan program ini. Namun secara jelasnya pemasaran madrasah melalui prodistik ini dengan melalui jalur prestasi anak mengikuti berbagai perlombaan, melalui penelitian peserta prodistik di berbagai tempat (puskesmas, lembaga pendidikan, PT, CV, Koprasi dan lain-lain) untuk memenuhi tugas akhir kuliah prodistiknya, kemudian yang ketiga adalah dengan *skill* siswa prodistik yang banyak di terapkan setelah lulus dari madrasah. Selain itu karena prodistik ini seperti halnya program kuliah maka kami juga menyelenggarakan wisuda, yang mana

⁷⁰ Musthofa Zuhri, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018.

juga dihadiri pihak luar sekolah, tentunya ini juga akan menjadi kegiatan pemasaran madrasah.”⁷¹

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara kepada salah satu guru sekaligus Kepala Prodistik di MAN 3 Jember yaitu Bapak Yasalam yang lebih fokus pada pemasaran prodistik agar siswa di madrasah mengikuti prodistik, namun hal ini juga beresensi pada perencanaan pemasaran madrasah, beliau menyatakan terkait pemasaran prodistik sebagai berikut:

“Program prodistik juga perlu dipasarkan kepada intern terlebih dahulu, karena Prodistik MAN 3 Jember bukan hanya berorientasi pada *output* saja tetapi juga *outcome*. Sehingga setelah anak mendapat ilmu IT diharapkan anak mampu menghasilkan produk yang akan bermanfaat sesuai dengan gambaran *outcome* yang jelas. Gambaran *outcome* disini adalah mampu menjuarai berbagai perlombaan, melanjutkan kuliah dengan kemampuan IT yang telah dibekali dan melanjutkan kerja setelah lulus jika anak prodistik tidak melanjutkan pendidikannya. Kemudian setelah prodistik sudah memiliki *outcome* yang baik, arah selanjutnya prodistik akan mampu memasarkan madrasah ini kepada masyarakat *ekstern*.”⁷²

Selanjutnya dalam perencanaan pemasaran madrasah akan menentukan kecenderungan pasar pendidikan dan peserta didik yang akan dipilih, berikut penjelasan dari Bapak Asyhar:

“Kalau wilayah yang menjadi sasaran madrasah ini sendiri adalah wilayah selatan barat, seperti Tanggul, Kencong, Jombang hingga ke arah lumajang. Namun kami juga tidak menutup kemungkinan untuk peminat yang berasal dari jauh. Buktinya ada juga siswa yang berasal dari kalimantan, bahkan rencananya tahun depan sekolah akan menerima siswa dari Thailand jadi bukan program pertukaran pelajar tetapi memang membuka kesempatan untuk mereka untuk bersekolah disini. Sehingga siapapun yang ingin bersekolah di MAN 3 sebenarnya

⁷¹ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

⁷² Ya Salam, *Wawancara*, Jombang, 20 Februari 2018.

tidak ada batasan entah dari SMP/MTs negeri maupun swasta. Hanya saja yang menjadi kecenderungan pasar kita adalah wilayah terdekat dan peminat sekolah agama, tidak sampai ke wilayah kota, karena disana sudah terdapat dua Madrasah Aliyah Negeri. Selain itu di wilayah Jombang Madrasah ini adalah satu-satunya Madrasah Aliyah Negeri, selebihnya adalah sekolah dan madrasah menengah/kejuruan swasta. Hal ini yang menjadikan madrasah ingin selalu mengembangkan daya saingnya dengan tidak hanya unggul sebagai sekolah agama saja tetapi juga mempunyai *skill* yang mumpuni di bidang IT melalui adanya Prodistik ini.”⁷³

Hal tersebut juga diperkuat oleh penjelasan Waka Humas MAN

3 Jember, Bapak Musthofa Zuhri bahwa:

“Jangkauan promosi kita tidak begitu jauh hanya beberapa daerah terdekat sini yang mungkin lebih memiliki kecenderungan lebih besar, wilayah tersebut diantaranya adalah Umbulsari, Tanggul, Ambulu, Balung, Jombang, Kencong, Puger, Gumuk Mas, Yoso. Untuk penentuan peserta didik yang menjadi sasaran kita tidak memberi batasan atau kriteria khusus jadi siswa siswi dari SMP/MTs negeri maupun swasta boleh mendaftar di madrasah ini, hanya saja yang akan membatasi adalah persyaratan untuk pendaftaran saja.”⁷⁴

Dalam perencanaan pemasaran yang harus dilakukan madrasah adalah menyusun program pendidikan yang akan dipasarkan kepada masyarakat, begitu juga di madrasah ini, terdapat program prodistik sebagai salah satu program unggulan yang dipasarkan namun juga terdapat program yang lain, berikut penjelasan Bapak Ya Salam selaku

Ketua Prodistik:

“Program prodistik merupakan salah satu program yang dijadikan alat untuk memasarkan madrasah, Prodistik merupakan program yang dirancang untuk sekolah yang kurang berkembang, hal ini sesuai dengan pandangan dari ITS sendiri yang mana Prodistik ini untuk sekolah yang kategori kurang.

⁷³ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

⁷⁴ Musthofa Zuhri, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018.

Sehingga dalam pengajuan proposal program ini mendapat persetujuan dari pihak ITS. Sebagai penyelenggara prodistik ITS menyediakan segala keperluan seperti kurikulum, melakukan movev, menyediakan pendidik untuk kuliah umum sebagai mana yg ada dalam nota kepastian. Begitu juga sekolah sebagai pelaksana perlu menyiapkan program dengan terencana seperti menyusun jadwal kegiatan, *job description* yang jelas dan lain-lain. Hingga lima tahun ini madrasah mendapat dampak yang bagus dari program prodistik ini mampu membawa madrasah lebih baik dalam bersaing.”⁷⁵

Selain itu Bapak Asyhar juga menjelaskan terkait penyusunan program yang akan dipasarkan, berikut penjelasannya:

“Prodistik memang menjadi salah satu alat untuk memasarkan madrasah, karena selain menarik, prodistik memiliki manfaat yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan IT siswa di era globalisasi ini, namun selain prodistik madrasah ini juga memiliki beberapa program yang menunjang keunggulan bersaing, program tersebut diantaranya program unggulan akademik yang meliputi prodistik, kelas bina prestasi, tahfidzul Qur’an dan program non akademik meliputi paskibraka, PMR, pramuka, robotik. Dari beberapa program tersebut kita bisa menawarkan jasa pendidikan yang menarik, sehingga madrasah mampu menjadi madrasah yang berdaya saing karena memiliki keunggulan.”⁷⁶

Demikian perencanaan yang dilakukan di madrasah ini berdasarkan tujuan sekolah dan tujuan diadakannya Prodistik, sehingga tujuan madrasah memasarkan lembaganya dapat terlaksana. Sebagaimana dijelaskan bahwa perencanaan madrasah secara umum akan memasarkan program apa yang dimiliki seperti salah satunya prodistik. Sehingga pemasaran yang dilakukan melalui prodistik akan terlaksana pada beberapa kegiatan Prodistik yang berhubungan langsung dengan masyarakat luar. Kemudian masyarakat akan

⁷⁵ Ya Salam, *Wawancara*, Jombang, 9 Februari 2018. Lebih jelas dapat dilihat pada lampiran nota kesepahaman dan dokumentasi gambar 4.1 *Penandatanganan MOU sebagai bukti*

⁷⁶ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

mengetahui dan madrasah akan mampu berdaya saing, banyak dikenal dan bahkan meningkatnya minat masyarakat terhadap sekolah.

2. Pelaksanaan Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Setelah perencanaan tersusun dalam rencana kerja madrasah, maka madrasah dapat melaksanakan kegiatan pemasaran madrasah melalui Prodistik berdasarkan apa yang telah disusun dalam perencanaan.

Bapak Musthofa Zuhri sebagai Waka Humas menjelaskan bahwa:

“Dalam pelaksanaan pemasaran madrasah ini yang sangat terpenting adalah melibatkan seluruh *stakeholder* yang ada, sebab akan semakin kuat jika semua ikut andil dalam memasarkan madrasah ini. Di madrasah ini mulai dari kepala madrasah, komite, guru, siswa, orang tua bahkan alumni juga ikut berperan. Dari pemasaran jangka panjang, menengah hingga pendek semua ikut dalam pemasran ini. Seperti halnya dalam pemasaran jangka menengah yang mana pada saat penerimaan peserta didik baru kami libatkan siswa untuk bisa merekrut minimal satu anak, mungkin dari adik, saudara, atau tetangga. Sehingga setiap siswa di madrasah ini secara tidak langsung melakukan kegiatan pemasaran kepada orang lain dengan menyampaikan informasi tentang madrasah, termasuk prodistik sebagai progam unggulan disini. Teknik seperti ini kami sebut *system sell*. Tentunya kami juga memberikan reward terhadap siswa yang telah banyak membawa rekrutmen siswa pendaftar.”⁷⁷

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Faridatus Sholiha, siswi kelas tiga sekaligus mantan ketua OSIM di MAN 3 Jember, berikut pernyataanya:

⁷⁷ Musthofa Zuhri, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018.

“Benar jika di madrasah ini seluruh warga sekolah ikut serta dalam mempromosikan madrasah ini, termasuk seluruh siswa juga memasarkan madrasah saya, secara tidak langsung pasti sebagai siswa disini saya pasti akan mengenalkan madrasah saya, namun memang ditegaskan juga oleh sekolah bahwa setiap siswa disini minimal bisa merekrut satu calon siswa pendaftar sebagai pengganti kita disini setelah lulus, dan rewardnya itu berupa uang sebagai uang pengganti transportasi. Namun ini menurut saya bukan sebagai imbalan, karena dalam memasarkan madrasah kami sesuai dengan kecintaan kami pada madrasah ini. Selain itu bentuk pemasaran yang melibatkan siswa yang lain adalah adanya sayembara membuat desain brosur terbaik. Jadi seluruh siswa diberi kesempatan untuk membuat desain brosur, dan brosur yang terpilih adalah brosur terbaik dan akan mendapat reward pula.”⁷⁸

Selain Faridatus Sholiha, peneliti juga mewawancarai siswa kelas tiga yang mengikuti Prodistik sejak ia duduk dibangku kelas satu di madrasah ini, berikut pernyataannya:

“Saya juga ikut memasarkan madrasah ini, jadi seluruh siswa dihimbau oleh bapak ibu guru agar membawa satu anak yang akan mendaftar di madrasah ini sebagai pengganti kita keluar nanti, kemudian yang bisa membawa lebih dari lima, setahu saya akan mendapat keringanan uang infaq atau seperti uang bulanan mbak. Selain itu bentuk ikut serta siswa dalam mempromosikan adalah dengan sekolah mengadakan sayembara desain brosur yang nanti akan dinilai dari guru prodistik yang paling terbaik brosur itu akan dijadikan brosur pemasaran sekolah, bukan hanya siswa prodistik yang boleh mengikuti tapi seluruh siswa disini boleh mengikuti sayembara desain ini. Jadi semua siswa sangat antusias mengikutinya.”⁷⁹

Pelaksanaan pemasaran madrasah melalui prodistik dijelaskan pula oleh Kepala Madrasah MAN 3 Jember, Bapak Asyhar menyatakan:

“Mengikuti lomba yang bergerak di bidang IT seperti mengikuti lomba robotik, lomba desain, lomba prgramer android, dan lain-

⁷⁸ Faridatus Sholiha, *Wawancara*, 9 Maret 2018.

⁷⁹ Dewi Asari, *Wawancara*, 9 Maret 2018. Lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran dokumentasi gambar 4.2 *brostur hasil desain siswa*.

lain. Kami banyak mendapat juara dari perlombaan tersebut sehingga disitu kami bisa mengenalkan madrasah kita yang memiliki prodistik, kemudian pelaksanaan penelitian siswa Prodistik di beberapa tempat seperti puskesmas, lembaga pendidikan, CV, PT, kopras. Yang mana penelitian ini dilakukan ketika siswa prodistik mengerjakan tugas akhir kuliah prodistiknya, merupakan bentuk pelaksanaan kita mengenalkan madrasah kita, meskipun tidak lama seperti penelitian siswa sekolah kejuruan. Kemudian promosi madrasah melalui Prodistik ini adalah dengan diterimanya siswa siswi yang tidak melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi di tempat ia bekerja, seperti percetakan, kasir swalayan, desain, dan lain-lain yang berhubungan dengan kemampuan IT. Secara otomatis *skill* IT yang dimiliki anak-anak prodistik akan membawa nama baik madrasah aliyah ini jika bermanfaat di dunia kerja atau di perguruan tinggi. Dan untuk pelaksanaan wisuda Prodistik akan dilaksanakan bulan april, yang mana disitu juga akan menjadi sebuah kegiatan pemasaran madrasah kepada pihak luar.”⁸⁰

Wisuda Prodistik angkatan ke tiga telah dilaksanakan, sesuai dengan observasi peneliti pada tanggal 19 April tepatnya. Secara tidak langsung wisuda Prodistik ini akan membawa dampak pada pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing, sehingga pihak luar sekolah benar-benar tahu adanya Prodistik di madrasah ini.⁸¹

Hal ini diperkua oleh pernyataan Dewi Asari terkait Tugas Akhir Prodistik:

“Untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan kami akan mengerjakan tugas akhir (TA), untuk judul yang sudah kami ajukan adalah sesuai dengan jurusan masing-masing. Selanjutnya kami juga melakukan penelitian terkait judul. Misalnya terdapat judul “Pembuatan Denah Gedung 3D IAIN Jember menggunakan Microsoft Visio 2007”, kemudian harus survei dulu ketempatnya yaitu IAIN, terus tanya kira-kira sudah ada apa belum denah gedungnya. Seumpama belum ada kita

⁸⁰ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

⁸¹ Observasi, *Pelaksanaan wisuda prodistik*, Jombang, 19 April 2018. Lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran dokumentasi 4.3 *Pelaksanaan wisuda prodistik angkatan 3*.

boleh pakai judul itu mbk. Terus mengumpulkan data tentang gedung-gedung di IAIN. Jadi seperti itu prosesnya.⁸²

Pelaksanaan tugas akhir Prodistik memang benar dilaksanakan, meskipun peneliti tidak melihat secara langsung proses penelitian yang dilaksanakan di luar sekolah, namun peneliti melihat langsung ketika siswa Prodistik mengumpulkan tugas akhirnya. Hal ini membuktikan bahwa pelaksanaan tugas akhir benar-benar dilakukan.⁸³

Jadi berdasarkan pernyataan kepala madrasah MAN 3 Jember yang diperkuat Dewi Asari madrasah dikenalkan kepada masyarakat adalah melalui dengan beberapa kegiatan Prodistik yang sangat bernilai positif baik dalam bentuk prestasi atau kegiatan Prodistik saat siswa masih berproses di dalam madrasah hingga siswa telah keluar dari madrasah.

Hal inilah yang membuat prodistik dianggap mampu menjadi salah satu alat menarik minat masyarakat. Karena ada beberapa variabel yang dapat dipantau dan sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat. Seperti apa yang telah disampaikan Bapak Yasalam sebagai berikut :

“Arah kita untuk promosi adalah harus di depan, dengan cara program yang menjadi sebuah produk ini terlebih dahulu harus sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat dalam maupun luar madrasah. Mulai dari tujuan, biaya, kurikulum program yang berkembang, serta promosi yang dilakukan harus mengarah pada kepuasan. Sejauh ini prodistik diharapkan bukan hanya berhenti pada teori, namun harus berbentuk produk. Misalnya dalam desain, harus menghasilkan sablon pada kaos, mug/gelas,

⁸² Dewi Asari, *Wawancara*, Jombang, 2 April 2018

⁸³ Observasi, *Pelaksanaan tugas akhir siswa prodistik*, Jombang, 9 Maret 2018. Lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran dokumentasi 4.4 *Pelaksanaan tugas akhir siswi prodistik*.

poster, batik, jika membuat film harus di buat dalam bentuk CD, termasuk merancang robot. Kemudian terkait biaya kami tetap ada biaya bulanan sekitar Rp 35.000/bulannya, Rp 300.000/tahunnya dan Rp250,000 untuk biaya tugas akhir dan wisuda. Penentuan biaya ini dilakukan dalam rapat wali murid. Kurikulum Prodistik dari pihak ITS namun sekolah juga bisa merubah sesuai kebutuhan pengembangannya.”⁸⁴

Siswi Prodistik, Dewi Asari juga menegaskan:

“Ketika awal saya masuk madrasah ini saya di tanya apakah mau masuk program Prodistik ini, dari awal saya memang sudah tertarik karena yang saya tahu di dalam prodistik ini bukan hanya belajar teori Ms.World, Ms. Exel, Corel, Adobe Photoshop namun juga bagaimana kita membuat produk dari apa yang telah dipelajari. Dengan biaya perbulannya hanya Rp 35.000.”⁸⁵

Terdapat pula pelaksanaan pemasaran madrasah yang berdasarkan perencanaan secara umum, namun juga menggunakan pengenalan Prodistik itu sendiri, berikut menurut Bapak Musthofa

Zuhri:

“Kita melakukan pemasaran melalui berbagai cara dan kegiatan, yang mana bisa secara langsung maupun tidak langsung, pastinya dengan juga menyertakan Prodistik ini salah satunya. Pemasaran langsung yang kita lakukan seperti mengadakan *try out* bersama, yang mana melalui kegiatan itu peserta *tryout* akan mendapat informasi banyak tentang sekolah, termasuk program-program unggulannya yang ada seperti prodistik. Kemudian melalui sosialisasi ke sekolah SMP/MTs sekitar, kami menyebutnya sosialisasi turba. Kegiatan ini dilakukan oleh panitia PPDB yang bertujuan mempromosikan madrasah ini dengan menyampaikan informasi tentang sekolah agar menarik minat siswa termasuk adanya prodistik ini. Untuk yang secara tidak langsung kami melaksanakan pemasaran melalui benner berukuran besar yang dipasang di depan madrasah, untuk Prodistiknya kami pasang *Neon Box* di depan sekolah juga. Lalu melalui media sosial yang selalu memposting kegiatan sekolah, program unggulan serta prestasi yang kami miliki, seperti lomba

⁸⁴ Ya Salam, *Wawancara*, Jombang, 9 Februari 2018.

⁸⁵ Dewi Asari, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018.

procomit di ITS. Pemasaran melalui media cetak koran juga ada untuk memperluas pemasaran madrasah ini.”⁸⁶

Pemasaran madrasah melalui Prodistik juga terlihat langsung pada pemasangan *neon box* di depan madrasah. Hal ini menunjukkan bahwa memang benar Prodistik merupakan salah satu program unggulan yang mampu digunakan sebagai alat pemasaran madrasah.⁸⁷

3. Evaluasi Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Setiap pelaksanaan suatu kegiatan atau program sekolah perlu adanya evaluasi, sehingga untuk mengevaluasi pemasaran madrasah melalui Prodistik dalam meningkatkan daya saing diperlukan informasi-informasi yang akurat untuk dapat melihat bagaimana hasil dari pemasaran yang telah dilakukan.

Berikut penjelasan Bapak Musthofa Zuhri terhadap evaluasi pemasaran madrasah di MAN 3 Jember:

“Kita melihat hasil dari pemasaran madrasah ini apakah sudah baik atau belum bisa terlihat dari jumlahnya pendaftar baru disini, terjadi peningkatan atau bahkan penurunan. Kemudian juga dari bagaimana cara yang digunakan madrasah apakah sudah tersistem dengan baik atau belum. Evaluasi bukan hanya saat melihat hasil namun juga proses perencanaan, pelaksanaan hingga dampak yang dihasilkan. Jadi menurut saya dengan apa yang dilakukan sekolah saat ini dengan mengerahkan seluruh *stakeholder* juga menjadi merupakan cara yang tepat. Sebab jika

⁸⁶ Musthofa Zuhri, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018. Lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran dokumentasi gambar 4.5 *Kejuaran Lomba Procommit di ITS*.

⁸⁷ Observasi, *Pelaksanaan pemasaran madrasah melalui prodistik secara tidak langsung*, 20 Februari 2018. Lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran dokumentasi gambar 4.6 *Pemasaran madrasah melalui neon box prodistik*.

melalui Prodistik sebagai alat memasarkan juga melibatkan siswa.”⁸⁸

Hal ini diperjelas dengan pernyataan bapak Asyhar selaku kepala sekolah yang harus mengevaluasi semuanya, berikut pernyataannya:

“Monev (monitoring dan evaluasi) pemasaran dilakukan ketika setelah PPDB, hal ini kita lihat dari jumlah siswa baru yang mendaftar di madrasah ini, kemudian kita juga melihat banyak masyarakat yang mendaftarkan anaknya ketika pendaftaran yang telah ditutup, hal ini yang akan kita evaluasi dengan cara bertanya langsung, namun lima tahun ini madrasah mengalami peningkatan pendaftar, hal ini menandai bahwa pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik. Untuk evaluasi pemasaran melalui Prodistik sendiri adalah yang melihat kegiatan Prodistik yang semakin eksis di lingkup luar madrasah atau tidak, sehingga program yang digunakan ini dapat semakin berkembang dan mampu memperkenalkan madrasah dengan berbagai prestasi. Untuk mengevaluasi dampaknya bagus atau tidak juga bisa dilihat dari *outcome* madrasah.”⁸⁹

Adapun penjelasan Bapak Yasalam terkait evaluasi pemasaran madrasah melalui Prodistik:

“Sebelum mengevaluasi pemasaran madrasah melalui Prodistik, maka Prodistiknya harus diketahui dulu apakah sudah bagus kualitasnya. Tolak ukur prodistik bagus adalah melalui perencanaan yang sudah tertata secara matang dan proses yang sungguh. Dalam proses setia harinya kami anti libur ketika ada jadwal kelas prodistik, meskipun hanya ada satu anak maka harus tetap masuk, selain itu setiap pertemuan itu ada laporan sebagai evaluasi harian. Sehingga harapannya menghasilkan produk yang baik melalui prestasi yang kita raih, seperti kemarin pihak ITS melakukan evaluasi Prodistik melalui lomba *procommit* yang diikuti oleh 32 madrasah provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan DIY setiap satu tahun sekali. MAN 3 Jember termasuk madrasah yang bagus di mata ITS terbukti tiga tahun terakhir kami membawa juara 1 dan 2 robotik dan 2 juara android. Hal ini yang membuktikan apakah prodistiknya tertata

⁸⁸ Musthofa Zuhri, *Wawancara*, Jombang, 9 Maret 2018.

⁸⁹ Asyhar, *Wawancara*, Jombang, 22 Maret 2018.

atau tidak. Kemudian jika Prodistiknya sudah mendapat label bagus dan berkualitas kemudian jika dibawa pada pemasaran madrasah akan membawa dampak yang bagus pula. Tolak ukurnya adalah PPDB setiap tahunnya, mengalami peningkatan, stagnan atau bahkan menurun. Evaluasi yang dilakukan adalah proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaannya dan akan berdampak bagaimana perlu dievaluasi.”⁹⁰

Hal ini terlihat pada proses kegiatan belajar pada saat kelas prodistik yang telah terjadwal setiap hari kamis dan jumat. Diadakan laporan yang ditulis siswa setiap selesai pembelajaran sebagai bentuk evaluasi harian. Langkah ini sebagai evaluasi yang dilakukan pelaksana Prodistik demi pencapaian kualitas sehingga pantas untuk dipasarkan.⁹¹

Selain itu dapat dilihat dari evaluasi yang diselenggarakannya lomba procommit yang mana MAN 3 mampu membawa pulang banyak piala juara, tentu saja ini sebagai bukti dampak dari adanya Prodistik yang dikembangkan dengan baik.”⁹²

Tabel 4.5
Matrik Temuan

No	Fokus Penelitian	Komponen	Temuan
1	2	3	4
1	Perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang	a. Menentukan Pasar Sasaran 1) Menentukan wilayah pemasarannya yang akan dituju	Terdapat 10 wilayah kecamatan yang menjadi sasaran pasar

⁹⁰ Ya Salam, *Wawancara*, Jombang, 20 April 2018.

⁹¹ Observasi, *Kegiatan belajar di kelas prodistik*, 20 April 2018, Lebih jelas dapat dilihat pada lampiran dokumentasi gambar 4.7 *Kegiatan belajar di kelas prodistik*.

⁹² Dokumentasi, lihat gambar 4.8 *Prestasi yang diraih siswa prodistik dalam lomba procommit di ITS*

1	2	3	4
	<p>teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.</p>	<p>2) Menentukan kriteria peserta didik</p> <p>3) Memposisikan lembaga</p> <p>b. Merancang program unggulan dan merencanakan kegiatan pemasaran</p> <p>1) Merancang Program yang akan ditawarkan</p> <p>2) Merancang kegiatan pemasaran</p>	<p>Tidak ada kriteria khusus peserta didik yang menjadi target madrasah, hanya sesuai dengan syarat pendaftaran</p> <p>Lembaga memposisikan madrasah sebagai sekolah agama yang mampu mengembangkan <i>skill</i> teknologi</p> <p>a) Terdapat tiga program di MAN 3 Jember yaitu Prodistik, Bina Prestasi dan Tahfidzul Quran</p> <p>b) Prodistik program yang dirancang untuk mengembangkan <i>skill</i> teknologi dan kualitas madrasah sekaligus alat memasarkan madrasah</p> <p>c) Arah prodistik <i>input – process – output – outcome</i></p> <p>d) Prodistik memiliki struktur pelaksanaan yang jelas (<i>job description</i>), kurikulum, jadwal dan program acara yang jelas.</p> <p>a) Kegiatan pemasaran Prodistik intern, dilakukan terlebih dahulu dengan melakukan promosi kepada siswa</p> <p>b) Melalui Kegiatan pemasaran madrasah jangka panjang jangka menengah, dan jangka pendek</p> <p>c) Melalui kegiatan eksternal prodistik</p>

1	2	3	4
	<p>Pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.</p>	<p>a. Memperhatikan variabel yang dapat menarik minat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kurikulum dan Pelayanan 2) Lokasi 3) Komunikasi 4) Biaya <p>b. Memperhatikan elemen bauran pemasaran (7P)</p>	<p>Kuikulum yang di terapkan dibuat ITS dan namun sekolah bisa merubah sesuai kebutuhan</p> <p>Lokasi MAN 3 Jember, merupakan madrasah pertama kali di Jember memiliki Prodistik.</p> <p>Komunikasi Intern dan ekstern</p> <p>Biaya ditentukan juga melalui hasil rapat sebesar Rp35.000,- / bulannya, biaya kerjasama Rp300.000,- dan biaya tugas akhir dan wisuda Rp200,000,-</p> <ol style="list-style-type: none"> a) <i>Product</i> yaitu program pendidikan seperti Prodistik b) <i>Price</i> yang telah di tentukan antara pihak ITS, madrasah, dan orang tua c) <i>Place</i> yang strategis disesuaikan dengan kebutuhan sekitar madrasah d) <i>Promotion</i> melalui beberapa kegiatan, menyampaikan informasi-informasi, memberi bukti e) <i>People</i> tersediannya SDM dari sekolah dan ITS f) <i>Physical aviddence</i> seperti terdapat ruang komputer yang memadai, mesin-mesin cetak, alat multimedia g) <i>Process</i> yang penuh komitmen.

1	2	3	4
		c. Pelaksanaan kegiatan pemasaran	<p>a) Kegiatan pemasaran pertama kali dilakukan adalah kepada intern sekolah agar semua mengetahui dan siswa tertarik mengikuti Prodistik sehingga kualitas Prodistik pantas dipasarkan</p> <p>b) Melalui perlombaan dan mendapat banyak juara, tugas akhir yang disertai penelitian pada instansi lain sesuai judul siswa Prodistik, melalui <i>outcame</i> yang mampu bersaing dan wisuda Prodistik</p> <p>c) Kegiatan pemasaran madrasah jangka panjang melalui visi, misi dan tujuan madrasah, jangka menengah setiap satu tahun sekali, menjelang PPDB seperti <i>system sell</i>, sosialisasi turba dan mengadakan kegiatan <i>try out</i>, jangka pendek melalui interaksi langsung maupun media sosial, media cetak setiap hari.</p>
3.	Evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.	<p>a. Evaluasi Perencanaan</p> <p>b. Evaluasi Pelaksanaan</p>	<p>Evaluasi perencanaan pemasaran dapat dilihat dari epektifitas rencana yang disusun dan perencanaan program Prodistiknya juga dievaluasi</p> <p>Evaluasi pelaksanaan langsung oleh ketua Prodistik MAN 3 jika pada kegiatan pemasaran di intern madrasah</p> <p>ITS juga melakukan evaluasi seluruh sekolah Prodistik</p> <p>Evaluasi pelaksanaan pemasaran madrasah oleh</p>

1	2	3	4
		c. Evaluasi Dampak	<p>Kepala madrasah dan Waka humas</p> <p>Evaluasi dampak dari Prodistik dapat dilihat dari prestasi siswa, terbukti banyak menjuari lomba procommit ITS, <i>outcome</i> yang berdaya saing</p> <p>Evaluasi dampak pemasaran madrasah melalui peminat madrasah setiap tahunnya pada PPDB yang semakin meningkat</p>

C. Pembahasan Temuan

Salah satu tujuan di buatnya program pendidikan unggulan di madrasah adalah untuk memperkenalkan lembaga pendidikan tersebut, sehingga akan mempengaruhi minat masyarakat terhadap madrasah tersebut untuk menyekolahkan anaknya di madrasah yang memiliki program unggulan yang menarik dan sesuai dengan keinginan dan harapan masyarakat. Hal ini juga akan berdampak pada persaingan madrasah dengan lembaga pendidikan yang lain. Karena madrasah akan dikatakan mampu bersaing jika memiliki keunggulan.

Dari hasil paparan data yang peneliti sajikan, berikut akan dibahas kaitannya dengan teori yang dipaparkan para tokoh dengan hasil temuan data peneliti di lapangan yang sesuai dengan fokus masalah:

1) Perencanaan Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Perencanaan merupakan langkah awal yang harus dilakukan sebelum melaksanakan sebuah kegiatan. Begitu juga dengan kegiatan pemasaran di MAN 3 Jember yang melakukan pemasarannya melalui Program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi sebagai alat untuk memasarkan lembaganya.

Hal pertama yang harus dilakukan dalam membuat rencana pemasaran adalah dengan menentukan visi, misi, tujuan. Penentuan ketiga hal ini sangat mempengaruhi bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan nanti untuk memasarkan madrasah.⁹³ Seperti yang dilakukan di MAN 3 Jember ini, sekolah merumuskan visi, misi, tujuannya setiap lima tahun sekali. Dalam perencanaan pemasaran melalui prodistik di MAN 3 Jember ini sesuai dengan visi, misi dan tujuan yang terdapat pada profil madrasah.

Perencanaan pemasaran madrasah jangka menengah adalah dilakukan setiap satu tahun sekali, yaitu menjelang penerimaan peserta didik baru jadi perencanaan yang seperti ini sudah biasa dilakukan madrasah, untuk mengenalkan lembaganya serta apa saja yang ditawarkan madrasah kepada masyarakat termasuk adanya program-

⁹³ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 102.

program unggulannya seperti prodistik yang sedang dirasakan manfaatnya.

Sedangkan perencanaan pemasaran jangka pendek dilakukan setiap harinya, jadi seluruh *stakeholder* madrasah ikut melaksanakan kegiatan pemasaran madrasah ini. Hanya jika dalam pemasaran madrasah melalui prodistik hanya akan diikuti peserta prodistik, karena prodistik digunakan sebagai alat memasarkan madrasah melalui kegiatan yang ada di dalamnya. Misalnya seperti mengikuti banyak perlombaan dan mendapat kejuaraan, kegiatan magang yang hanya bersifat sementara dalam rangka memenuhi tugas akhir kuliah prodistik seperti di rumah sakit, lembaga pendidikan, PT/CV, koperasi dan lain-lain. Kegiatan ini dianggap sebagai sarana untuk mengenalkan MAN 3 Jember kepada masyarakat.

Kemudian menurut Muhaimin, dalam pemasaran madrasah seharusnya mampu menentukan pasar sasaran.⁹⁴ Atau dalam hal ini melakukan segmentasi pasar seperti yang disebutkan oleh Kotler. Adapun yang dilakukan MAN 3 Jember dalam hal ini adalah menentukan beberapa wilayah yang akan dituju, yakni wilayah sasarannya adalah wilayah barat yakni meliputi 10 kecamatan terdekat meliputi Jombang, Kencong, Tanggul, Puger, Gumuk Mas, Yosowilangun, Balung, Umbulsari, Ambulu, hingga ke arah lumajang perbatasan. Sebagai MAN yang berada jauh dari perkotaan, madrasah

⁹⁴ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 102.

tidak menyertakan wilayah kota sebagai sasaran pasarnya karena selain terlalu jauh juga disana terdapat dua madrasah Negeri yang berdekatan. Namun meskipun telah menentukan sasaran wilayah pemasraannya madrasah ini tidak menutup kesempatan bagi peminat madrasah yang berasal dari luar wilayah sasarannya. Sedangkan dalam *targetting* sekolah tidak begitu membatasi pilihan targetnya, jadi baik dari kalangan menengah keatas, kalangan menengah ke bawah, lulusan SMP/MTs negeri maupun swasta boleh mendaftar pada lembaga ini. Dalam memposisikan lembaganya, MAN 3 berusaha memposisikan lembaga pendidikan agama yang tentu saja tidak meninggalkan upaya-upaya mengasah kemampuan *skill* peserta didik melalui Prodistik ini.

Hal ini sesuai dengan harapan madrasah sendiri, yang mana madrasah harus selalu melakukan tiga hal agar mampu menyeimbangkan antara kognitif, psikomotorik dan afektif anak.⁹⁵ Sehingga dari berbagai harapan serta tujuan ini bisa terwujud melalui program unggulan yang akan ditawarkan pada masyarakat, sekaligus sebagai bentuk bahwa sekolah mampu bersaing baik dalam segi akademik maupun non akademik.

Jika madrasah telah menentukan tujuan serta sasaran pasarnya maka selanjutnya, madrasah harus memiliki bentuk program yang akan dipasarkan, agar madrasah bisa dikenal di masyarakat dan bersaing dengan madrasah lainnya. Program yang akan dipasarkan adalah sebagai

⁹⁵ Agus Maimun, *Madrasah Unggul* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 202-204

produk. Adapun program pendidikan unggulan yang terdapat MAN 3 Jember ini antara lain adalah Prodistik, Program Bina Prestasi dan Program Tahfidzul Qur'an.

Dari beberapa pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa pemasaran madrasah secara umum akan dilakukan oleh seluruh *stakeholder* yang ada, sedangkan pemasaran madrasah melalui program pendidikan bidang terapan teknologi informasi dan komunikasi hanya akan dapat diikuti oleh Prodistik intern karena pemasaran yang dilakukan akan terwujudkan melalui kegiatan didalamnya, selain itu tidak semua siswa yang telah bersekolah disana mengikuti Prodistik. Namun dengan adanya Prodistik seluruh masyarakat intern madrasah bangga akan adanya Prodistik ini, sehingga secara tidak langsung dalam memasarkan madrasah nya akan mengenalkan Prodistik pula.

2) Pelaksanaan Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Berdasarkan tujuan diselenggarakannya Prodistik yaitu salah satunya adalah untuk peningkatan daya saing maka MAN 3 Jember mengadakan Prodistik bekerjasama dengan ITS Surabaya.⁹⁶ Dalam pelaksanaannya demi mencapai peningkatan daya saing madrasah, maka terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan dalam

⁹⁶ Surat Keputusan, Nomor : Ma.15.75/PP.00.6 /01/2017, Tentang Pengelola dan Pengajar Program Pendidikan Keahlian Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK) Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember Periode Tahun Pelajaran 2017/2018.

pemasaran madrasah melalui prodistik. Adapun variabel yang dapat dikontrol dalam hal ini adalah kurikulum atau pelayanan lembaga yang sesuai; lokasi pelayanan; komunikasi dengan siswa, alumni, donatur atau komunitas lain yang terkait dengan praktik promosi; besarnya biaya yang dibutuhkan.⁹⁷

Kurikulum prodistik serta pelayanan telah diatur dalam nota kesepahaman dan surat kerjasama, bahwa kurikulum program ini disediakan oleh pihak ITS, namun madrasah juga berhak merubah kurikulum program ini sesuai dengan kebutuhan dan persetujuan kedua pihak. Hal ini tentunya juga akan berpengaruh pada kemampuan madrasah sebagai pelaksana dan masyarakat sebagai pengguna pelayanan prodistik ini. Lokasi pelayanan program ini tentu saja juga akan berpengaruh karena program ini didesain untuk sekolah atau madrasah yang memang masih terbilang jauh dari kemampuan IT serta persaingan lemah. Sehingga jika MAN 3 ini mengajukan Prodistik ini pada lembaga penyelenggara yaitu ITS sangatlah tepat. Selain itu juga melihat letak madrasah yang berada jauh dari perkotaan, sehingga akan muncul keunggulan tersendiri dari adanya program ini.

Komunikasi kepada seluruh pihak terkait dalam pemasaran madrasah melalui Prodistik ini juga perlu diperhatikan. Karena dengan komunikasi kegiatan pemasaran akan berjalan. Terdapat beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan di MAN 3 Jember dalam hal ini.

⁹⁷ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 105.

Komunikasi yang dilakukan pengurus Prodistik, bahwa prodistik sendiri juga melakukan bentuk sosialisasi kepada pihak intern kepada guru-guru dan siswa. Hal ini dilakukan agar sebelum Prodistik digunakan sebagai alat mempromosikan madrasah, Prodistik terlebih dahulu memiliki power yang kuat dan kualitas yang tinggi. Selain itu juga melakukan komunikasi dengan orang tua siswa, terkait persetujuan anaknya mengikuti Prodistik.

Pembiayaan yang akan dipenuhi oleh orang tua maupun sekolah kepada pihak Prodistik juga sudah disesuaikan berdasarkan kemampuan dan pastinya sesuai kesepakatan bersama, yang mana biaya yang ditanggung kepada orang tua siswa Prodistik adalah sebesar Rp35.000/bulannya, sedangkan biaya kerjasama dengan pihak ITS adalah sebesar Rp300.000/tahun dan biaya tugas akhir hingga wisuda Rp200.000. Hal ini berkaitan dengan produk dan biaya, yang mana produknya adalah program dengan biaya yang tepat merupakan sesuatu yang sangat menentukan bagi madrasah dalam menghadapi persaingan.⁹⁸

Secara umum dalam pelaksanaan pemasaran menurut Kotler perlu memperhatikan tujuh elemen bauran pemasaran, MAN 3 Jember dalam memasarkan madrasah nya melalui prodistik dalam meningkatkan daya saing ini telah memperhatikan beberapa elemen

⁹⁸ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 106.

yang telah di sebutkan oleh Kotler, tujuh elemen tersebut adalah *Product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.⁹⁹

Dari ketujuh elemen ini terurai pada *product* yang akan dipasarkan berupa pelayanan pendidikan berupa program pendidikan seperti Prodistik, dengan *price* yang telah di tentukan antara pihak madrasah, ITS dan orang tua siswa dengan biaya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, *place* yang strategis disesuaikan dengan potensi sekitar madrasah, *promotion* yang selalu dilakukan madrasah dengan mengenalkan madrasah melalui beberapa kegiatan, menyampaikan informasi-informasi, meyakinkan masyarakat, selain itu juga menyiapkan orang yang akan menjadi pelaksana atau sumber daya manusia yang profesional dalam bidangnya, sarana dan prasarana yang menunjang pelaksanaan program yang akan di pasarkan seperti terdapat ruang komputer yang memadai, mesin-mesin cetak, sablon sebagai alat praktik, serta proses yang yang selalu menjadi keutamaan untuk memberikan hasil yang diinginkan secara runtut.

Pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program Prodistik dapat terlaksana melalui beberapa kegiatan yang ada di dalam Prodistik itu sendiri. Karena kegiatan Prodistik yang bersifat ekstern akan membawa nama madrasah sehingga madrasah dapat diketahui masyarakat. Beberapa kegiatan tersebut adalah dengan mengikuti beberapa perlombaan dan mendapatkan juara. Selanjutnya kegiatan

⁹⁹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, 343-344.

pemenuhan tugas akhir yang mana juga akan melibatkan tempat atau instansi terkait judul tugas akhir siswa prodistik. Hal ini tentu saja akan membawa informasi kepada masyarakat tentang MAN 3 Jember. Yang terakhir dalam kegiatan siswa saat sudah lulus dari madrasah, jika melanjutkan ke perguruan tinggi dapat mengambil program yang linier dengan bidang IT atau dapat dimanfaatkan keterampilan teknologinya, namun jika siswa tidak melanjutkan ke perguruan tinggi maka banyak siswa prodistik yang bekerja sesuai dengan keterampilan bidang teknik informasi dan komunikasi. wisuda yang diselenggarakan setelah tugas akhir Prodistik selesai juga menjadi bentuk pemasaran madrasah di MAN 3 Jember.

Adapun dalam manajemen pemasaran madrasah terdapat beberapa bentuk kegiatan pelaksanaan pemasaran, yang bertujuan untuk mempromosikan atau mempublikasikan madrasah. Berdasarkan informasi yang diperoleh bahwa kegiatan promosi madrasah di MAN 3 Jember ini melalui banyak kegiatan diantaranya adalah promosi madrasah melalui komunikasi personal dan interpersonal. Sekolah menggerakkan seluruh warga madrasah untuk mengikuti kegiatan promosi madrasah yang disebut *system sell* agar pemasaran madrasah lebih luas. Komunikasi yang dilakukan secara interpersonal adalah dengan melalui kegiatan sosialisai medium turba yang dilakukan setiap setahun sekali sebelum penerimaan peserta didik baru.

Selain itu bentuk kegiatan promosi yang ada pada kajian teori adalah dengan menggunakan periklanan, yang mana MAN 3 Jember ini juga melakukan penyiaran informasi terkait profil madrasah, program unggulan yang dimiliki serta prestasi madrasah melalui koran radar jember, pamflet, benner, serta melalui siaran media sosial seperti website, instagram dan facebook. Kemudian dengan mengadakan kegiatan atau *events* besar yang akan menarik perhatian masyarakat juga dilakukan seperti pelaksanaan *try out* bersama, peringatan hari gizi, wisuda siswa Prodistik dan lain-lain. Jadi dalam hal ini kegiatan promosi dalam manajemen pemasaran madrasah di MAN 3 memiliki banyak kegiatan seperti yang telah dijelaskan dalam teori.

3) Evaluasi Pemasaran Madrasah Melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Evaluasi pemasaran madrasah melalui prodistik dilakukan dengan tujuan agar hasil dari evaluasi ini dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan apakah prodistik ini mampu digunakan sebagai alat memasarkan madrasah atau bahkan tidak. Untuk mengetahui bagaimana hasil tersebut sebagai bentuk monitoring dan evaluasi, perlu dilakukan secara beruntut dan berkala mulai dari evaluasi input, proses dan output. Namun di MAN 3 ini tidak hanya berhenti pada output, melainkan juga mengevaluasi *outcome* dengan cara melihat perkembangan alumni Prodistik khususnya apakah mampu melanjutkan

studi sesuai jurusan, diterima bekerja di sesuai bidang IT atau mampu bermanfaat di masyarakat. Karena jika *outcome* bagus maka secara dengan sendirinya madrasah akan di kenal masyarakat karena mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas dengan kemampuan IT yang diperoleh dari Prodistik.

Evaluasi *input* atau perencanaan dalam pemasaran ini dapat dilihat dari epektifitas rencana yang disusun, seperti misi sekolah salah satunya adalah meningkatkan layanan program ekstrakurikuler, namun kurang maksimal dalam pelaksanaannya kemudian adanya program prodistik ini menjadi lebih menonjol karena program ini lebih tertata rapi. Selain itu juga program yang dijadikan alat pemasaran juga dievaluasi perencanaannya, yang melaksanakan adalah pihak Prodistik sekolah dan ITS. Evaluasi proses atau pelaksanaan pemasaran yang ikut memasarkan, dengan melihat sejauh mana kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan, dengan melanjutkan kegiatan yang banyak di respon oleh masyarakat. Contoh pelaksanaan *tryout bersama* banyak yang mengikuti maka akan dilaksanakan kembali. Jika pada kegiatan pemasaran yang dari program prodistik Eevaluasi dilakukan oleh pihak sekolah dan ITS. Pihak sekolah adalah pada proses pembelajaran maupun praktek. Pihak ITS dengan mengadakan lomba procommit setiap tahunnya.

Evaluasi dampak dalam Prodistik dapat dilihat dari prestasi siswa, terbukti banyak menjuari lomba procommit ITS, alumni yang

diterima perguruan tinggi dan mampu mengembangkan diri dengan kemampuan IT, alumni yang tidak berkuliah, tetapi dapat memanfaatkan kemampuan IT nya untuk mendapatkan pekerjaan. Evaluasi dampak pemasaran madrasah melalui peminat madrasah setiap tahunnya, akan nampak pada PPDB madrasah, hampir lima tahun terakhir madrasah mengalami peningkatan madrasah dari pada sebelum sebelum adanya Prodistik.

Dalam melakukan evaluasi ini diperlukan informasi-informasi yang memadai dari sumber-sumber yang jelas. Menurut Kotler terdapat empat sistem informasi pemasaran diantaranya adalah *Internal Record System*, *Marketing Intelligence System*, *Marketing Research System*. Beberapa sistem ini juga diterapkan pada MAN 3 yang mana *Internal Record System* berkaitan dengan sistem yang meliputi jumlah siswa pendaftar, biaya, segmen pasar dan sebagainya. Kemudian *Marketing Intelligence System* dilakukan untuk mendapat informasi tentang perkembangan kebutuhan di masyarakat sasaran. Dilakukan dengan berbagai kegiatan baik langsung maupun tidak langsung dengan masyarakat oleh kepala sekolah maupun bagian pengembangan madrasah. Yang terakhir adalah *Marketing Research System* sistem yang didesain untuk mengumpulkan pelaporan keluhan masyarakat, penemuan masalah-masalah pemasaran. contoh seperti yang terjadi pada saat penerimaan peserta didik baru masih banyak yang tidak mengetahui terkait tanggal pelaksanaan pendaftaran, persyaratan yang

tidak lengkap, jadi sekolah menerima segala bentuk keluhan dari masyarakat.

Setelah informasi-informasi yang akurat dan memadai didapat, kontrol pemasaran dapat disesuaikan dengan kondisi madrasah, berdasarkan alat utama yang digunakan sebagai kontrol yakni analisis penjualan, analisis pangsa pasar, analisis anggaran dan penelusuran sikap pasar terhadap madrasah. Jenis kontrol pada MAN 3 Jember adalah rencana kontrol tahunan, yang mana dalam evaluasi pemasaran madrasah ini dapat dilihat pada masa penerimaan peserta didik baru. Rencana kontrol tahunan meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan tujuan yang ditargetkan tercapai.¹⁰⁰ Tujuan tersebut yaitu madrasah mampu berdaya saing dengan madrasah lain.

¹⁰⁰ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan*, 109.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perencanaan Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Perencanaan pemasaran di MAN 3 Jember dilakukan dengan menentukan pasar sasaran yang meliputi wilayah sasaran terdiri 10 kecamatan, seluruh siswa SMP/MTs Negeri maupun swasta yang menjadi target dan madrasah memosisikan madrasah sebagai sekolah agama yang juga mampu mengembangkan *skill teknologi*. Sehingga madrasah mengadakan program unggulan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan madrasahny melalui kegiatan internal prodistik itu sendiri, melalui pemasaran jangka panjang, pendek dan menengah dan melalui kegiatan eksternal Prodistik.

2. Pelaksanaan Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Dalam pelaksanaan pemasran MAN 3 Jember melalui prodistik ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar mampu menarik perhatian masyarakat yakni kurikulum yang didesain ITS, lokasi yang

berada jauh dari lingkungan perkotaan namun merupakan MAN pertama kali yang memiliki Prodistik, komunikasi yang selalu dilakukan kepada internal dan eksternal, biaya yang murah namun berkualitas, SDM yang pengajar dari madrasah dan ITS, sarana dan prasarana yang memenuhi seperti laboratorium komputer; peralatan multimedia; mesin-mesin cetak, proses yang penuh dengan komitmen. Sehingga kemudian pelaksanaan pemasaran kepada siswa MAN 3 tentang Prodistik terlebih dahulu bisa dilakukan, kemudian pemasaran yang berlangsung setiap PPBD ataupun setiah harinya juga dapat dilakukan. Selain itu juga kegiatan prodistik yang bersifat eksternal seperti mengikuti perlombaan, penelitian tugas akhir di instansi luar dan setelah siswa lulus menjadi *outcome* yang mampu berdaya saing dapat memasarkan MAN 3 Jember.

3. Evaluasi Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember

Pada evaluasi dapat dilihat prodistik mampu memasarkan madrasah dengan baik atau tidak melalui evaluasi perencanaan yang melihat kesesuaian atau efektifitas perencanaan baik madrasah secara umum ataupun program Prodistiknya, kemudian evaluasi proses dilakukan pada setiap kegiatannya melalui pengawasan langsung pada peningkatan kualitas Prodistik sendiri dan kegiatan pemasarannya.

Sehingga kemudian evaluasi dampak dapat dilihat pada prestasi siswa dan jumlah pendaftar yang mendaftar setiap tahunnya.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dengan judul Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknik Informasi dan Komunikasi di MAN 3 Jember terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut dapat dijadikan saran untuk penelitian berikutnya. Beberapa saran dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah, dalam pelaksanaan pemasaran madrasah melalui Prodistik ini kepala madrasah harus benar-benar mengetahui program prodistik ini mampu memberi kekuatan pemasaran madrasah atau tidak. Agar sekolah senantiasa mampu memberi pelayanan yang berorientasi pada pelanggan dan memiliki daya saing yang unggul. Serta sebagai pemimpin yang mengawasi segala bentuk kegiatan pemasaran yang dilaksanakan di madrasah tersebut harus bisa menfungsikan seluruh sumber daya yang ada secara seimbang.
2. Bagi Waka Humas, dalam mengemban tugas sebagai wakil kepala bagian humas maka harus dapat memaksimalkan segala bentuk kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan madrasah kepada masyarakat. Waka Humas juga harus lebih mengetahui perkembangan program pendidikan akademik maupun non akademik yang dianggap unggul dan layak untuk digunakan sebagai produk yang dipasarkan, agar informasi terkait program tersebut mampu diterima masyarakat

secara jelas dan menarik minatnya terhadap madrasah ini, tentunya dengan mensinergikan seluruh peran *stakeholder* dalam pemasaran madrasah.

3. Bagi Guru-guru, sebagai pendidik yang termasuk juga sebagai civitas akademik guru harus lebih memaksimalkan segala bentuk kegiatan pembelajaran maupun praktek pada program pendidikan yang terdapat pada sekolah tersebut. Karena program yang mampu meluluskan *output* dan menjadikan *outcome* yang berkualitas pasti juga akan menjadi kekuatan dalam pemasaran madrasah. Selain itu guru juga harus mampu mengembangkan kualitas dirinya agar masyarakat percaya bahwa madrasah ini mampu memberikan pelayanan yang terbaik.
4. Bagi Peserta Didik, dalam paradigma baru peserta didik tidak hanya menjadi objek tetapi juga sebagai subjek pendidikan, maka peserta didik harus ikut andil giat dalam memasarkan madrasah nya baik melalui kegiatan pemasaran yang terdapat pada madrasah maupun pengembangan kualitas dirinya agar mampu menjadi *outcome* yang bisa dibanggakan sebagai lulusan, terutama bagi peserta didik yang mengikuti prodistik.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Angket Prodistik. 2017. Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.
- Cravens, David W. 1996. *Strategic Management*, terj. Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2016. *Al-Qur'anul Karim dan Terjemahan Makna ke dalam Bahasa Indonesia*. Kudus: Menara Kudus.
- Fathonah, Kuni. 2016. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN Sragen*. IAIN Surakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hamalik, Oemar. 2008. *Manajemen Pengembangan Kurikulum*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Humairoh, Anis. 2017. *Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik stakeholder di sekolah menengah kejuruan Ma'ruf Nahdhtul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017*. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan Jember.
- Kasiran, Moh. Juliansyah. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Maimun, Agus. 2010. *Madrasah Unggul*. Malang: UIN Maliki Press.
- Margono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marwindah, Yuli Anista. 2016. *Manajemen Humas dalam Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pelajaran 2015/2016*. Tesis : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. 2012. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi : Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mukarom, Zainal. 2015. *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.

- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Pengantar *Job Description* Prodistik. 2017. Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.
- Purnama, Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta : Media Akademi.
- Sagala, Syaiful. 2010. *Konsep dan Makna Pembelajaran Untuk Membantu Memecahkan Problematika Belajar Mengajar*. Bandung: Alfabeta.
- Satori, Djam'ah dan Karomah, Aan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Shaleh, Abdul Rachman. 2004. *Madrasah dan Pendidikan Anak Bangsa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyorini. 2006. *Manajemen Pendidikan Islam*. Surabaya: eLKAF.
- Surat Keputusan. 2017/2018. *Pengelola dan Pengajar Program Pendidikan Keahlian Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK) Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember*.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan. 2015. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun IAIN Jember. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim Penyusun Kamus. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjipto, Fendy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rimadini Inas Karimah
Fakultas/Program Studi : FTIK/Manajemen Pendidikan Islam
Tempat/Tanggal Lahir : Jombang, 26 Januari 1996
Alamat : Jl. Abdul Basyar Dsn.Krajan - RT 03 / RW 03
Ds. Sraten – Kec. Cluring – Kab. Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember” adalah benar-benar karya asli saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 04 Mei 2018
Yang menyatakan



Rimadini Inas Karimah
NIM: 084 143 059

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember	1. Manajemen Pemasaran Madrasah	1.1 Perencanaan Pemasaran Madrasah	1.1.1 Menentukan Visi, Misi dan Tujuan 1.1.2 Madrasah menentukan kecenderungan pasar pendidikan 1.1.3 Merancang Program yang akan ditawarkan dan kegiatan pemasaran	Subjek penelitian: 1. Kepala MAN 3 Jember 2. Waka Humas MAN 3 Jember 3. Guru MAN 3 Jember 4. Siswa MAN 3 Jember	1. Jenis penelitian: Kualitatif deskriptif. 2. Lokasi penelitian: MAN 3 Jember 3. Teknik pengumpulan data: Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. 4. Analisis data: Pengumpulan data, Reduksi data Analisis data. 5. Keabsahan data: Triangulasi sumber dan teknik.	1. Bagaimana perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember? 2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember? 3. Bagaimana evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
	2. Daya Saing Madrasah	2.1 Keunggulan Bersaing 2.2 Keunggulan Posisi 2.3 Prestasi Hasil	2.1.1 Memperhatikan variabel-variabel yang dapat menarik minat 2.1.2 Menerapkan kegiatan pemasaran 3.1.1 Evaluasi perencanaan 3.1.2 Evaluasi pelaksanaan 3.1.3 Evaluasi hasil atau dampak			

PEDOMAN PENELITIAN

A. PEDOMAN OBSERVASI

1. Keadaan sekolah dan objek penelitian di MAN 3 Jember.
2. Letak Geografis MAN 3 Jember
3. Kondisi umum masyarakat sekitar MAN 3 Jember.
4. Kegiatan pemasaran secara langsung di MAN 3 Jember.

B. PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana perencanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
 - a. Bagaimana madrasah menentukan sasaran pasar dalam pemasaran lembaganya untuk meningkatkan daya saing di MAN 3 Jember melalui prodistik?
 - b. Bagaimana madrasah merancang program unggulan dan merencanakan kegiatan pemasaran madrasah dalam meningkatkan daya saing?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
 - a. Bagaimana madrasah memperhatikan variabel yang dapat menarik minat pelanggan dalam melaksanakan pemasaran madrasah melalui prodistik untuk meningkatkan daya saing?
 - b. Bagaimana kegiatan pemasaran madrasah melalui prodistik yang telah direncanakan?








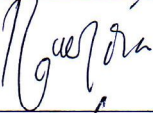



3. Bagaimana evaluasi pemasaran madrasah melalui program pendidikan terapan bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember?
 - a. Bagaimana evaluasi perencanaan pemasaran madrasah melalui prodistik dalam meningkatkan daya saing madrasah?
 - b. Bagaimana evaluasi pelaksanaan pemasaran madrasah melalui prodistik dalam meningkatkan daya saing madrasah?
 - c. Bagaimana evaluasi dampak pemasaran madrasah melalui prodistik dalam meningkatkan daya saing madrasah?



C. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah berdirinya MAN 3 Jember.
2. Struktur organisasi Kepengurusan MAN 3 Jember.
3. Data jumlah siswa MAN 3 Jember.
4. Data Jumlah peningkatan siswa MAN 3 Jember lima tahun terakhir.
5. Data tenaga pendidik dan kependidikan MAN 3 Jember.
6. Visi dan misi MAN 3 Jember.
7. Sarana dan prasarana MAN 3 Jember.
8. Dokumentasi foto yang berhubungan dengan penelitian strategi pemasaran Prodistik dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember.

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN


DI MAN 3 JEMBER

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PENERIMA	PARAF
1	5 Februari 2018	Silaturrehmi dan penyerahan surat izin penelitian di MAN 3 Jember	Hj. Lilik Hobibah, S.Pd	
2	20 Februari 2018	Menindak lanjut surat izin penelitian dan Observasi Langsung MAN 3 Jember	H. Budi Santoso, M.Pd	
3	9 Maret 2018	Wawancara dengan Waka Humas	Musthofa Zuhri, M.Pd.I	
4	9 Maret 2018	Wawancara dengan Guru sekaligus Ketua Prodistik MAN 3 Jember	Ya Salam, S.Pd. M.M	
5	9 Maret 2018	Wawancara dengan Siswi Prodistik	Dewi Asari	
6	9 Maret 2018	Wawancara dengan Siswi kelas 3 sekaligus mantan ketua OSIM	Faridatus Sholiha	
7	22 Maret 2018	Wawancara dengan Kepala Madrasah	Drs. Asyhar, M.Pd.I	
8	22 Maret 2018	Meminta data terkait profil MAN 3 Jember	Sukisno, S.Pd	
9	19 April 2018	Observasi pada acara wisuda prodistik sebagai bentuk kegiatan madrasah yang berhubungan dengan masyarakat	Ya Salam, S.Pd. M.M	
10	20 April 2018	Wawancara dengan ketua prodistik MAN 3 Jember	Ya Salam, S.Pd. M.M	
11	20 April 2018	Meminta data peningkatan siswa	Rani Purwasih, S.Pd.I	

12	20 April 2018	Meminta dokumentasi kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran madrasah melalui prodistik sekaligus observasi prodistik	Wahyuni	
13	30 April 2018	Meminta Surat selesai penelitian	Drs. Asyhar, M.Pd.I	

Jember, 30 April 2018
Kepala MAN 3 Jember




Drs. Asyhar, M.Pd.I
19670424199703100



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos : 68136
Website : [www.http://ftik.iain-jember.ac.id](http://ftik.iain-jember.ac.id) e-mail : tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B.112/In.20/3.a/PP.009/02/2018
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

1 Februari 2018

Yth. Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember
Jalan Jend. A. Yani No.76 Kencong Jember

Assalamualaikum Wr Wb.

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

Nama : Rimadini Inas Karimah
NIM : 084 143 059
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Kependidikan Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi pemasaran madrasah melalui program pendidikan secara diploma satu teknik informasi dan komunikasi dalam meningkatkan daya saing madrasah di MAN 3 Jember selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak.

Adapun pihak-pihak yang dituju adalah sebagai berikut:

1. Kepala
2. Wakil Kepala Humas
3. Guru
4. Peserta Didik

Demikian, atasperkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb.

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN JEMBER
MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER

Jalan Jend. A. Yani 76 Telp./fax. 0336-322267, Jombang - Jember
E-mail: man.jember3@yahoo.co.id Website: www.man3jember.sch.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
NOMOR B-305/Ma.13.32.03/PP.00.9/04/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama Mahasiswa : Rimadini Inas Karimah.
Tempat Tanggal Lahir : Jombang, 26 Januari 1996
N I M : 084143059
Semester/Program Studi : VIII / MPI
Jenjang : S1
Alamat : Jl. Abd.Basyar Rt.3 Rw.3 Dusun Krajan – Sraten - Cluring- Banyuwangi.

Adalah benar - benar telah melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember selama kurang lebih 2 bulan dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul "Manajemen Pemasaran Madrasah melalui Program Pendidikan Terapan Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah di MAN 3 Jember"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

30 April 2018

Kepala Madrasah,





PROGRAM PENDIDIKAN KEAHLIAN BIDANG TIK
MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER
Bekerjasama dengan
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER SURABAYA



ANGKET PRODISTIK

Tahun 2016-2017

I. Pengantar

Angket diberikan untuk menggali minat pada Program Keahlian bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK).

Tujuan Program: membekali siswa keahlian TIK agar memiliki daya saing memasuki dunia kerja atau perguruan tinggi pasca lulus dari Madrasah.

Sarana Pembelajaran: 2 ruang laboratorium (1 siswa dengan 1 komputer). Disarankan memiliki LAPTOP pribadi.

Jam Belajar : dilaksanakan setelah jam belajar sekolah (tatap muka sore).

Monitoring dan Evaluasi ITS diadakan minimal satu semester sekali.

Sertifikat Kelulusan: program keahlian ditandatangani ITS diberikan kepada siswa yang telah lulus.

Kurikulum Umum: didesain oleh ITS Surabaya untuk siap ke dunia kerja (pembelajaran terdiri dari 20% teori dan 80% praktek). Beban studi 25 sks selama 5 semester. Sebaran mata kuliah sebagai berikut:

- A. Mata Kuliah dasar TIK** diikuti semua siswa peserta prodistik selama kelas X (semester 1 dan 2), meliputi mata kuliah sistem operasi, MS Word, MS Excel, MS power point, internet, basic design.
- B. Mata Kuliah keahlian** diikuti siswa prodistik yang naik kelas XI (semester 3 dan 4). Adapun pilihan program keahlian dan mata kuliahnya yaitu:
- Keahlian perkantoran:** MS Acces, Komputer administrasi (MS Word Advanced, MS Visio, Komputer Akuntansi (MS Excel advanced).
 - Keahlian desain grafis :**Google SketcUp, Adobe Photoshop Advanced, Corel Draw Advanced, Adobe Illustrator).
 - Keahlian Editing Video:** Adobe Photoshop Advanced, Adobe Premier, Adobe Affter Efect, 3D S Max.
 - Keahlian Animasi:** Adobe Photoshop Advanced, Adobe Flash, Blender 3D Modeling, 3D S Max.
 - Keahlian Programming:** MS Acces, Visual Basic, Web Programing, Android Programing.
 - Keahlian Elektro Robotika:** Basic Microcontroler, Pemrograman C++, Proyek robotika dg Arduino, Trouble Shooting.
- C. Mata Kuliah Akhir**, diterima oleh siswa prodistik yang naik kelas XII (semester 5), yaitu: Personality & Career Development, Final Project (Tugas Akhir).

II. Isian

A. Identitas

Nama Siswa :

Alamat :

Tempat selama sekolah :

- a. Pulang ke rumah b. Kos c. Pondok MADAF d. Pondok Durotuttolibin.

B. Pernyataan

Setelah menerima penjelasan dan membaca pengantar di atas dengan ini saya, menyatakan dengan sungguh-sungguh untuk

- Mengikuti PRODISTIK, dengan rencana program keahlian
 - Keahlian perkantoran
 - Keahlian desain grafis
 - Keahlian Editing Video
 - Keahlian Animasi
 - Keahlian Programming
 - Keahlian Elektro Robotika
- Tidak Mengikuti PRODISTIK, karena minat keterampilan lainnya
 - Tata Busana
 - Tata Boga
 - Tata Rias
 - Kewirausahaan.
 -

Menyetujui
Orang tua/wali/pengasuh pesantern

Jember, Agustus 2016
Yang menyatakan

Harap serahkan kembali angket ini ke PRODISTIK: Sabtu, 6 Agustus 2016



**PROGRAM PENDIDIKAN TERAPAN BIDANG TIK
MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER**

Kerjasama Dengan

INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER SURABAYA



ANGKET PROGRAM KEAHLIAN

Tahun Akademik 2017-2018

I. Pengantar

Angket ini digunakan sebagai dasar penentuan program keahlian yang akan ananda jalani pada tahun akademik 2017-2018. Angket ini didasarkan kurikulum terbaru pada program pendidikan terapan bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (PRODISTIK) kerjasama dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS Surabaya). Terdapat 6 program yang disusun oleh ITS Surabaya, yaitu perkantoran, desain grafis, editing video, animasi, programing dan robotika. Pada tahap awal MAN 3 Jember menawarkan 3 program keahlian yaitu perkantoran, desain grafis dan editing video.

Terdapat 4 mata kuliah utama, yang akan diterima ananda saat belajar di kelas XI. Adapun mata kuliah pada masing-masing program keahlian sebagai berikut:

- A. Program keahlian perkantoran : Microsoft Acces, komputer administrasi (MS Word Advanced), Microsoft Visio dan komputer akuntansi (MS Excel Advanced).
- B. Program keahlian desain grafis : Google Sketch Up, Adobe Photoshop Advanced, Corel Draw Advanced dan Adobe Illustrator.
- C. Program keahlian editing video : Adobe photoshop advanced, Adobe flash, Blender 3D Modelling dan 3D S Max.

II. Isian

A. Identitas

Nama Siswa :

Kelas/Grup :

Alamat :

B. Pernyataan

Setelah menerima penjelasan dan membaca pengantar di atas dengan ini saya, menyatakan dengan sungguh-sungguh untuk memilih program keahlian :

PILIHAN PROGRAM (lingkari tanda A, B, C)	URUTAN PILIHAN (lingkari urutan prioritas pilihan)		
A. Program keahlian perkantoran	1	2	3
B. Program keahlian desain grafis	1	2	3
C. Program keahlian editing video	1	2	3

Siswa diharuskan memilih 2 jenis pilihan program, sesuaikan dengan bakat dan minat. Jumlah siswa masing-masing program dibatasi 40 orang, jika prioritas 1 telah penuh pada salah satu program pilihan siswa akan dipindahkan ke pilihan 2. Keputusan pengelola atas dasar runtut waktu, siswa yang lebih cepat mengumpulkan angket ini, akan diprioritaskan ke pilihan 1. Karena itu pengumpulan dilakukan secara individual (jika memungkinkan akan di-interview langsung).

Jember, 2017
Yang menyatakan



PROGRAM KEAHLIAN TERAPAN
MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER
Kerjasama dengan
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
web: www.man3jember.sch.id e-mail: prodiman3jember@gmail.com



PRODISTIK JOB DISCRPTION

KETUA

1. Merencanakan kegiatan PRODISTIK sehari-hari, tahunan dan insidental
2. Merencanakan kebutuhan sumber daya PRODISTIK (keuangan, promosi, SDM dan Operasional)
3. Merencanakan pengembangan program pendidikan lainnya.
4. Mengorganisir semua kegiatan PRODISTIK, baik internal maupun external.
5. Terlibat dalam kegiatan PRODISTIK baik secara langsung maupun tidak langsung
6. Melakukan fungsi kontrol kegiatan PRODISTIK, guna menjaga mutu output pembelajaran
7. Membuat pertanggungjawaban administratif internal (kepada Ka. MAN 3 Jember) dan pertanggungjawab administratif external (DISNAKER & ITS Surabaya melalui Ka. MAN 3 Jember)

BENDAHARA

1. Merencanakan kebutuhan keuangan tahunan dan insidental
2. Merencanakan kebutuhan sarana penunjang kegiatan Prodistik
3. Merencanakan kegiatan usaha prodistik dalam upaya untuk mendapatkan penerimaan keuangan lain yang sah
4. Menerima dan mendistribusikan keuangan guna kelancaran program
5. Membuat laporan bulanan untuk disampaikan ke Ka. MAN 3 Jember
6. Kegiatan lain yang relevan

KOORDINATOR AKADEMIK DAN KESISWAAN

1. Melaksanakan kegiatan penerimaan siswa baru
2. Melaksanakan kegiatan kuliah tamu baik dari ITS atau instansi lainnya
3. Mengkoordinasikan pembuatan SAP, Modul, bahan ajar dan Bank Soal
4. Mengadministrasikan kegiatan pembelajaran, sarana dan prasarana pembelajaran
5. Melaksanakan kegiatan Ujian Mid semester/Ujian semester
6. Melaksanakan pelaporan pembelajaran (rekap nilai, KHS dll)
7. Melaksanakan kegiatan Tugas Akhir (TA)
8. Kegiatan lain yang relevan.

KOORDINATOR KERJASAMA DAN PROMOSI

1. Merencanakan kegiatan untuk meningkatkan daya saing madrasah melalui bidang IT.
2. Mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan kuliah tamu
3. Mengkoordinasikan pelaksanaan Wisuda/Pelepasan siswa
4. Mengkoordinasikan pelaksanaan PROCOMITS, EXPO dan sejenisnya
5. Melaksanakan kegiatan promosi dan lomba bidang IT.
6. Melaksanakan kegiatan kerjasama dengan internal maupun external madrasah (dunia usaha, lintas instansi, PKL dll)
7. Melaksanakan kegiatan komunikasi dalam hubungannya dengan pihak luar (sosialisasi, bimbingan siswa/pemanggilan wali,)
8. Kegiatan lain yang relevan.

PENGAJAR

1. Membuat SAP, Modul, bahan ajar dan Bank Soal sesuai mata kuliah yang diampu
2. Melaksanakan kegiatan perkuliahan
3. Melakukan evaluasi kegiatan perkuliahan per tatap muka, U Mid semester dan akhir semester
4. Merencanakan dan melaksanakan kegiatan pengayaan (misalnya dalam ekstrakurikuler) jika dipandang perlu
5. Kegiatan lain yang relevan

**PROGRAM KERJA PRODISTIK/KETERAMPILAN MAN 3 JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2017 / 2018**

N O	PROGRAM KERJA	URAIAN KEGIATAN	TARGET/TUJUAN	SASARAN	ANGGARAN	PELAKSANA	WAKTU
1	2	3	4	5	6	7	8
A	PROGRAM TAHUNAN BIDANG KESISWAAN						
1	Penerimaan Siswa PRODISTIK Baru	1. Penyebaran angket Prodistik/ keterampilan 2. Interview tentang kesanggupan siswa dan orang tua	Mendapatkan siswa dengan Keahlian Terapan Multimedia(Edit Video), Operator Komputer (Perkantoran), Desain Busana (Desain Grafis)	Seluruh Siswa Kelas X tahun ajaran 2017/2018	Keuangan Prodistik	Pengelola PRODISTIK	Juli 2017
2	MOSIBAPRO	Ceramah program/kegiatan PRODISTIK/keterampilan	Siswa baru mengenal PRODISTIK dan Keegiatannya	Siswa baru hasil seleksi	Keuangan Prodistik	Exco Siswa Prodistik	Juli 2017 (1 Hari)
3	GROUP REPLACEMENT	Penempatan siswa dalam kelas dan group berdasar minat pada program keahlian yang dipilih	Siswa mendapatkan kelas dan group keahlian yang sesuai	Siswa baru hasil seleksi	Keuangan Prodistik	Pengelola PRODISTIK	Juli 2017
4	Unit Kegiatan Extra Prodistik	Penerimaan anggota baru kegiatan extra prodistik dengan mengedarkan formulir	Mendapatkan siswa peminat extra pemrograman robotika, perfilman, desain grafis/animasi @ 25 siswa (maksimal)	Siswa baru hasil seleksi	Keuangan Prodistik	Exco Siswa Prodistik	Agustus 2017
5	Pembentukan EXCO	Pemilihan dilanjutkan pelantikan anggota Organisasi Executive Officer siswa (PRODISTIK)	EXCO menjalankan program tahunan yang direncanakan dan mingguan dalam bentuk latihan dan lomba robotika, film dan desain	Siswa PRODISTIK/ keterampilan	Keuangan Prodistik	Exco Siswa Prodistik	Agustus 2017 (sdh terbentuk)
6	Bazar Exco	Melaksanakan praktek produksi dan penjualan dalam even tertentu	Siswa memiliki pengalaman nyata di dunia usaha dan mampu memanfaatkan peluang	Siswa PRODISTIK/ keterampilan			
7	Pemilihan Ketua Group/Keahlian	Melakukan seleksi ketua group	Mendapatkan perangkat Group yang Valid	Siswa PRODISTIK/ keterampilan		Exco Siswa Prodistik	Juli 2017
8	ILTC (Indonesian Line Tracer Competition) ITS Surabaya	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika		Exco Siswa Prodistik	Desember 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			Januari 2017
		3. Lomba di ITS Surabaya	Mempertahankan/meningkatkan peringkat kejuaraan NASIONAL yang pernah diperoleh	Peserta ILTC			Pebruari 2017
9	IARC (Industrial Aotomation and Robotic Competition)	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika		Excecutive Officer Siswa Prodistik	Januari 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			Pebruari 2017

	ITS Sby	3.Lomba di ITS Surabaya	Memperoleh kejuaraan di tingkat NASIONAL	Peserta IARC			Maret 2017
10	SCTV Award	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Perfilman			
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Perfilman			
		3.Lomba di TransTV Jakarta	Memperoleh kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta SCTV Award			
11	LIFOCO Yogyakarta	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika			
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			
		3. Lomba di STTN BATAN Yogyakarta	Mendapatkan kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta LIFOCO			
12	Lomba Animasi	Mengikuti even lomba Animasi yang diselesnggarakan TV nasional	Mendapatkan kejuaraan Film tingkat NASIONAL				
13	Festival Film Pelajar Jogjakarta	Mengikuti even lomba Film yang diselesnggarakan tingkat nasional	Mendapatkan kejuaraan Film tingkat NASIONAL				
14	SGD UIN Sunan Gunung Djati Bandung	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika		Exco Siswa Prodistik	Desember 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			
		3.Lomba di UIN Bandung	Memperoleh kejuaraan NASIONAL	Peserta SGD RC			April 2018
B	PROGRAM TAHUNAN BIDANG AKADEMIK						
1	Kegiatan Belajar Mengajar Prodistik/ Ketrampilan Semester 1	Perkuliahan/pembelajaran PRODISTIK/keterampilan dengan 80 % praktek, 20 % Teori. Penambahan tugas praktek bagi yang mengikuti PRODISTIK	Siswa menguasai IT sesuai bidang keahlian yang dipilinya	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Pengelola PRODISTIK	Juli 2017 - Desember 2017
2	Ujian MID Semester 1 Prodistik/Ketrampilan	Ujian Praktek di LAB sesuai bidang Keahlian. Ada tambahan Tugas pembuatan proyek bagi yang mengikuti Prodistik	Mengukur dan mendiagnosa pembelajaran siswa. Penilaian dengan output KHS menggunakan standar ITS bagi siswa PRODISTIK	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Pengelola PRODISTIK	25 -30 September 2017
3	Ujian Akhir Semester 1 Prodistik/Ketrampilan	Ujian Praktek di LAB sesuai bidang Keahlian. Ada tambahan proyek bagi yang mengikuti Prodistik	Mengukur dan mendiagnosa pembelajaran siswa. Penilaian dengan output KHS menggunakan standar ITS bagi siswa PRODISTIK	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Panitia	13-18 Desember 2017

4	Kegiatan Belajar Mengajar Prodistik/ Ketrampilan Semester 2	Perkuliahan/pembelajaran PRODISTIK/keterampilan dengan 80 % praktek, 20 % Teori. Penambahan tugas praktek bagi yang mengikuti PRODISTIK	Siswa menguasai IT sesuai bidang keahlian yang dipilinya	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Pengelola PRODISTIK	Januari 2018 - Juni 2018
5	Ujian MID Semester 2 Prodistik/Ketrampilan	Ujian Praktek di LAB sesuai bidang Keahlian. Ada tambahan Tugas pembuatan proyek bagi yang mengikuti Prodistik	Mengukur dan mendiagnosa pembelajaran siswa disesuaikan dengan standar ITS Surabaya	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Pengelola PRODISTIK	26-31 Maret 2018
6	Ujian Akhir Semester 2 Prodistik/Ketrampilan	Ujian Praktek di LAB sesuai bidang Keahlian. Ada tambahan Tugas pembuatan proyek bagi yang mengikuti Prodistik.	Mengukur dan mendiagnosa pembelajaran siswa. Penilaian dengan output KHS menggunakan standar ITS bagi siswa PRODISTIK	Seluruh Siswa tahun akademik 2017/2018		Panitia	18-23 Juni 2018
7	Optimalisasi Prakarya	Melaksanakan pembelajaran Prakarya pemrograman dan tata busana bagi kelas IX dengan arah lebih ke produk.	Siswa mampu menerapkan Prakarya pemrograman untuk alat yang berguna untuk kehidupan sehari-hari. Jika mungkin diikuti dalam even lomba tingkat nasional.	Siswa Prodistik			
8	Kuliah Tamu Kelas X	Kuliah UMUM oleh ITS Surabaya tentang Motivasi Prodistik dan Personality	Siswa mendapat pemantapan untuk mengikuti PRODISTIK	Siswa Kelas X		Panitia	Sabtu, 5 Agustus 2017
9	Kuliah Tamu Kelas XII (atau Wisata Kampus)	Kuliah UMUM di MAN 3 Jember atau di ITS oleh dosen ITS Surabaya tentang dunia Usaha/ Kerja dan Perguruan Tinggi	Siswa mendapat informasi dunia kerja dan Perguruan tinggi	Siswa Kelas XII		Panitia	Sabtu, 3 Maret 2018
10	Magang/praktek kerja	Praktek di dunia kerja sesuai program keahlian (pada tahap uji coba hanya diikuti oleh siswa yang terbaik)	Siswa memiliki pengalaman nyata di dunia kerja	Siswa yang terpilih/ditunjuk.			Liburan Semester 1 atau 2
11	Bimbingan TA	Siswa mengerjakan TA dengan bimbingan pengajar PRODISTIK	Siswa menyelesaikan Tugas Akhir (TA) tepat waktu	Siswa Kelas XII			Juli 2017-Desember 2017
12	Seminar TA	Siswa mempresentasikan Proposal TA (BAB 1, 2 , 3) dihadiri siswa PRODISTIK Kelas XI dan XII dibimbing guru/dosen	Tugas Akhir Siswa menjadi lebih matang dan baik	Siswa Kelas XII	Panitia		18 September 2017 – 28 Oktober 2017

13	Ujian TA	Siswa bertanggungjawabkan Tugas Akhir dihadapan Dewan Penguji TA dari Internal atau External sesuai jadwal ujian	Siswa Lulus dari Prodistik dengan hasil baik	Siswa Kelas XII	idem		1 Desember 2017 - 23 Desember 2017
14	WISUDA	Prosesi penyerahan Sertifikat Program Keahlian Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi	Siswa memiliki bekal yang cukup untuk ke dunia kerja/perguruan tinggi	Siswa Kelas XII		Panitia	Januari 2018
15	Pelayanan Pelatihan	Memberikan bantuan pelayanan atas kegiatan Pendidikan dan latihan yang dilaksanakan panitia dari internal madrasah atau external Madrasah	Memberikan layanan secara optimal demi terlaksananya kegiatan yang diajukan dari komponen madrasah dan luar madrasah	Seluruh komponen madrasah baik akademik maupun non akademik			Senin atau sabtu (tanggal menyesuaikan kebutuhan)
C	PROGRAM TAHUNAN BIDANG SARANA AKADEMIK/NON AKADEMIK						
1	CPU Core i3	Pengajuan 15 Unit Komputer untuk Lab C (Desain dan Pemrograman)	Terpenuhinya 15 Unit Komputer untuk Lab C (Desain dan Pemrograman)		Keuangan Madrasah		
2	Kamar Kecil Lantai 2	Pengajuan Kamar Kecil Lantai 2	Tersedianya sarana penunjang guna efektifitas pembelajaran				
3	Audio/Video Mixer	Pengajuan Audio/Video Mixer	Tersedianya sarana pendukung pembelajaran multimedia guna efektifitas pembelajaran				
4	Lighting	Pengajuan Lighting	Tersedianya sarana pendukung pembelajaran multimedia/fotografi guna efektifitas pembelajaran				
5	Workshop (Lab Dunia Usaha)	Mengupayakan sewa Toko di Jalan Raya untuk tempat praktek Produksi dan Penjualan Barang Produksi Siswa	Tersedianya Tempat untuk siswa prodistik melakukan praktek kerja di dunia nyata				
6	Mesin Jahit Digital	Mengajukan penambahan mesin jahit Digital sejumlah 5 unit.	Tercukupinya jumlah mesin jahit digital untuk praktek siswa				
7	Mesin Cutting	Mengajukan Pengadaan Mesin untuk praktek desain kaos berwarna.	Tersedianya mesin cutting untuk praktek desain.				
8	Robot Transporter manual, Transpoter micro, robot sumo RC	Mengajukan pengadaan robot transporter manual, micro dan Sumo RC sebanyak @ 2 unit	Tersedianya robot transporter manual, microcontroler dan robot sumo RC untuk penyiapan lomba tingkat Nasional				

9	Sismin Atmega32 & arduino Uno	Mengajukan pengadaan 20 Unit Sistem minimum untuk Praktek pemrograman	Tersedianya Sistem minimum untuk Praktek pemrograman				
10	Perawatan Komputer berkala	Melaksanakan perawatan dan perbaikan komputer rutin, minimal tiap 3 bulan menjelang Mid Semester dan Ujian Akhir Semester	Tersedianya 35 komputer tiap Laboratorium dalam keadaan siap pakai			Ka. Laboratorium dan Teknisi	
11	Perawatan/perbaikan jaringan	Melaksanakan perawatan dan perbaikan jaringan secara rutin, minimal menjelang UNBK	Tersedianya jaringan yang berjalan baik			Ka. Laboratorium dan Teknisi	
12	Pengadaan Viewer LED/LED TV 60"	Pembelian 3 Viewer Standar Aula atau TV LED layar lebar	Tersedianya sarana presentasi yang baik untuk kegiatan perkuliahan atau pelayanan lainnya.				
13	Tenda Traveling	Mengajukan sarana tenda untuk praktek penjualan siswa prodistik	Tersedianya sarana mobile untuk praktek pemasaran produk siswa				
14	Software Original	Mengajukan pembelian MS Office, Corel Draw, Corel Video Studio, Adobe Premier	Tersedianya software original sesuai saran ITS Surabaya, setidaknya masing-masing 1 keping untuk sarana mengerjakan Tugas Akhir				
15	Mading/Papan Pengumuman	Mengajukan Mading/Papan Pengumuman					
D	PROGRAM TAHUNAN BIDANG KETENAGAAN						
1	Rekrutmen	Mengajukan tenaga pengajar setidaknya 1 orang bergelar S.Kom/S.ST	Terpenuhinya jumlah pengajar sesuai dengan jumlah program keahlian dan jumlah siswa				
		Menambah tenaga Pengelola (Akademik/Kesiswaan, Sarana/Teknisi/Kehumasan)	Tercukupinya tenaga pengelola mengingat kegiatan Prodistik/Keterampilan yang banyak				
2	ToT	Mengajukan kegiatan Training of Trainer ke ITS Surabaya untuk pengajar belum memiliki sertifikat pengajar dari ITS Surabaya	Makin tingginya kemampuan pengajar dalam menyampaikan materi sesuai program keahlian yang ada kepada siswa.				
3	Diklat Persiapan Procomit	Mengikuti program kegiatan Pelatihan Pemrograman Android untuk pengoperasian Robotika	Guru dan siswa memiliki kemampuan tambahan pemrograman android untuk robotika.				

		yang diagendakan oleh ITS Surabaya					
4	UPGRADING	Mengikuti/melaksanakan kegiatan pelatihan dengan pemateri oleh ITS Surabaya	Guru memiliki ilmu terbaru dalam bidang IT, guna peningkatan kualitas keterampilan siswa				

N O	PROGRAM KERJA	URAIAN KEGIATAN	TARGET/TUJUAN	SASARAN	ANGGARAN	PELAKSANA	WAKTU
1	2	3	4	5	6	7	8
E	PROGRAM PRIORITAS						
1	Gedung/Ruang LAB. C	Pengajuan Penambahan Volume ruang Laboratorium Desain dan Pemrogram	Terpenuhinya ruang lab C yang mampu menampung 35 Unit Komputer				
2	R Ujian TA/ Ruang Pengajar/Data center/Administrasi/Multimedia/Studio	Pengajuan R Ujian TA/ Ruang Pengajar/Data center/Administrasi/Multimedia/Studio	Terpenuhinya Ruang Ujian TA/Kantor Pengajar/Administrasi/ Penyimpanan Inventaris				
3	PROCUMMIT (Program Competition for Madrasah in Information and Tecknology) ITS Surabaya	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta lomba Robotika, Film, Animasi, Pemrograman dan Desain yang siap tanding	Siswa-siswi PRODISTIK		Panitia	September 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang tangguh dalam perlombaan	Siswa-siswi PRODISTIK			Oktober 2017
		3. Perlombaan di ITS Surabaya	Mempertahankan/meningkatkan kejuaraan tingkat JATIM-KALTENG	Peserta lomba			Nopember 2017
4	BARONAS (Lomba Robotika Nasional) ITS Surabaya	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta lomba Robotika	Siswa-siswi			September 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang tangguh dalam perlombaan	Siswa EXTRA			Oktober 2017
		3. Perlombaan di ITS Surabaya	Memperoleh kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta lomba			Nopember 2017
5	TECHNOCORNER UGM Yogyakarta	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika			Januari 2017
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			Pebruari 2017

		3. Lomba di Universitas Gajahmada Yogyakarta	Memperoleh kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta Technocorner			Maret 2017
6	FFPI (Festival Film Pendek Indonesia)	Mengikuti FFPI (Festival Film Pendek Indonesia)	Mendapatkan Kejuaraan Film pada FFPI	Siswa Film			
7	EUREKA ITB Bandung	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika			
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			
		3.Lomba di ITB Bandung	Memperoleh kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta EUREKA			
8	FKRI (Festival dan Kompetisi Robotika Indonesia) di Jakarta	1. Pelatihan Intensif	Mendapatkan sebanyak-banyaknya peserta	Siswa Robotika			
		2. Seleksi Peserta	Mendapatkan peserta yang handal	Siswa Robotika			
		3.Lomba di Kementerian Agama Jakarta	Memperoleh kejuaraan tingkat NASIONAL	Peserta FKRI			

IAIN JEMBER

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 4.1

Penandatanganan MOU Prodistik dan kuliah tamu sebagai salah satu wujud kerjasama yang dihasilkan dari MOU



Gambar 4.2

Brosur hasil desain siswa

IAIN JEMBER



Gambar 4.3

Pelaksanaan wisuda prodistik angkatan 3 pada tanggal 19 April 2018



Gambar 4.4

Pelaksanaan Tugas akhir siswa prodistik di Perpustakaan sekolah lain



Gambar 4.5

Mengikuti lomba procomit di ITS



Gambar 4.6

Pemasaran madrasah tidak langsung melalui neon box Prodistik



Gambar 4.7

Proses kegiatan belajar dan praktek di kelas prodistik



Gambar 4.8

Prestasi yang di raih siswa prodistik

BIODATA PENULIS

Nama : Rimadini Inas Karimah
NIM : 084143059
TTL : Jombang, 26 Januari 1996
Alamat : Jl. Abdul Basyar Dsn.Krajan –
RT03/RW03 Ds. Sraten – Kec.
Cluring – Kab. Banyuwangi
Fakultas : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu
Keguruan (FTIK)
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
(MPI)



Riwayat Pendidikan

TK : TK Khadijah 74 Sraten (2000 - 2002)
SD : MI Al-Fatah Sraten (2002 - 2008)
SMP : MTs Negeri Srono (2008 - 2011)
SMA : SMA Negeri 1 Cluring (2011 - 2014)
**PERGURUAN
TINGGI (S1)** : IAIN Jember (2014 – 2018)

Pengalaman Organisasi :

Bendahara Umum KOMSI (Komunitas Seni) IAIN Jember

IAIN JEMBER