

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU
DI MIMA 01 KH. SHIDDIQ KABUPATEN JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019**

TESIS



Oleh:

SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH

NIM: 0849117040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA IAIN JEMBER
2019**

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU
DI MIMA 01 KH. SHIDDIQ KABUPATEN JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)



Oleh:

SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH

NIM: 0849117040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA IAIN JEMBER
2019**

PERSETUJUAN

Tesis dengan judul "STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU DI MIMA 01 KH. SHIDDIQ KABUPATEN JEMBER TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019" yang ditulis oleh **Silfiyah Aisyatul Mazyah** ini, telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan didepan dewan penguji tesis.

Jember, 23 Juli 2019

Pembimbing I

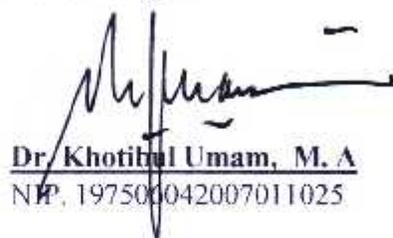


Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M.

NIP. 196902031999031007

Jember, 23 Juli 2019

Pembimbing II



Dr. Khotilul Umam, M.A

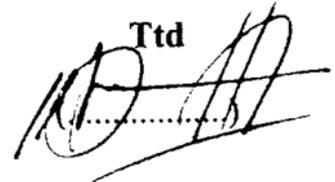
NIP. 197500042007011025

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019” yang ditulis oleh Silfiyah Aisyatul Maziyah ini, telah dipertahankan di depan Dewan Peguji Tesis Pascasarjana IAIN Jember pada hari Kabu tanggal 3 Juli dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)

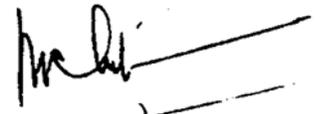
DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, M.Pd.I
NIP. 197403202007101009

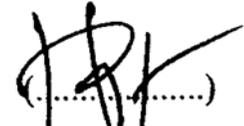
Ttd


2. Anggota :

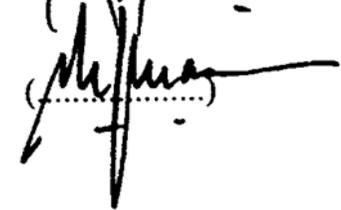
a. Penguji Utama : Prof. Dr. Hj. Titiek Rohanah Hidayati, M.Pd (.....)
NIP. 195310111979032001



b. Penguji I : Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M
NIP.196902031999031007

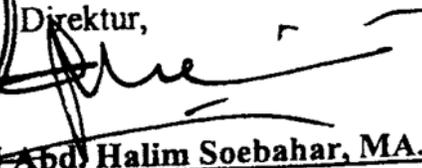


c. Penguji II : Dr. Khotibul Umam, M.A
NIP. 197506042007011025





Mengesahkan
Pascasarjana IAIN Jember
Direktur,


Dr. H. Abd Halim Soebahar, MA.
NIP. 196101041987031006

ABSTRAK

Maziyah, Silfiyah Aisyatul. 2019. *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019*. Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana IAIN Jember. Pembimbing I : Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M.dan Pembimbing II : Dr. Khotibul Umam, M.A

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran Sekolah, Rekrutmen Peserta Didik*

Pendidikan mempunyai peran penting untuk menjamin perkembangan dan kelangsungan kehidupan suatu bangsa dan juga menjadi tolak ukur kemajuan yang menjadi cermin kepribadian masyarakat. Saat ini banyak sekali lembaga-lembaga pendidikan yang berdiri tetapi jumlah peserta didik semakin sedikit. Hal ini mengakibatkan lembaga-lembaga pendidikan saling bersaing untuk mendapatkan peserta didik yang banyak. Apabila sekolah tersebut tidak mampu bersaing dengan yang lainnya maka akan mendapatkan peserta didik yang sedikit bahkan banyak yang ditutup karena tidak ada peserta didiknya. Pemasaran jasa pendidikan harus mempunyai ide-ide kreatif untuk lembaganya dalam menghadapi perkembangan zaman. Oleh sebab itu, strategi pemasarannya harus tepat sasaran dalam jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Fokus penelitian ini adalah : 1) Bagaimana konsep perencanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019, 2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didikbaru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 3) Bagaimana faktor pendukung dan kendala pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019.

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif jenisnya fenomenologis. Pengumpulan Data menggunakan metode : observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis interaktif model Milis and Hubberman yaitu : data *collection* (pengumpulan data), data *condensation* (kondensasi data), data *display* (Penyajian Data), *conclusions* (penarikan kesimpulan). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik : observasi partisipan, wawancara terbuka dan dokumentasi sedangkan untuk mengecek Keabsahan Data memakai : Uji Kredibilitas yaitu (1) *Triangulasi* diantaranya triangulasi sumber dan triangulasi teknik/metode.

Hasil penelitian ini adalah 1) Konsep perencanaan strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru menggunakan Bauran Pemasaran (4P) konsep produk (*product*), konsep harga (*price*), konsep promosi (*promotion*) dan konsep tempat (*place*). 2) Pelaksanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*. 3) Faktor pendukung dan kendala pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru terdiri Faktor Pendukung Pemasaran menjalin kepercayaan kepada masyarakat dan Faktor kendala pemasaran terdapat pada minimnya akses media informasi lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

ABSTRACT

Maziyah, Silfiah Aisyatul. 2019. *School Marketing Strategy for Students' Recruitment at MIMA 01 KH. ShiddiqJember in 2018/2019 Academic Year*. Thesis. Graduate Program of Management of Islamic Education, State Institute of Islamic Studies (IAIN) of Jember. Advisors I: Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. and advisor II: Dr. Khotibul Umam, M.A

keywords: school marketing strategy, students' recruitment

Education has an important role to ensure the development and the survival of a nation and also becomes a benchmark for progress that becomes a mirror of the personality of society. Nowadays, there are many educational institutions found but the number of students is getting smaller. As a result, educational institutions compete each other to get more students. If the school is not able to compete one another, its number of students will get smaller or even many are closed because they have no students. Thus, the marketing of education services must include creative ideas for their institutions in facing the era. Therefore, the marketing strategy must be right on target in the short, medium and long term.

The focuses of the study are as follows: 1) How is the marketing planning concept for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year, 2) How is the implementation of marketing for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year, 3) What are the supporting factors and marketing constraints for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year.

The research approach implemented is qualitative descriptive approach with phenomenology research design. Data collection methods applied are observation, interviews and documentation. Interactive analysis techniques namely Milis and Hubberman model was carried out to analyze the data, which includes data collection, data condensation, data display, conclusions drawing. Data collection techniques used are namely participant observation, open interviews and documentation; while to check the validity of the data, credibility test was applied by using triangulation, namely source triangulation and technique/method triangulation.

The research findings are as follows 1) The concept of marketing strategy planning for students recruitment applied the Marketing Mix (4P) the concept of product, the concept of price, the concept of promotion and the concept of place. 2) Marketing implementation for students' recruitment implemented market identification and market segmentation and positioning. 3) Supporting factors and marketing constraints for students' recruitment consisted of marketing support factors by establishing trust in the community and marketing constraints factor was the existence of a few access on information media institutions to have programs to go directly to the community.

ملخص البحث

المزية، السيلفية عائشة. 2019. استراتيجية التسويق المدرسي لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2019/2018. بحث علمي. برنامج الدراسات العليا قسم إدارة التربية الإسلامية، الجامعة الإسلامية الحكومية بجمبر تحت الإشراف: (1) الدكتور الحاج حفني الماجستير، و(2) الدكتور خطيب الأمم الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق المدرسي، توظيف الطلاب

إن للتربية دور ضروري في ضمان التنمية وسير حياة الأمة، واصبحت أيضًا معيارًا للتقدم لشخصية المجتمع. في هذه الأيام، يوجد هناك كثير من المؤسسات التعليمية التي لم يكن فيها عدد كبير من الطلاب. وكانت نتيجة لذلك، فتنافس المؤسسات التعليمية للحصول على عدد كبير من الطلاب. وإذا كانت المدرسة غير قادرة على منافسة مع مدرسة أخرى، فسوف يصبح عدد الطلاب أقل ويؤدي إلى إغلاق المدرسة لعدم وجود عدد كاف من الطلاب. وبناء على ذلك، فيجب أن تتضمن خدمات التسويق في مجال التسويق أفكارًا جيدة للمؤسسات في مواجهة العصر الحاضر. ولذلك، يجب أن تكون استراتيجية التسويق صحيحة على الهدف إلى المدى القصير والمتوسط والطويل.

يتركز هذا البحث على الأشياء الآتية: (1) كيف مفهوم التخطيط التسويقي لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2019/2018، و(2) كيف تنفيذ التسويق لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2019/2018، و(3) ما هي العوامل المدعمة والمعوقات في التسويق لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2019/2018.

أما طريقة البحث المستخدمة فهي المنهج الكيفي الوصفي مع تصميم بحث الظواهر. وطريقة جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والوثائق. وتم إجراء تقنيات التحليل التفاعلي من خلال نموذج لدى ميلز وهبيرمان التي تشتمل جمع البيانات، وتكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. وتستخدم الباحثة طريقة جمع البيانات وهي المراقبة المشاركة والمقابلة المفتوحة والوثائق؛ ولأجل التحقق من صحة البيانات، من خلال تطبيق اختبار المصادقية باستخدام التثليث، أي تثليث المصدر والتقنية/الطريقة.

أما النتائج التي حصلت عليها الباحثة فكما يلي (1) أن مفهوم تخطيط استراتيجية التسويق لاستقبال الطلاب بتطبيق المزيج التسويقي (4P) يعني مفهوم المنتج، ومفهوم السعر، ومفهوم الترويج، ومفهوم المكان. و(2) أن تنفيذ التسويق لاستقبال الطلاب الجدد من خلال تحديد السوق وتجزئة السوق وتحديد المواقع. و(3) أن العوامل المدعمة والمعوقات في التسويق لاستقبال الطلاب الجدد يعني من عوامل دعم التسويق من خلال بناء الثقة في المجتمع ومعوقات التسويق هي وجود عدد قليل من الوصول إلى مؤسسات وسائل الإعلام للحصول على برامج للذهاب مباشرة إلى المجتمع.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga kita masih bisa menikmati indahnya Alam ciptaan-Nya. Sholawat serta salam kita haturkan kepada teladan kita semua Nabi Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada kita jalan yang benar berupa ajaran agama yang sempurna serta menjadi rahmat bagi seluruh alam sehingga saya bisa menyelesaikan **“Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019”**dengan tepat waktu.

Oleh karena itu patut diucapkan terima kasih teriring do’a jazaakumullahu ahsanal jaza kepada mereka yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan dukungan demi penulisan tesis ini.

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan Magister Pendidikan Islam di IAIN Jember.
2. Prof. Dr. H Abd. Halim Soebahar, MA. selaku Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan kesempatan bergabung menjadi mahasiswi Pascasarjana IAIN Jember.
3. Bapak Dr. H. Zainuddin Al Haj Zaini, M.Pd.I selaku ketua prodi Manajemen Pendidikan Islam danketua pengujiyang telah memberikan motivasi serta memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan tesis.
4. Prof. Dr. Hj. Titiek Rohanah Hidayati, M.Pd selaku penguji utama yang telah memberikan motivasi dan memberikan ilmu selama menjadi mahasiswi Pascasarjana IAIN Jember.
5. Bapak Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, sekaligus memberikan banyak ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran, petunjuk dan arahan dalam penyusunan tesis.

6. Bapak Dr. Khotibul Umam, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar sampai selesai.
7. Seluruh Dosen Pascasarjana IAIN Jember yang telah banyak memberikan ilmu, mendidik dan membimbing selama penulis menempuh pendidikan di almamater tercinta.
8. Lathifatul Azizah, S.Pd selaku Kepala Madrasah yang telah bersedia memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
9. Bapak dan Ibu Guru MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang telah berkenan untuk berkerja sama dan memberikan data dan informasi penelitian dalam penyusunan Tesis ini.
10. Teman-teman seperjuangan di Pascasarjana IAIN Jember yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan hingga terselesaikannya Tesis ini.

Semoga penyusunan Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jember, 17 Juni 2019
Penulis

Silfiyah Aisyatul Maziyah
Nim : 0849117040

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB–LATIN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Definisi Istilah.....	17
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Penelitian Terdahulu	20
B. Kajian Teori	27
1. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah	27
a. Bauran Pemasaran (4P)	29
1) Produk (<i>Product</i>)	29
2) Harga (<i>Price</i>)	31
3) Promosi (<i>Promotion</i>)	32
4) Tempat / Distribusi (<i>Place</i>)	32

2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah.....	36
a. Identifikasi Pasar	38
b. Segmentasi Pasar dan <i>Positioning</i>	39
3. Faktor Pendukung dan Kendala Pemasaran Sekolah	41
a. Faktor Pendukung Pemasaran Sekolah	43
b. Faktor Kendala Pemasaran Sekolah	46
C. Kerangka Konseptual.....	48
BAB III Metode Penelitian	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian.....	54
C. Kehadiran Peneliti.....	54
D. Subjek Penelitian	55
E. Sumber Data	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	59
a. Pengamatan (<i>Observasi</i>).....	60
b. Wawancara (<i>Interview</i>).....	61
c. Dokumentasi (<i>Dokument</i>).....	63
G. Analisis Data.....	64
a. Pengumpulan Data (<i>Data Collection</i>).....	65
b. Kondensasi Data (<i>Data Condensation</i>)	65
c. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	67
d. Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusions</i>).....	67
H. Keabsahan Data	68
I. Tahapan-tahapan Penelitian	70

BAB IV Paparan Data dan Temuan Penelitian	73
A. Paparan Hasil Penelitian	73
1. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah	74
a. Bauran Pemasaran (4P)	74
1) Produk (<i>Product</i>)	74
2) Harga (<i>Price</i>)	86
3) Promosi (<i>Promotion</i>)	94
4) Tempat / Distribusi (<i>Place</i>)	97
2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah.....	101
a. Identifikasi Pasar	101
1) Kekuatan (<i>Strenght-S</i>)	102
2) Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)	104
3) Peluang (<i>Opportunities</i>)	107
4) Ancaman (<i>Treats</i>)	110
b. Segmentasi Pasar dan <i>Positioning</i>	113
1) Diferensi Produk.....	113
2) Komunikasi Pemasaran	116
a) Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	116
b) Penjualan Massal (<i>Mass Selling</i>)	118
c) Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	122
d) Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	125
e) Dari Mulut ke Mulut (<i>Word of Mouth</i>)	127
3. Faktor Pendukung dan KendalaPemasaran Sekolah	132
1) Faktor Pendukung Pemasaran Sekolah	132
2) Faktor Kendala Pemasaran Sekolah	135
B. Temuan Penelitian	138

BAB V Pembahasan.....	141
1. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah	141
a. Bauran Pemasaran (4P).	142
1) Produk (<i>Product</i>).....	142
2) Harga (<i>Price</i>).....	143
3) Promosi (<i>Promotion</i>).....	144
4) Tempat / Distribusi (<i>Place</i>)	144
2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah.....	145
a. Identifikasi Pasar	147
1) Kekuatan (<i>Strenght-S</i>)	147
2) Kelemahan (<i>Weakness-W</i>).....	147
3) Peluang (<i>Opportunities</i>)	148
4) Ancaman (<i>Treats</i>).....	148
b. Segmentasi Pasar dan <i>Positioning</i>	148
1) Diferensi Produk.....	148
2) Komunikasi Pemasaran	148
a) Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	148
b) Penjualan Massal (<i>Mass Selling</i>)	148
c) Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	149
d) Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	149
e) Dari Mulut ke Mulut (<i>Word of Mouth</i>)	149
3. Faktor Pendukung dan KendalaPemasaran Sekolah	150
1) Faktor Pendukung Pemasaran Sekolah	151
2) Faktor Kendala Pemasaran Sekolah	152
BAB VI Penutup.....	153
A. Kesimpulan	153
B. Saran	154
DAFTAR RUJUKAN.....	
Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran – Lampiran	
Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Temuan Penelitian.....	138



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 4P.....	32
Gambar 3.1 Komponen – Komponen Analisis Data Model Interaktif	64
Gambar 4.1 Rapat Kepala Madrasah dengan panitia PPDB	85
Gambar 4.2 Juara Lomba MT2Q	85
Gambar 4.3 Formulir PPDB.....	92
Gambar 4.4 Panitia PPDB.....	94
Gambar 4.5 Brosur PPDB	97
Gambar 4.6 Baner/Baleho PPDB	100
Gambar 4.7 Calon Peserta Didik PPDB.....	100
Gambar 4.8 Pamflet MT2Q	104
Gambar 4.9 Struktur Organisasi Sekolah.....	107
Gambar 4.10 Pelaksanaan MT2Q	109
Gambar 4.11 Reward MT2Q	109
Gambar 4.12 Slogan MT2Q.....	116

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Temuan Penelitian.....	138



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 4P.....	32
Gambar3.1 Komponen – Komponen Analisis Data Model Interaktif	64
Gambar 4.1 Rapat Kepala Madrasah dengan panitia PPDB	85
Gambar 4.2 Juara Lomba MT2Q	85
Gambar 4.3 Formulir PPDB.....	92
Gambar 4.4 Panitia PPDB.....	94
Gambar 4.5 Brosur PPDB	97
Gambar 4.6 Baner/Baleho PPDB	100
Gambar 4.7 Calon Peserta Didik PPDB.....	100
Gambar 4.8 Pamflet MT2Q	104
Gambar 4.9 Struktur Organisasi Sekolah.....	107
Gambar 4.10 Pelaksanaan MT2Q	109
Gambar 4.11 Reward MT2Q	109
Gambar 4.12 Slogam MT2Q.....	116

IAIN JEMBER

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan Tesis ini adalah sebagai berikut:

No	Arab	Indonesia	Keterangan	Arab	Indonesia	Keterangan
1	ا	‘	Koma diatas	ط	t}	Te dengan titik diwabah
2	ب	B	Be	ظ	z	Zed
3	ت	T	Te	ع	‘	Koma diatas terbalik
4	ث	Th	Te ha	غ	gh	Ge ha
5	ج	J	Je	ف	f	Ef
6	ح	h}	Ha dengan titik dibawah	ق	q	Qi
7	خ	Kh	Ka ha	ك	k	Ka
8	د	D	De	ل	l	El
9	ذ	Dh	De ha	م	m	Em
10	ر	R	Er	ن	n	En
11	ز	Z	Zed	و	w	We
12	س	S	Es	هـ	h	Ha
13	ش	Sh	Es ha	ء	‘	Koma diatas
14	ص	s}	Es dengan titik dibawah	ي	y	Es dengan titik dibawah
15	ض	d}	De dengan titik dibawah	-	-	-

2. Vokal rangkap atau dipotong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan gabungan huruf sebagai berikut:

- a. Vokal rangkap (أُ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya: *al-yawm*.
- b. Vokal rangkap (أَيُّ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya: *al-bayt*.

3. Vokal panjang atau maddah bahasa Arab yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf dan tanda *macron* (coretan horisontal) di atasnya, misalnya (الْفَاتِحَةُ = *al-fāṭihah*), (الْعُلُومُ = *al-'ulūm*) dan (قِيَمَةٌ = *qīmah*).
4. *Syaddah* atau *tasydid* yang dilambangkan dengan tanda *syaddah* atau *tasydid*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang bertanda *syaddah* itu, misalnya (هَدُّ = *haddun*), (سَدُّ = *saddun*), (طَيِّبٌ = *tayyib*).
5. Kata sandang dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan huruf *alif-lam*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “al”, terpisah dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya (الْبَيْتُ = *al-bayt*), (السَّمَاءُ = *al-samā'*).
6. *Tā' marbūtah* mati atau yang dibaca seperti ber-*harakat sukun*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “h”, sedangkan *tā' marbūtah* yang hidup dilambangkan dengan huruf “t”, misalnya (رُوَيْهَةُ الْهَيْلَالِ = *ru'yah al-hilāl* atau *ru'yatul hilāl*).
7. Tanda *apostrof* (') sebagai transliterasi huruf *hamzah* hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau di akhir kata, misalnya (رُوَيْهَةُ = *ru'yah*), (فُقَهَاءُ = *fuqahā'*).

IAIN JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sebuah organisasi dapat mempertahankan sebuah produk unggulannya tidak mudah jika tidak ada sebuah rancangan khusus atau strategi khas yang mampu dipertanggung jawabkan dalam menjalankan visi misinya. Dibutuhkan sebuah kerjasama dengan masyarakat luas dalam mempromosikan serta komitmen mempertahankan sebuah produk unggulan dalam memasarkan produk di kalangan masyarakat.

Konsep tentang pemasaran yang dikutip dari buku Hermawan Kertanegara bahwa pemasaran yaitu *marketing is a strategic business discipline that direct the process of creating and changing value from initiator to its skateholder.*

Pemasaran yaitu sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses, penciptaan, penawaran dan perubahan sedang dari satu inisiator kepada stakeholder.¹ Tujuannya adalah pemasaran harus menjadi suatu konsep strategis yang dapat memberi kepuasan berkelanjutan, bukan kepuasan nilai-nilai untuk tiga stakeholder utama yaitu konsumen, karyawan dan pemilik. Di lembaga pendidikan kepuasan harus diutamakan bagi tiga komponen yaitu peserta didik, pendidik, karyawan dan pemilik (yayasan).

¹ Hermawan Kertanegara. *Mark Plus on Strategic.* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002)

Pengertian strategi menurut pendapat Steiner dan Milner yang dikutip dari buku *Manajemen Strategic*, strategi merupakan perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.² Sedangkan menurut Craig dan Grant yang dikutip dari buku *Manajemen Strategi Sumber-sumber Daya Perencanaan (Terjemahan : Sularno Tjiptowardojo)* strategi merupakan penetapan sasaran dan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) yaitu sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achive the goals and objective*). Kemudian Stephani K. Martus dari buku berjudul *Manajemen Strategi Sumber-sumber Daya Perencanaan (Terjemahan : Sularno Tjiptowardojo)* menambahkan definisi strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan dapat dicapai.³

Kemudian dikutip dari buku berjudul *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I, American Marketing Assosiation (AMA) marketing as a function and a series of processes for creating, communicating and providing value to customers and managing customer relationships in a way that benefits organizations and stakeholders while Phillip Kotler raises marketing, namely humans who are directed at efforts to meet needs through an exchange process*. Pemasaran menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* sebagai

²George Stainer dan John Milner. *Manajemen Strategic*. (Jember : Erlangga, tt), 70

³A. Chaig James and Robert M. Grant. *Manajemen Strategi Sumber-sumber Daya Perencanaan (Terjemahan : Sularno Tjiptowardojo)*. (Jakarta : PT. Elex Media Koputindo, 1996).

suatu fungsi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan sedangkan Phillip Kotler mengemukakan pemasaran yaitu manusia yang diarahkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran.⁴

Hidayat dan Machali yang dikutip dari buku *Pengelolaan Pendidikan Pertama* mendefinisikan pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manjerial yang melibatkan beberapa kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan mengembangkan relasi, diantaranya proses pemasaran melibatkan sosial, budaya, politik, ekonomi dan manjerial. Terdapat pengaruh dari individu diantaranya mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar satu sama lain.⁵

Staton mendefinisikan strategi pemasaran sebagaimana yang dikutip oleh Paul dan Jerry dalam buku *Costummer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I Edisi 4*, strategi pemasaran adalah komponen yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan dalam merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai pemasarannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.⁶

⁴Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. (Jakarta : Erlangga, 2008)

⁵Ara Hidayat dan Imam Machali. *Pengelolaan Pendidikan Pertama*. (Bandung : Pustaka Educa, 2010).

⁶J. Paul and Jerry C. Olson. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I Edisi 4*. (Jakarta : Erlangga, 1996).

Berikut pernyataan di perkuat oleh Phillip Kotler bahwa strategi pemasaran yaitu merupakan suatu pola pikir mengenai pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Startegi pemasaran berisi mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.⁷

Dengan demikian, pemasaran produk jasa menurut Yeti dan Mumuh pemasaran produk adalah termasuk pendidikan terkit pada konsep permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan.⁸ Kegiatan pemasaran dengan melakukan inovasi pemasaran serta menemukan strategi pemasaran yang paling tepat. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar satu sama lain dan pemasaran tidak hanya berfungsi menyampaikan produk atau jasa terdapat kepuasan pelanggan.

Dalam konteks pendidikan, hal yang paling penting untuk ditanamkan kepada anak sejak dini terdapat pada peran ayah dalam keluarga dan peran ibu dalam keluarga adalah untuk mengajarkan agama secara tepat kepada anak. Ayah dan ibu wajib memberi pendidikan agama kepada anak sejak dini, cara mendidik anak dalam agama bisa dimulai ketika anak diajarkan mengenai hal – hal yang mendasar terlebih seperti shalat lima waktu, berpuasa, bersedekah dan hal – hal yang menyangkut kehidupan beragama sehari – hari terutama orang tua adalah untuk mendidik anak dengan sebaik – baiknya menurut nilai – nilai

⁷Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. (Jakarta : Erlangga, 2008).

⁸ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 260

kehidupan yang baik yang telah mereka ketahui. Hal ini tentu berguna agar anak kelak tumbuh menjadi pribadi yang memiliki ciri – ciri orang baik hati dan memahami ajaran agama dengan baik sehingga bisa melandasi kehidupannya dengan pengetahuan agama.

Diantara manusia ada yang lebih mengutamakan hal yang dhoir di dunia dan melupakan urusan yang besar tentang akherat atau agama. Akhirnya banyak diantara orang tua yang rela mengeluarkan banyak harta untuk membiayai anaknya les matematika, les komputer, dan ketrampilan lainnya, namun tidak pernah memikirkan bagaimana bacaan Al-Qur'an yang tepat dan benar untuk buah hatinya.

Terdapat dalam surah Qs. Ar – Rum ayat 7 yang menerangkan kita terhindar dari sikap orang kafir terhadap dunia, Allah SWT berfirman :

أَوْلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ
كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا
عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ
وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ ﴿٧﴾

Terjemah : “Mereka hanya mengetahui yang lahir (saja) dari kehidupan dunia, sedang mereka tentang (kehidupan) akhirat adalah lalai”. (Qs.Ar – Rum :7).⁹

Ath Thobari rahimahullah menyebutkan sebuah riwayat dari Ibnu ‘Abbas yang menerangkan mengenai maksud ayat di atas. Yang dimaksud dalam ayat itu adalah orang-orang kafir. Mereka benar-benar mengetahui berbagai seluk

⁹ Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. (Jakarta: Bumi Restu, 1976)

beluk dunia. Namun terhadap urusan agama, mereka benar-benar jahil (bodoh).¹⁰

Fakhrudin Ar Rozi menjelaskan maksud ayat di atas, “Ilmu mereka hanyalah terbatas pada dunia saja. Namun mereka tak mengetahui dunia dengan sebenarnya. Mereka hanya mengetahui dunia secara lahiriyah saja yaitu mengetahui kesenangan dan permainannya yang ada. Mereka tak mengetahui dunia secara batin, yaitu mereka tak tahu bahaya dunia dan tak tahu kalau dunia itu terlaknat. Mereka memang hanya mengetahui dunia secara lahir, namun tak mengetahui kalau dunia itu akan fana.”¹¹

Berdasarkan hasil observasi peneliti di MIMA 01 KH.ShiddiqKabupatenJember mengacu pada kebutuhan sumber daya manusia dalam konteks ini masyarakat sesuai dengan persyaratan PPDB di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Peneliti melakukan observasi di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dari konsep perencanaan strategi sekolah yaitu Kepala Madrasah merencanakan strategi pemasaran sekolah yaitu mengadakan rapat tahunan bersama Panitia PPDB dan seluruh dewan guru membahas salah satunya merencanakan program sekolah Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) yang telah sukses diadakan setiap tahun ajaran baru, sasaran lembaga dalam mempromosikan produk unggulan ini yaitu RA dan TK sederajat, mengadakan Tes Akademik (Calistung) dan Tes Al-Qur’an (Buku Iqro’)

¹⁰Ath-Thabari, Abu Ja’far Muhammad bin Jarir, Jami’ Al- Bayan an Ta’wil Ayi Al-Qur’an. Penerjemah: Abdul Somad, Yusuf Hamdani, dkk, jilid 3, 12, 13, 21. (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008)

¹¹Fakhr al-Din al-Razi.*Tafsir al-Kabir wa Mafatih al-Ghaib Jilid 10*. (Dar al Kutub al-Ilmiah, Beirut, t.th)

dengan menggunakan strategi Bauran Pemasaran (4P) konsep produk (*product*), konsep harga (*price*), konsep promosi (*promotion*) dan konsep tempat (*place*). Hal ini mendapat respon positif dari masyarakat luar maupun orangtua wali murid karena selain mumpuni menguasai bidang akademiknya ditambah peduli pada sosial dan pendidikan Agama sangat penting untuk kehidupan sehari-hari.¹²

Dalam *Teori Citra* yang dikutip oleh Frank Jefkins, definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai sebuah kesan, gambaran, atau impresi yang tepat. Impresi yang tepat dimaksudkan sebagai pernyataan yang sesuai dengan kenyataan. Impresi tersebut merupakan bentuk keberadaan dari berbagai kebijakan para personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Definisi *public relations* menurut Frank Jefkins yang dikutip dari buku *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)* adalah “*public relations is something that summarizes the whole planned communication, both in and out, between the organization and the whole audience in order to achieve specific goals that are based on mutual understanding*”.

Menurut Jefkins yang dikutip dari *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)* bahwa *public relations* adalah “semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. Jika dikaitkan dalam aspek hubungan masyarakat dengan strategi pemasaran sekolah, Frank Jefkins berpendapat hubungan

¹² Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik dari dalam maupun dari luar organisasi dengan khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu.¹³ Fungsi hubungan masyarakat secara khas yaitu organisasi dengan masyarakatnya seperti lembaga pendidikan seperti guru, karyawan, peserta didik, masyarakat, wali murid, masyarakat, institusi luar dan partner sekolah.

Keberhasilan organisasi pendidikan dalam mencapai tujuan pendidikan dan tanggung jawab sosialnya sangat berperan penting terhadap lembaga yang dibinanya dalam hal ini Kepala Madrasah, pola kinerjanya manajerialnya memberikan peluang yang sangat besar terhadap pemimpin lembaga pendidikan dalam mengelola dan mengatur sumberdaya, sehingga segala ketercapaian organisasi pendidikan sangat bergantung kepada pemimpin sebuah lembaga.

Terdapat sebuah teori yang menunjukkan pada tingkah laku hubungan masyarakat (*public relations*) dari Noelle-Neumann dalam Teori Opini Public sebagaimana yang dikutip oleh Morrisan, yaitu ;

”Public opinions are attitude or behaviors one must in public if one is not to isolate oneself : in areas of controversy of change, public opinions are those attitude one can express without running the danger of isolated oneself”.

Pandangan masyarakat sikap atau tingkah laku yang ditunjukkan seseorang kepada khalayak jika ia tidak ingin terisolasi dalam hal kontroversial, opini

¹³Frank Jefkins (Daniel Yadin). *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)*. (Jakarta : Erlangga, 1995), 9

adalah sikap yang ditunjukkan seseorang kepada khalayak tanpa harus membahayakan diri sendiri berupa pengucilan.¹⁴

Strategi pemasaran sekolah yang dipopulerkan menjadi strategi promosi sekolah menurut Gandhi sebagaimana yang dikutip oleh Alma dan Hurriyati adalah merupakan hal yang penting untuk melakukan promosi sekolah yang tujuannya berfungsi untuk memaskan produk dunia pendidikan. Kemudian Alma menambahkan terkait promosi sekolah yaitu tujuan dari promosi adalah untuk menginformasikan atau menyebarluaskan berita tentang keberadaan produk baru, membujuk sebagian orang untuk menjadi konsumen dan mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat.¹⁵

Terdapat dalam Undang-Undang Depdiknas RI No. 20 Tahun 2003 tentang “Sistem Pendidikan Nasional” bahwa pendidikan adalah merupakan 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, akhlak mulia serta keterampilan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.¹⁶

Ada beberapa faktor yang mendorong timbulnya pemasaran jasa pendidikan, sebagaimana menurut Lockhart yang dikutip oleh Kotler dan Kevin yaitu timbulnya pemasaran jasa pendidikan adalah meningkatnya persaingan atau kompetisi dan perubahan demografi. Lockhart juga menambahkan bahwa faktor yang timbul dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu kepercayaan masyarakat, penyelidikan media, keterbatasan sumberdaya.

¹⁴Morissan. *Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesionnal Edisi Pertama*. (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group Cet. Pertama, Agustus 2008), 72

¹⁵Buchari Alma dan Rati Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Bandung : Alfabeta, 2008)

¹⁶Depdiknas Republik Indonesia. “*Undang – Undang No. 20 Tahun 2003 tentang “Sistem Pendidikan Nasional.”*”

James dan Phillip menambahkan strategi meliputi analisis pada kekuatan (*strenght-S*), kelemahan (*weakness-W*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*). Kemudian Kotler dan Amstrong menambahkan faktor timbulnya pemasaran jasa pendidikan meliputi proses segmentasi pasar, diantaranya ; (1) mengidentifikasi dasar segmentasi pasar (*identifying the basic of market segmentation*), (2) mengembangkan profil segmen pasar yang dihasilkan (*developing a profile of the resulting market segments*) dan (3) mengembangkan ukuran ketertarikan segmen pasar (*developing a mesure of market segments interest*).¹⁷

Dalam Undang – Undang RI No. 20 Tahun 2003 pasal 7 dan pasal 8 tentang “Hak dan Kewajiban Orangtua”, yaitu :

Pasal 7, menyatakan :

“Orangtua berhak berperan serta dalam memilih satuan Pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya dan orangtua dari anak usia wajib belajar, berkewajiban memberikan pendidikan dasar kepada anaknya” dan

Pasal 8, menyatakan :

“Masyarakat berhak berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi program pendidikan”.¹⁸

Kebutuhan peserta didik dalam mengembangkan potensi dirinya sangat beragam jenisnya, para peserta didik ingin sukses di akademiknya bahkan ada yang ingin sukses di prestasinya dan tidak lepas dengan interaksi sosial dan dari segi spiritualnya yang harus sejalan beriringan. Oleh karena itu diperlukan layanan bagi peserta didik yang dikemas dengan baik, mulai dari calon peserta

¹⁷Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid 2 (Marketing, Management. Thriteenth Edition)*. (Jakarta : Erlangga, 2008), 20

¹⁸UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang “*Hak dan Kewajiban Orangtua*”.

didik mencari lokasi pendidikan, mendaftarkan diri ke sekolah sampai menyelesaikan studi disekolah dengan baik.

Studi awal peneliti menemukan proses komunikasi dengan orangtua wali murid di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yaitu bakat membaca Al-Qur'an peserta didik dengan fasih dan benar sehingga dapat bersaing diluar lembaga sehingga membuat citra MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember semakin diminati masyarakat karena terdapat produk prestasi unggulannya.¹⁹

Pada konsep perencanaan pemasaran sekolah MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, peneliti melihat ide-ide kreatif yang dimiliki salah satunya panitia PPDB mempromosikan produk unggulan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) dengan menyebarkan brosur serta memasang *banner*/baliho di pusat kota pada setiap rekrutmen calon peserta didik baru dan kini menjadi taudalan dalam menyelenggarakan syiar Islam di Kabupaten Jember. Promotor utama dalam mencetuskan ide-ide produk unggulan tersebut terdapat pada Bagian Kesiswaan Sekolah dan dengan dukungan penuh Kepala Madrasah dan staf Madrasah sehingga MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat menunjukkan prestasinya dan yang paling utama menyebarkan ilmu Agama Islam yang telah di wariskan oleh Pendiri terdahulu lembaga tersebut.²⁰

¹⁹ Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

²⁰ Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

Dalam Depdiknas tentang “Standart Nasional Pendidikan”, yaitu ;

“Berdasarkan Keputusan Mendiknas bahwa Komite Sekolah merupakan tempat aspirasi masyarakat dan mengemukakan keinginan demi peningkatan mutu, pemerataan dan efisiensi dalam mengelola pendidikan dari jenjang sebelum sekolah, jalur pendidikan sekolah dan juga jalur luar sekolah”.²¹

Produk unggulan MIMA 01 KH. Shiddiq pada yang dipromosikan ke masyarakat yaitu berupa program sekolah yang diadakan setiap tahunnya panitia PPDB mempersiapkan konsep perencanaan pemasaran sekolah yaitu Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) dengan menjajaki antar lembaga yang menjadi target dan melalui brosur, pamflet, media sosial (*facebook, grup WhatsApp guru dan website*) dan baliho yang dipasang di beberapa sudut kota guna masyarakat dapat mengetahui informasi terkait PPDB dan Lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) tersebut.

Peneliti menemukan *problem riset* di lembaga tersebut yaitu tidak terdapat struktur organisasi sekolah yaitu tidak terdapat tenaga ahli bidang Kehumasan yang tugasnya mengayomi masyarakat baik internal dan eksternal tugas kelembagaan. Kemudian *problem solving* Kepala Madrasah MIMA 01 KH. Shiddiq dalam mengambil kebijakan dengan mengorganisasikan tenaga ahli bidang Kurikulum dan bidang Kesiswaan serta tenaga pendidik sebagai panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) untuk mempromosikan produk unggulan sekolah dengan menjajaki lingkungan sekitar dan lembaga RA dan TK Kabupaten Jember sebagai target sasarannya.²²

²¹Depdiknas RI. *Undang – Undang No. 19 Tahun 2005 tentang “Standart Nasional Pendidikan”*

²² Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember memiliki pemasaran sekolah yang khas dan menjadi daya tarik pelanggannya (masyarakat) selain Kepala Madrasah yang berperan langsung dalam memimpin sebuah lembaga, kemudian tidak terlepas dari sosok pemimpin Yayasan yang menjadi daya tarik masyarakat Jember dan sekitarnya yaitu Tokoh Ulama (KH. Shiddiq dan putranya bernama KH. Achmad Shiddiq) yang terkenal akan ilmu Agama yang kental serta yang paling terpenting dalam Madrasah dibantu oleh Ketua Komite Sekolah yang ikut berpartisipasi dalam pengembangan mutu pendidikan diantaranya terdapat pada Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No 004/U/2002 tentang :

“Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah (Pasal 1)”, yaitu :

1. Pada setiap Kabupaten/Kota dibentuk Dewan Pendidikan atas masyarakat dan Pemerintah Kabupaten/Kota.
2. Pada setiap satuan Pendidikan atau kelompok satuan pendidikan dibentuk Komite Sekolah atas prakarsa masyarakat, satuan Pendidikan dan Pemerintah Kabupaten/Kota.²³

Dalam hal ini masyarakat dan orangtua wali murid yang terlibat penting dalam memajukan pendidikan, berkembangnya suatu negara terlihat dari kepedulian terhadap pendidikan dan pendidikan merupakan wadah dalam menuangkan ide-ide cemerlang serta mengamalkan ilmu untuk bekal di akhirat nanti. Pendidikan juga harus diiringi dengan menerapkan nilai-nilai spiritual dan sosialnya sehingga seseorang dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan melalui pengalaman-pengalaman yang sangat berharga.

²³Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI No. 004/U/2002 tentang “*Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah*”.

Sebagai objek penelitian, peneliti memilih melilili MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai objeknya karena lembaga tersebut memiliki jalinan kekerabatan antara orangtua dan masyarakat karena bagi lembaga kepuasan pelanggan (masyarakat) yang diutamakan karena peduli akan pendidikan bagi anaknya. Para orangtua diharapkan dapat membimbing serta mengarahkan psikologisnya dengan bekal ilmu hidup dilingkungan keluarga dan sosial.

Peneliti melihat keunikan yang dilakukan Kepala Madrasah MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Hal positif / suri tauladan lembaga lain untuk membuat kreatifitas manajerial dalam membuat strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru adalah untuk mendapatkan peserta didik baru yang memiliki potensi dan karakteristik yang berbeda dan dapat dikembangkan sesuai dengan keahlian dan kemampuan sekolah dalam membina dimulai dari mengikuti serangkaian tes dari sekolah kemudian hasil di seleksi dari panitia PPDB.

Berdasarkan alasan Peneliti dalam tesis yang berjudul Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember adalah dalam terdapat ciri khas yang mengkaji ilmu Agama Islam yang mulai diajarkan sejak usia dini seperti Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an dan menjadi wadah ajang silaturahmi dengan masyarakat.

Dari konteks penelitian diatas, dapat menjadi pertimbangan bagi suatu lembaga khususnya dalam membuat strategi pemasaran sekolah, oleh sebab itu penelitian ini berjudul "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember"

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?
3. Bagaimana faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya pada fokus penelitian.²⁴

Tujuan penelitian tesis ini adalah sebagai berikut ;

1. Mendeskripsikan konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.

²⁴Tim Penyusun IAIN Jember. *Penelitian Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (Jember : IAIN Jember Press, 2018), 20

2. Mendeskripsikan pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.
3. Mendeskripsikan faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.

D. Manfaat Penelitian

Pada tujuan ini ditunjukkan manfaat atau pentingnya penelitian terutama bagi pengembangan ilmu atau pelaksanaan pembangunan dalam arti luas. Uraian dalam penelitian ini berisi tentang alasan kelayakan atas masalah yang diteliti, antara lain :²⁵

1. Bagi penulis, dapat mengembangkan wawasan pengetahuan khazanah ilmu yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan kualitas ilmu serta dapat mengaplikasikan di masyarakat.
2. Bagi instansi, kampus Pascasarjana IAIN Jember penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru yang bermanfaat sebagai bahan referensi bagi Mahasiswa Pascasarjana IAIN Jember.
3. Bagi sekolah, khususnya MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yaitu sebagai bahan informasi sekaligus koreksi tentang strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru.

²⁵Tim Penyusun IAIN Jember. *Penelitian Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (Jember : IAIN Jember Press, 2018), 20

4. Bagi masyarakat, khususnya orangtua wali murid di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat mencari informasi serta berkomunikasi untuk memantau langsung lingkungan sekolah peserta didik dan dapat bekerjasama dengan para alumni untuk promosi pemasaran sekolah.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah – istilah penting (kata kunci) peneliti dari sumber bacaan tanpa mencantumkan footnote. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud peneliti.²⁶

Adapun istilah-istilah yang perlu didefinisikan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran

Sebuah langkah awal dalam mencari target sasaran konsumen (masyarakat) dengan lokasi yang mudah dijangkau tujuannya mencapai tujuan pendidikan.

2. Rekrutmen Peserta Didik

Proses awal bagi anak dan orangtua wali murid dalam mencari sekolah yang akan ditempati dan mendapatkan menimba ilmu sesuai yang diharapkan.

IAIN JEMBER

²⁶Tim Penyusun IAIN Jember. *Penelitian Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (Jember : IAIN Jember Press, 2018),20

F. Sistematika Penulisan

Keseluruhan kegiatan peneliti akan disajikan dalam bab-bab yang tersusun secara berurutan sesuai dengan tahap pelaksanaan penelitian. Adapun rinciannya sebagai berikut :

Bab I, deskripsikan tentang latar belakang pemikiran yang ingin menjawab tentang mengapa peneliti tertarik meneliti, mendeskripsikan tentang fokus masalah, tujuan penelitian, pendefinisian dari istilah / operasional yang didalamnya mendeskripsikan tentang *key concept* penelitian tesis agar tidak menimbulkan *mis-understanding* dan sebagai alur dari penelitian kedepannya.

Bab II, berisi tentang menguraikan kajian pustakan yang terdiri, penelitian terdahulu dan kajian tentang teori strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru.

Bab III, berisi tentang mwnjwlaskan bab metode penelitian dan prosedur penelitian tesis yang berisi, kajian metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian tesis ini berupa jenis penelitian, pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, metode menentukan sampel dan metode pengumpulan data serta metode pengelolaan dan analisis data dan tentang langkah-langkah yang diambil oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Bab IV, berisi tentang paparan data dan temuan penelitian, Bab ini mengulas secara komprehensif temuan-temuan yang peneliti temukan di lapangan.

Bab V, berisi tentang pembahasan dan analisa dari hasil-hasil temuan dengan menekankan pada aspek yang menjadi fokus dalam penelitian tesis.

Bab VI, merupakan Bab penutup berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang peneliti angkat serta mendeskripsikan tentang saran yang dijadikan objek penelitian.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penelitian mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu (Kajian Empirik) yang terkait dengan penelitian, kemuian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah terpublikasikan. Dengan langkah ini, dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan.¹

Penelitian tentang strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru belum pernah diteliti oleh penelitian sebelumnya. Adapun hasil penelitian dari para peneliti sebelumnya diantaranya adalah sebagai berikut :

Penelitian yang pertama berjudul “*Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rangkap Gunung Kidul Tahun Pelajaran 2016 / 2017*” yang dipersembahkan oleh Wibowo Rahmanto Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Indonesia. Jurusan Konsentrasi Pendidikan Islam. Fakultas Ilmu Agama Islam Tahun Pelajaran 2016 / 2017. Hasil penelitiannya yaitu : 1. Strategi kepala madrasah sangat efektif untuk meningkatkan target PPDB, yaitu menggunakan keunggulan produk pendidikan untuk promosi, gratis biaya pendaftaran, membentuk tim work, pemetaan target promosi, bekerja sama dengan stake holder madrasah, menerapkan sistem jemput bola dan publikasi melalui media cetak maupun elektronik, 2. Hasil dari strategi kepala madrasah mampu

¹ Tim Penyusun IAIN Jember. *Penulisan Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (Jember : IAIN Jember Press, 2018), 21

meningkatkan jumlah PPDB sebesar 100% pada tahun pelajaran 2015/2016 sejumlah 35 siswa dan 2016/2017 sejumlah 34 siswa. Sedangkan hasil PPDB pada tiga tahun sebelumnya pencapaiannya masih rendah, yaitu Tahun Pelajaran 2012/2013 sejumlah 10 siswa, 2013/2014 sejumlah 11 siswa, 2014/2015 sejumlah 16 siswa.²

Penelitian yang kedua berjudul “*Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2) Tahun Pelajaran 2016/2017*” yang dipersembahkan oleh Aditia Fradito. Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Hasil penelitian berisi tentang: (1) Layanan jasa pendidikan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan, hal ini diindikasikan dari 3 hal :

a) . Kepuasan/kesesuaian pelayanan mutu akademik, b) Kepuasan/kesesuaian standarisasi guru dan staf sekolah, c) Kepuasan/kesesuaian mutu lulusan (*output*). (2) Strategi pemasaran dalam meningkatkan citra dilakukan dengan beberapa strategi yaitu : a) Strategi langsung, b) Strategi tidak langsung, c) Strategi Diferensiasi, d) Strategi Pembiayaan. Namun, strategi yang efektif di SDI Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas kelulusan (*output*), membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut (*word of mounth*), berbeda pada MIN Malang 2 yang lebih menggunakan power kepemimpinan (*public understanding*) dan melalui berita

² Wibowo Rahmanto. “*Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MIN Melikan Rongkop Gunung Kidul Tahun Pelajaran 2016/2017*”. (Tesis : Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Indonesia. Jurusan Konsentrasi Pendidikan Islam. Fakultas Ilmu Agama Islam Tahun Pelajaran 2016/2017).

dari mulut ke mulut (*word of mounth*). (3) Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 adalah sebagai berikut : a) Tingginya loyalitas pelanggan semakin kuat (*public confidence*), b) Kepercayaan Masyarakat, c) Adanya dukungan masyarakat (*public support*) dan d) Terjalannya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orangtua siswa (*public cooperation*).³

Penelitian ketiga berjudul “*Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MTs Satu Atap Hidayatul Mubtadi’in Purwojati dan MTs Satu Atap Biroyatul Huda Cilongok Kabupaten Banyumas Tahun Pelajaran 2017 / 2018*” yang dipersembahkan oleh Fauzan. Mahasiswa Pascasarjana IAIN Purwokerto. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Hasil penelitian tentang strategi rekrutmen peserta didik baru di MTs Satu Atap Hidayatul Mubtadi’in Purwojati dan MTs Satu Atap Biroyatul Huda Cilongkok melalui manajemen rekrutmen peserta didik baru meliputi tahap, 1) perencanaan, 2) pengorganisasian, 3) pelaksanaan, 4) evaluasi. Sedangkan strategi yang dipilih dalam proses rekrutmen peserta didik baru diantaranya, : (1) strategi dari rumah ke rumah, (2) strategi mendatangi SD/MI terdekat, (3) mengadakan kegiatan di masyarakat. Beberapa hal yang disampaikan melalui strategi tersebut antara lain, : menunjukkan prestasi peserta didik, sarana prasarana lengkap, kegiatan pengembangan bakat minat serta pentingnya pendidikan bagi anak-anaknya. Selainitu, ditawarkan program gratis bagi anak yatim/piatu di

³Aditia Fradito. “*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra (Studi Kasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 Tahun Pelajaran 2016/2017*”. (Tesis : Mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang . Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, 2016/2017).

MTs Satu Atap Biroyatul Huda Cilongok dan program gratis seragam di MTs Satu Atap Hidayatul Mubtadi'in Purwojati. Strategi tersebut sangat efektif dalam rekrutmen peserta didik baru dan dampaknya pendaftaran melonjak setiap tahunnya.⁴

Berikut akan dipaparkan dalam bentuk tabel dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami perbedaan dan persamaan antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lain antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lain dan antara penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu.

Berikut menjadi bahan perbandingan antara perbedaan yang terdapat antara judul peneliti dengan penelitian terdahulu :

Tabel 2.1

Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1	<i>“Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MIN Melikan Rongkop Gunung Kidul Tahun Pelajaran 2016/2017”</i>	Meneliti tentang Penerimaan Peserta Didik Baru	Judul penelitian ini hanya terfokus pada : 1. Strategi kepala madrasah untuk meningkatkan target PPDB, menggunakan keunggulan produk pendidikan untuk promosi, gratis biaya pendaftaran, membentuk tim work, pemetaan target promosi,	1) Konsep perencanaan strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru.

⁴ Fauzan. *“Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MTs Satu Atap Hidayatul Mubtadi'in Purwojati Dan MTs Satu Atap Biroyatul Huda Cilongok Kabupaten Banyumas Tahun Pelajaran 2017/2018”*. (Tesis : Mahasiswa Pascasarjana IAIN Purwokerto. Jurusan: Manajemen Pendidikan Islam, 2017/2018).

	<p>Wibowo Rahmanto. 2016/2017. Mahasiswa Pascasarjana Univerversitas Islam Indonesia. Jurusan Konsentrasi Pendidikan Islam. Fakultas Ilmu Agama Islam.</p>		<p>bekerja sama dengan stake holder madrasah, menerapkan sistem jemput bola dan publikasi melalui media cetak maupun elektronik,</p> <p>2. Strategi kepala madrasah dalam meningkatkan jumlah PPDB sebesar 100% pada tahun pelajaran 2015/2016 sejumlah 35 siswa dan 2016/2017 sejumlah 34 siswa. Sedangkan hasil PPDB pada tiga tahun sebelumnya pencapaiannya masih rendah, yaitu Tahun Pelajaran 2012/2013 sejumlah 10 siswa, 2013/2014 sejumlah 11 siswa, 2014/2015 sejumlah 16 siswa.</p>	<p>2) Pelaksanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru.</p> <p>3) Faktor pendukung dan kendala pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru.</p>
2	<p><i>“Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)Tahun Pelajaran 2016/2017”</i></p>	<p>Meneliti tentang Strategi Pemasaran Pendidikan</p>	<p>Judul penelitian ini hanya terfokus pada :</p> <p>1) Layanan jasa pendidikan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan, hal ini diindikasikan dari 3 hal : a) .</p>	

	<p>Aditia Fradito. 2016/2017. MahasiswaUIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.</p>		<p>Kepuasan pelayanan mutu akademik, b) Kepuasan standarisasi guru dan staf sekolah, c) Kepuasan mutu lulusan (<i>output</i>). (2) Strategi pemasaran dalam meningkatkan citra dilakukan dengan beberapa strategi yaitu : a) Strategi langsung, b) Strategi tidak langsung, c) Strategi Diferensiasi, d) Strategi Pembiayaan.</p>	
3.	<p><i>“Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MTs Satu Atap Hidayatul Mubtadi’in Purwojati dan MTs Satu Atap Biroyatul Huda CilogokKabupaten Banyumas Tahun Pelajaran 2017/2018”</i>.</p> <p>Fauzan. 2017/2018. Mahasiswa Pascasarjana IAIN Purwokerto. ProdiManajemen Pendidikan Islam.</p>	<p>Meneliti tentang Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru</p>	<p>Judul penelitian ini hanya terfokus pada : meliputi tahap, 1) perencanaan, 2) pengorganisasian, 3) pelaksanaan, 4) evaluasi.Sedangkan strategi yang dipilih dalam proses rekrutmen peserta didik baru diantaranya, : (1) strategi dari rumah ke rumah, (2) strategi mendatangi SD/MI terdekat, (3) mengadakan kegiatan di masyarakat. Beberapa hal yang disampaikan melalui strategi tersebut antara lain, : menunjukkan</p>	

			<p>prestasi peserta didik, sarana prasarana lengkap, kegiatan pengembangan bakat minat serta pentingnya pendidikan bagi anak-anaknya. Selain itu, ditawarkan program gratis bagi anak yatim/piatu di MTs Satu Atap Biroyatul Huda Cilongok dan program gratis seragam di MTs Satu Atap Hidayatul Muftadi'in Purwojati. Strategi tersebut sangat efektif dalam rekrutmen peserta didik baru dan dampaknya pendaftarannya melonjak setiap tahunnya.</p>	
--	--	--	---	--

Dengan memperhatikan kajian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember belum dilakukan pada penelitian sebelumnya. Secara garis besar terdapat persamaan fokus penelitian strategi rekrutmen peserta didik dengan cara melakukan beberapa pendekatan.

Dari hasil telaah peneliti terhadap sejumlah penelitian terdahulu, maka terdapat banyak perbedaan-perbedaan yang spesifik dengan judul strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru tidak ditemukan

kesamaan judul penelitian. Secara garis besar terdapat kemiripan dari judul penelitian sebelumnya dengan judul yang akan penulis teliti yaitu sama-sama tentang strategi pemasaran sekolah akan tetapi tidak ada yang menghubungkan dengan rekrutmen peserta didik baru dengan judul peneliti maksud belum pernah dilakukan di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember maka hal itu salah satu yang menjadi pertimbangan bagi peneliti sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Jadi peneliti memberikan pendapat temuan – temuan teori baru terhadap strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sesuai fokus penelitian yang ditetapkan peneliti.

B. Kajian Teori

1. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah

Menurut Alma dan Ratih definisi strategi yang dikutip dari buku *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegasi yang menghubungkan antara internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya.⁵ Pemasaran yang dikutip dari buku *Manajemen Sumber Daya Pendidikan* adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan

⁵ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 64

keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai sama lain.⁶

Menurut Mahmud Mahfoedz yang di kutip dari buku *Pengantar Pemasaran Modern*, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan oleh individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain.⁷ Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur yaitu seleksi dan analisis pasar, menciptakan dan menjaga kesesuaian bauran pemasaran.⁸

Konsep pemasaran yang populer disebut bauran pemasaran, begitu juga dengan jasa pendidikan yang dapat memakai dengan istilah bauran pemasaran dalam mengembangkan strategi pemasaran dalam bidang pendidikan. Bauran pemasaran pertama kali dicetuskan oleh Neil Borden dalam buku Kotler dan Armstrong berjudul *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I* sebagai berikut :

“The marketing mix is collection of controlled tactical marketing tools that are integrated into the company to produce the desired response in the targeted market”. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan

⁶ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 260

⁷ Mahmud Mahfoedz. *Pengantar Pemasaran Modern*. (Yogyakarta : Upp Amp Ykpn , 2005), 2

⁸ Mahmud Mahfoedz. *Pengantar Pemasaran Modern*. (Yogyakarta : Upp Amp Ykpn , 2005), 3

respon yang diinginkan dipasar sasaran.⁹Konsep *marketing mix* merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern pada saat ini, konsep tersebut merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar maksimum profit.

a. Bauran Pemasaran (4P)

Konsep perencanaan pemasaran menggunakan Bauran Pemasaran (4P) yang di populerkan oleh Jerome McCarthy terdapat empat aspek pokok yang dikutip dari buku *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*¹⁰, diantaranya :

1) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar guna mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. Produk jasa menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹¹

⁹ Phillip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. (Jakarta : Erlangga, 2008)

¹⁰ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 161

¹¹ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*. (Erlangga : Translitions, 2009)

Konsumen tidak diperkenankan membeli barang atau jasa tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. berikut dibagi menjadi 4 kategori, diantaranya :

- 1) Barang nyata.
- 2) Barang nyata yang disertai dengan jasa.
- 3) Jasa utama yang disertai dengan jasa.
- 4) Murni jasa.

Dalam ranah pendidikan konsep Bauran Pemasaran (4P) diterapkan terdapat dalam barang nyata dilihat dari produk sarana dan prasarana yang memadahi seperti gedung, lapangan, halaman yang luas. Barang yang nyata contohnya bagian humas menggunakan strategi pemasaran yang melibatkan warga sekolah dan masyarakat dengan mengadakan *event* seperti pameran sekolah atau kegiatan sosialisasi. Jasa utama yang disertai dengan membuat suatu kompetensi positif dalam memberikan layanan kepada masyarakat secara prima dalam mengembangkan mutu pendidikan seperti memberi apresiasi (*reward*) bagi peserta didik yang berprestasi, kemudiam murni jasa dapat berupa pelayanan khusus terhadap peserta didik berprestasi untuk diberikan beasiswa.

Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa dan keinginan lainnya untuk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Setiap pengusaha mengetahui perkembangan kebutuhan konsumen melalui penelitian lapangan agar dapat mengetahui dan menyesuaikan kebutuhan produk yang akan di tawarkan.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan alat untuk mengukur nilai suatu barang, harga bagi produsen merupakan penentu permintaan pasar dan dapat mempengaruhi posisi pesaing perusahaan dalam merebut konsumen.

Prinsip-prinsip penetapan harga yang dipopulerkan oleh Kotler yang di kutip oleh Zeithalm dan Bitner pada buku *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*, yaitu¹² :

- a) Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*).
- b) Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*).
- c) Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based pricing*).

Harga merupakan indikator dari barang dalam menetapkan harga diperlukan sangat ketelitian dan hati-hati dalam memperhatikan potensi pasar. Oleh sebab itu, menentukan harga perlu diperhatikan agar harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen disamping itu dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

¹² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*. (Erlangga : Translations, 2009)

3) Promosi (*Promotion*)

Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kepuasan dalam melibatkan banyak orang.

4) Tempat / Distribusi (*Place*)

Produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen/pembeli apabila produk tersebut tersedia pada tempat dan saat dimana saja dibutuhkan atau mudah dijangkau oleh peminatnya.

Berikut diagram Bauran Pemasaran (4P) yang dipopulerkan oleh Zerome McCarthy yang dikutip dari buku *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)*¹³ :



Gambar 2.1
Bauran Pemasaran 4P¹⁴

¹³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 20

¹⁴ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 22

Menurut pemasaran Bauran Jasa Pendidikan terdapat tiga macam tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi, diantaranya :

- 1) Pelanggan mendatangi penyedia jasa.
- 2) Penyedia jasa mendatangi pelanggan.
- 3) Penyedia jasa dan pelanggan melakukan melalui perantara.

Selanjutnya adalah mengenai hubungan masyarakat (humas) pada dasarnya merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan setiap organisasi, sebagaimana objek dalam hal ini adalah lembaga pendidikan. Humas adalah salah satu bagian dari ilmu komunikasi. Salah satu ilmu yang melandasi lahirnya ilmu komunikasi adalah ilmu sosial, seperti sosiologi, antropologi, politik dan psikologi melalui pakarnya, seperti Harold D. Lasswell, Kurt Lewin, Carl I. Hovland, dan Paul F. Lazarsfeld.¹⁵

Secara istilah (*terminology*), humas dapat didefinisikan secara umum sebagai hubungan dengan masyarakat luas; sedangkan secara khusus adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik (masyarakat), mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur seseorang atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.¹⁶ Humas juga dapat didefinisikan sebagai filsafat sosial dan manajemen yang

¹⁵ Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 92.

¹⁶ Marzawi. *Jurnal, Innovatio* (Komunikasi dan Humas Ala Islam: Studi Silaturrahmi dalam Mendukung MBS), Vol. VIII, No. 1, Januari-Juni 2009 hlm 89.

dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya sesuai dengan pemahaman atau interpretasi terhadap peristiwa-peristiwa dari hasil komunikasi dua arah dengan masyarakat, dalam rangka memperoleh saling pengertian dan i'tikad baik.

Oemi Abdurrahman yang dikutip dari buku *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)* bahwa humas adalah kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, dukungan, kepercayaan, serta penghargaan pada dan dari publik suatu badan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.¹⁷

Harlah dan Scott dikutip dari buku *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)* *public relations is finding out what the people like about you and doing more of it, and to fish out what the people don't like about you and doing less of it* (pada dasarnya humas adalah usaha atau kegiatan mencari keterangan tentang hal-hal yang disukai dan tidak disukai masyarakat atau orang lain, untuk dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi lembaga dalam melakukan kegiatan selanjutnya).¹⁸

Public Relations atau disebut sebagai hubungan masyarakat sebagaimana yang kutip oleh Suryobroto dalam buku *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*, hubungan masyarakat adalah salah satu bagian dari upaya membentuk dan memelihara relasi

¹⁷ Suryosubroto. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012), 12.

¹⁸ Suryosubroto. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012), 14.

yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Keberhasilan atau kegagalan *public relations* bergantung bagaimana kiat membentuk dan memelihara relasi tersebut.¹⁹ Dalam suatu organisasi pendidikan atau pendidikan Islam, pada hakikatnya tanpa adanya *public relations* sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Sementara itu menurut Mc Elreath dalam bukunya berjudul *Managing Systematic and Ethical Public Relations*, yang dikutip oleh Rosady Ruslan menyatakan bahwa:

“Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meetings to international satellite linked press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house to grassroots political campaigns, from public services announcement to crisis management”.

Manajemen Humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara

¹⁹Mujamil Qomar. *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007), 32.

open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan *public* hingga menangani kasus manajemen krisis”.²⁰

Dari beberapa pengertian tentang humas adalah sebagai suatu kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang harmonis, memperoleh kepercayaan, pengertian, dan dukung publik hingga meningkatkan citra sebuah organisasi/lembaga pendidikan agar citra yang diinginkan bisa tercapai.

Dalam pencapaian tujuan dari pemasaran yakni menyalurkan barang-barang atau jasa, secara efisien dari produsen ke konsumen maka diperlukan adanya kegiatan penyaluran (distribusi) sebagai mata rantai yang harus dilalui oleh barang-barang dari produsen ke konsumen pada waktu dan jumlah yang tepat. Mengingat pentingnya hubungan masyarakat di sekolah/madrasah, serta informasi yang dibutuhkan masyarakat tentang sekolah/madrasah yang berkualitas. Untuk itu strategi pemasaran sekolah harus dimaksimalkan dengan baik agar suatu sekolah mendapat opini yang baik serta citra positif dari masyarakat.

2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah

Indonesia merupakan salah satu negara terhadap kualitas sumber daya manusia, salah satunya melalui jalur pendidikan. Sebagaimana yang dikutip dari buku *Strategi Pengelolaan SD/MI Visioner*, pendidikan merupakan salah satu sarana yang sangat efektif untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh anak. Pendidikan menjadi prioritas utama di Indonesia,

²⁰ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), cet. VII, 31

Pemerintah telah menggalakkan program wajib belajar 12 tahun dan memberikan fasilitas sekolah gratis mulai dari jenjang SD/MI sampai dengan SMA/MA. Pendidikan juga menjadi dasar fundamental dalam membentuk kompetensi paripurna. Untuk itu, peran lembaga pendidikan yang memfokuskan kepada jenjang pendidikan dasar, kini kian diharapkan.²¹

Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon peserta didik dan orang tua peserta didik, serta masyarakat luas pada umumnya, Masyarakat luas termasuk di dalamnya pengguna lulusan. Menurut Davies dan Ellison sebagaimana yang kutip dari buku *School Development Planning* *Market segments in the education sector include internal markets and external markets. The internal market includes school managers and the ranks above, school staff (teachers and other education personnel), supervisors, students who are attending school parents of students who are in school.* Segmen pasar di sektor pendidikan meliputi pasar internal dan pasar eksternal. Pasar internal meliputi pengelola sekolah dan jajaran di atasnya, staf sekolah (guru dan tenaga kependidikan lainnya), pengawas, siswa yang sedang bersekolah orang tua siswa yang sedang bersekolah.²²

²¹ Mohammad Padil dan Angga Teguh Prasetyo. *Strategi Pengelolaan SD/MI Visioner*. (Malang: UIN-Maliki Press, 2011)

²²B. Davies dan Ellison, L. *School Development Planning*. (Essex: LongmaGroup U.K.Ltd, 1992).

Ada beberapa alur dalam pelaksanaan pemasaran sekolah menurut Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin yang dikutip dari buku *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, yaitu:²³

a. Identifikasi Pasar

Dalam tahap ini, sekolah harus melakukan pengamatan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar, termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahap pemetaan dari sekolah lain. Selain itu, untuk mengetahui kebutuhan pasar sekolah juga harus melakukan metode analisis pemasaran.

Menurut Kompri yang dikutip dari buku *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa* analisis yang strategis yaitu dengan analisis SWOT: ²⁴

- 1) Mengidentifikasi kekuatan (*strength*), Setiap lembaga pendidikan harus mampu menganalisis kekuatan-kekuatan yang dimiliki sekolah. Misalnya jika kekuatan lembaga tersebut dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pemasarannya.
- 2) Kelemahan (*weakness*), Dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mencari kelemahan-kelemahan yang ada di lingkungan sehingga bisa dimanfaatkan untuk mencari peluang dalam pemasaran.

²³ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 261 - 262

²⁴ Kompri. *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015), 49 - 50

- 3) Kesempatan (*opportunity*), Lembaga pendidikan harus dapat memanfaatkan kesempatan yang ada untuk melakukan promosi.
- 4) Ancaman (*threat*), Setiap lembaga pendidikan pasti memiliki ancaman-ancaman dari luar. Maka dari itu dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mengantisipasi ancaman-ancaman yang terjadi.

b. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

Dalam tahap ini sekolah diharapkan dapat mengetahui karakterteristik berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi, ataupun perilaku. Dengan hal itu, sekolah dapat menentukan bagian pasar yang akan dilayani.

1) Diferensi Produk

Sekolah memberikan tekanan yang berbeda dengan sekolah lain dalam bentuk kemasan yang menarik, seperti logo dan slogan, pemakaian seragam yang menarik, gedung sekolah yang bersih atau stiker sekolah.

2) Komunikasi Pemasaran

Menurut Buchari Alma dan Ratih Huriyati yang dikutip dari *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)* promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar

bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.²⁵

Ada beberapa bentuk komunikasi pemasaran menurut Buchari Alma dan Ratih Huriyati yang di kutip dari buku *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)*, yaitu:

a) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*).

Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjualan dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan membelinya

b) Penjualan Massal (*Mass Selling*).

Pendekatan menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu.

Ada dua bentuk utama yaitu periklanan dan publisitas.

c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Bentuk persuasi langsung melalui menggunakan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

²⁵ Buchari Alma dan Ratih Huriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus Pada Mutu Layanan Prima)*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 163

d) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*).

Suatu upaya komunikasi menyeluruh dari perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

e) Dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*).

Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*) merupakan salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa. Promosi ini merupakan salah satu sumber yang penting, dimana orang yang menyampaikan rekomendasi secara perorangan sering kali lebih disukai sebagai sumber informasi.

3. Faktor Pendukung dan Kendala Pemasaran Sekolah

Lingkungan pemasaran terdiri dari kekuatan dari luar staf bagian pemasaran yang mempengaruhi kemampuan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dari buku *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1* “*The marketing environment consists of a micro environment and a macro environment. The micro environment consists of various forces close to the company that affect its ability to serve its customers, companies, suppliers, marketing channel companies, customer markets, competitors, and society. The macro environment consists of broader community strengths that affect the micro-demographic, economic, natural, technological, political and cultural environment*”.

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro terdiri dari berbagai kekuatan dekat dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya-perusahaan, pemasok, perusahaan saluran pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat. Lingkungan makro terdiri dari kekuatan masyarakat lebih luas yang mempengaruhi lingkungan mikro-demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya.²⁶

Negara Republik Indonesia telah menetapkan peran serta masyarakat dalam pendidikan terdapat dalam UUD Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yaitu :

Pada (Pasal 56) disebutkan bahwa di masyarakat terdapat Dewan Pendidikan dan Komite Madrasah yang berperan sebagai :

- a. Masyarakat berperan dalam peningkatan mutu pelayanan pendidikan yang meliputi perencanaan, pengawasan dan evaluasi program pendidikan dan Komite Sekolah / Madrasah.
- b. Dewan Pendidikan sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam peningkatan mutu pelayanan Pendidikan dengan memberikan pertimbangan, arahan dan Kabupaten/Kota yang tidak mempunyai hubungan hierarkis.
- c. Komite Sekolah/ Madrasah sebagai lembaga mandiri, dibentuk dan berperan dalam peningkatan mutu pelayanan dengan memberikan pertimbangan, arahan dan dukungan tenaga, sarana dan prasarana serta pengawasan Pendidikan pada tingkat satuan pendidikan.²⁷

Faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur,

²⁶ Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 70-71.

²⁷ Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang “Sistem Pendidikan Nasional”, 29

jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Menurut Crow and Crow yang dikutip dalam buku Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat:²⁸

1. Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpuja dalam masyarakat.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

a. Faktor Pendukung Pemasaran Sekolah

1) Struktural promosi sekolah, diantaranya :

- a) Tim pemasaran (*marketing*) yang solid
- b) Kreatifitas tim (*marketing*)
- c) Biaya operasional promosi
- d) *Link / Channel*
- e) Efektifitas penyebaran informasi

²⁸ Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. (Jakarta : Kencana, 2004)

- f) Masyarakat yang peduli akan pendidikan
- g) Menariknya penyelenggara *event* promosi sekolah
- h) Menggunakan media sosial menyebarkan informasi sekolah

2) Pihak Pengelola Sekolah

- a) Memperbesar dorongan mawas diri
- b) Untuk memudahkan memperbaiki Pendidikan
- c) Memperbesar usaha meningkatkan potensi belajar
- d) Mendapatkan reaksi dari kelompok masyarakat
- e) Mendapatkan dukungan moral dari masyarakat

3) Masyarakat

- a) Mengetahui lingkungan sekolah
- b) Kebutuhan dan keinginan masyarakat tentang Pendidikan mendapat akses yang lancar.
- c) Menyalurkan kebutuhan untuk berpartisipasi dalam Pendidikan.
- d) Aktif dalam mengemukakan pendapat dan memberikan saran-saran terhadap Pendidikan.

Kegiatan strategi pemasaran sekolah dapat melalui pendekatan dan teknis pemasaran, diantaranya :

1. Pemasaran Melalui Orang

Peserta didik merupakan pasar internal suatu lembaga pendidikan.

Lembaga pendidikan penting melakukan komunikasi yang baik terhadap peserta didik, orangtua wali murid serta masyarakat.

2. Brosur dan Pamflet

Brosur untuk di design untuk menjadikan dokumen singkat yang digunakan dalam penyebaran informasi terkait visi misi lembaga. Pamflet disajikan dalam lembaran tunggal untuk menyampaikan informasi. Semua bentuk dokumen tersebut dideskripsikan secara detail sehingga pembaca mudah dalam memahaminya.

3. Media

Media lokal dapat digunakan untuk mempromosikan dalam bentuk cetak dan elektronik. Penyebaran media elektronik / sosial mudah diakses melalui *handphone*, tablet dan komputer sehingga masyarakat mudah mengenali profil lembaga pendidikan yang akan menjadi target.

Begitupula dengan media cetak yang mudah di temui melalui koran dan tabloid seputar berita pendidikan karena mudah ditemui jika lembaga sering mengikuti *event* dan mencetak prestasi di Kabupaten setempat.

4. Periklanan

Yang perlu diperhatikan dalam membuat iklan, yaitu :

- a) Iklan disajikan secara atraktif dapat dilihat / didengar dengan baik.
- b) Iklan dapat mengangkat nama naik dan lokasi secara jelas.
- c) Klien yang potensial akan menanyakan isi dari promosi secara detail.

b. Faktor Kendala Pemasaran Sekolah

Kotler dan Andreasen yang dikutip pada buku *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah* menjabarkan lingkungan eksternal yang menjadi kendala pemasaran sekolah terdapat 4 hal meliputi:

- 1) Lingkungan publik yang terdiri dari kelompok atau organisasi yang tertarik pada kegiatan lembaga.
- 2) Lingkungan kompetitif, terdiri dari lembaga lain yang bersaing untuk mendapatkan perhatian atau loyalitas dari kelompok sasaran.
- 3) Lingkungan makro yang terdiri dari kekuatan fundamental berskala besar yang membentuk peluang dan ancaman terhadap lembaga tersebut.
- 4) Lingkungan pasar yang terdiri dari kelompok dan organisasi lain yang bekerja sama dengan lembaga tersebut untuk mencapai visi dan misi mereka.²⁹

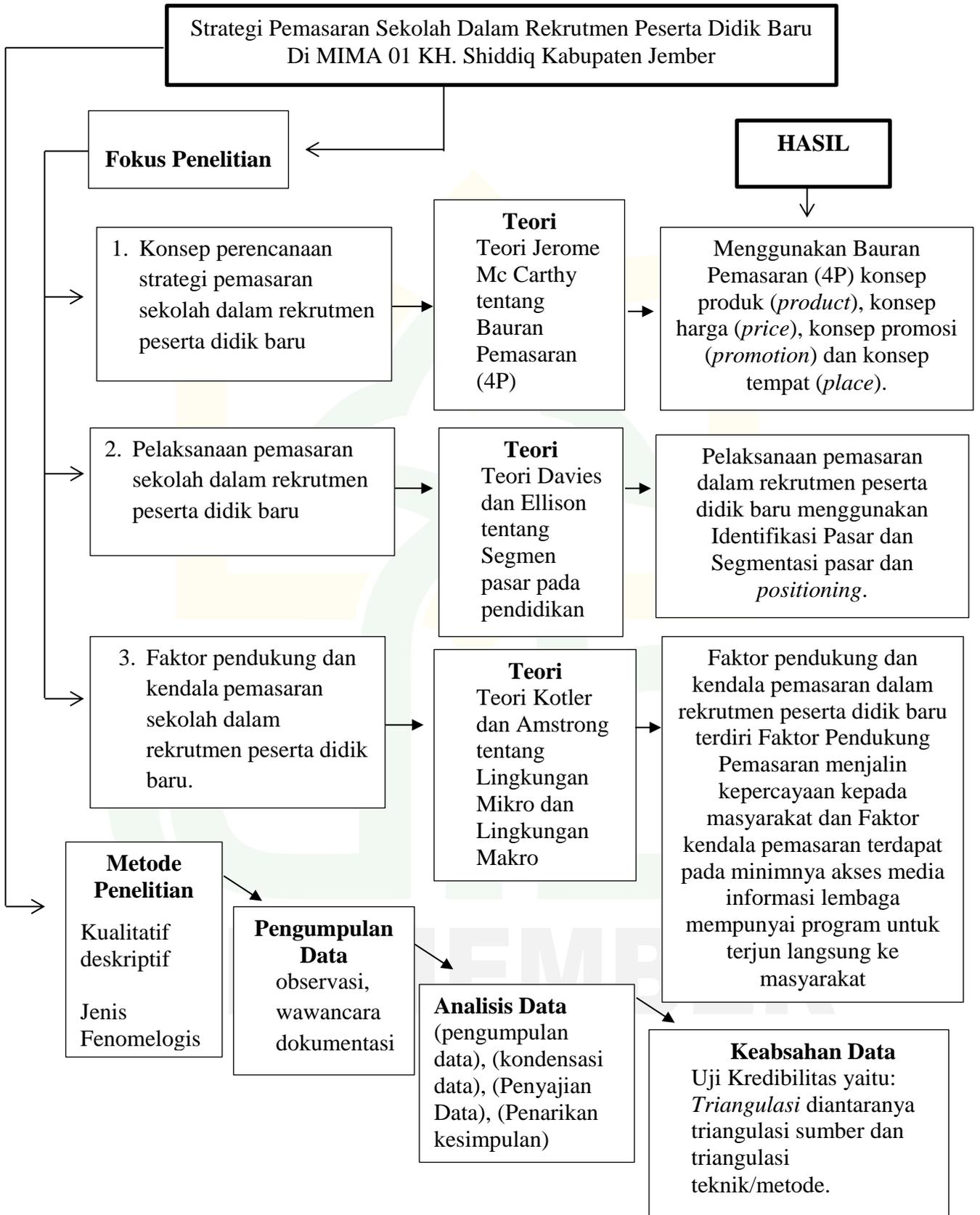
IAIN JEMBER

²⁹ Muhaimin. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. (Jakarta: Kencana, 2010), 103

Upaya sekolah agar dapat melaksanakan pemasaran dengan berhasil. Sekolah harus dapat mengembangkan pendidikannya diberbagai macam segmen pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang dihasilkan oleh sekolah harus benar-benar berorientasi pada keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini sesuai dengan inti penerapan pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan peserta didik semata-mata. Akan tetapi, bagaimana menciptakan kepuasan bagi para pengguna produk sekolah, sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stake holder* atas mutu dari setiap program yang dihasilkannya.



C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Pengguna metode ini dengan alasan fokus dalam penelitian adalah bentuk gaya hidup para konsumen dan *customer* atau pengguna jasa pendidikan. Sementara, pendekatan fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu, tentang konsep atau fenomena tertentu dengan mengeksplorasi struktur kesadaran manusia. Jadi peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh para konsumen dan *customer* atau pengguna jasa pendidikan terkait dengan rekrutmen peserta didik baru melalui studi fenomenologi ini.

Metode kualitatif menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari beberapa orang dan perilaku yang dapat diamati. Kemudian Miles dan Hubberman menyatakan penelitian kualitatif adalah berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.¹

¹Lexy Moleong J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), 30

Kriyanto menambahkan penelitian kualitatif tujuannya untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang menunjukkan paling penting kedalam dan detail sesuatu yang diteliti. Penelitian jenis kualitatif disebut juga penelitian naturalistik, metode *impresionistik* dan metode *positivistic*. Adapun karakteristik penelitian jenis ini adalah :

1. Menggunakan pola berpikir induktif (empiris-rasional atau *bottom up*)

Metode kualitatif digunakan untuk menghasilkan *grounded theory*, yaitu teori yang timbul dari data bukan dari hipotesis.

2. Perspektif *emic* / partisipan diutamakan karena peneliti dapat mencurahkan pada persepsi dan makna menurut sudut pandang partisipan yang diteliti sehingga dapat menemukan menemukan yang disebut sebagai fakta fenomenologis.
3. Peneliti jenis kualitatif tidak menggunakan rancangan penelitian yang baku, rancangan penelitian berkembang selama proses penelitian.
4. Tujuan penelitian kualitatif untuk memahami, mencari makna dibalik data untuk menemukan kebenaran empiris.²

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kualitatif jenisnya fenomenologis yaitu dapat dimulai dengan memperhatikan dan menelaah fokus fenomena yang diteliti dengan melihat berbagai subjek dari perilaku objek, peneliti menggunakan penggalan data berupa bagaimana pemaknaan objek dalam memberikan arti terhadap fenomena terkait.

²Nana Sudjhana dan Ibrahim. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Bandung : Sinar Baru, 1989)

Sebagai disiplin ilmu, fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Secara harfiah, fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala yang muncul dalam pengalaman kita. Fokus perhatian fenomenologi tidak hanya sekedar fenomena akan tetapi pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama atau yang mengalaminya secara langsung.³

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian mempelajari dan memahaminya haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (*first-hand experiences*). Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti.⁴

Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan pemahaman tentang keseharian, dunia intersubjektif (dunia kehidupan). Fenomenologi bertujuan menginterpretasikan tindakan sosial kita dan orang lain sebagai sebuah yang bermakna serta dapat mengrekonstruksi kembali dari tindakan intersubjektif (dunia kehidupan) sosial, sebagaimana prosedur dalam penelitian kualitatif

³Engkus Kuswarno. *Metode Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. (Bandung : Widya Padjajaran, 2009), 44

⁴Haris Herdiyansyah. *Metodelogi Penelitian Kualitatif : Untul Ilmu-ilmu Sosial*. (Jakarta : Salemba Humanika, 2012), 22

jenisnya fenomenologi yaitu dari wawancara, observasi dan dokumentasi pada penelitian mengenai Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang berlangsung secara semi partisipan untuk memahami fenomena-fenomena yang terjadi dalam subjek penelitian. Dengan kata lain, peneliti tidak terjun langsung pada saat proses penyelenggaraan rekrutmen peserta didik berlangsung tetapi mengamati serta mencatat melalui beberapa informan terkait dan mengumpulkan dokumentasi sebagai bahan rekam jejak penelitian.

Alasan peneliti dalam melakukan penelitian ini terdapat keunikan yang terdapat di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Kepala Madrasah membuat perencanaan strategi pemasaran sekolah yaitu mengadakan rapat tahunan bersama Panitia PPDB dan seluruh dewan guru membahas salah satunya merencanakan program sekolah Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) yang telah sukses diadakan setiap tahun ajaran baru dan menjadi wadah ajang silaturahmi dengan masyarakat.⁵

Dalam hal ini peneliti menemukan dokumentasi rapat panitia PPDB dan rapat program sekolah Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).⁶ Kemudian yang menjadi daya tarik di masyarakat luas bahwa terdapat sosok pendiri yayasan MUHSHI (Muhammad KH. Shiddiq) yaitu KH. Shiddiq dan KH. Ahmad Shiddiq yang telah dikenal sebagai Ulama Islam di Kabupaten

⁵Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018

⁶Dokumentasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Jum'at, 8 Februari 2019.

Jember yang menjadi *icon* Islami di MIMA 01 KH. SHIDDIQ Kabupaten Jember.⁷

Namun, peneliti menemukan *problem riset* pada saat penelitian yaitu peneliti menemukan tidak tersedianya BAGIAN Kehumasan pada struktural sekolah sehingga semua tupoksi Humas di *hendle* panitia PPDB salah satunya yang berperan penting Kepala Madrasah pada saat rapat memberi kepercayaan kepada BAGIAN Kesiswaan dan BAGIAN Kurikulum yang berperan penting pada saat pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.⁸

Dengan demikian, MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menjalankan pemasaran sekolah melalui produk unggulan yang terletak pada kegiatan ekstrakurikuler sudah berkembang di masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman yang khas sehingga sampai saat ini mendapat *feedback* baik dari masyarakat dengan mencetak beberapa prestasi unggulan di dibidang Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an di Kabupaten Jember.⁹

Berdasarkan fakta lapangan peneliti mencoba menelusuri dan menggali informasi terkait strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik dengan beberapa prestasi yang diraih peserta didik MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember serta mendapat dukungan pihak Madrasah dan orangtua wali murid yang tidak pernah lelah memberi motivasi intrinsik dan eksternal

⁷Wawancara peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah dikantor Kepala Madrasah. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018.

⁸Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018.

⁹Dokumentasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Jum'at, 8Februari 2019.

sehingga peserta didik baru dan calon wali murid ingin lebih tahu banyak informasi keunggulan produk MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.¹⁰

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah di MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang berlokasi di Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember. Lokasi ini dipilih peneliti dengan alasan salah satu lembaga swasta yang mempunyai peminat terbanyak setiap rekrutmen peserta didik setiap tahunnya dan mendorong calon orangtua wali murid senantiasa mempercayai MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai pencetak akhlaqul karimah dan mempunyai segudang prestasi yang unggul di Kabupaten Jember.¹¹

C. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti adalah sebagai instrumen jangka panjang untuk mencari data tentang program strategi pemasaran sekolah. Oleh karena itu, Moleong mengemukakan peneliti sebagai instrumen penelitian disini dimaksudkan sebagai alat pengumpul data.

Kedudukan peneliti dalam penelitian ini sebagai kunci pedoman (*key instrument*) yaitu sebagai perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsiran data dan menjadi pelapor hasil penelitian.¹² Berdasarkan data informasi diatas, peneliti telah melakukan observasi awal di lingkungan

¹⁰ Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018.

¹¹ Observasi peneliti di MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018

¹² Tim Penyusun IAIN Jember. *Penulisan Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (IAIN Jember Press, 2018), 23

sekolah dan menemui Kepala Madrasah mengenai judul Tesis Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH.Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019 guna melengkapi data pokok penelitian.¹³

Kehadiran peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bertindak sebagai *key instrument* . Peneliti hadir ditempat dan menindaklanjuti sebagai pemeran utama dengan menetapkan fokus penelitian, yaitu : 1). Bagaimana konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019. 2). Bagaimana pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember tahun Pelajaran 2018 / 2019 dan 3).Bagaimana faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH.Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.

D. Subjek Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan mengenai pihak-pihak yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian dan teknik penentuan informan.¹⁴

Adapun penelitian menggunakan *purposive* yaitu pengambilan *sample* sumber data dengan pertimbangan tertentu. Cara peneliti memilih informan tertentu yang dianggap paling mengetahui kebutuhan instrument peneliti.¹⁵

¹³Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018

¹⁴Tim Penyusun IAIN Jember.*Penulisan Karya Ilmiah Pasca Sarjana*. (Jember : IAIN Jember Press, 2018, 23

¹⁵Sugiyomo.*Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D Cetakan 20*.(Bandung : Alfabeta, 2017) , 31

Adapun data utama untuk diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang diperoleh dari wawancara peneliti, yaitu :

1. Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
2. Staf T.U MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
3. Komite Sekolah MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
4. BAGIAN. Kurikulum MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
5. BAGIAN. Kesiswaan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
6. Ketua panitia PPDB MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
7. Pendidik MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
8. Masyarakat / Orangtua Wali murid MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.¹⁶

Berikut peneliti mengumpulkan data dengan mengumpulkan dokumentasi yang diperoleh dari pihak sekolah yang berwenang menyimpan profil lembaga dan dokumentasi terkait agenda PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).¹⁷

E. Sumber Data

Sutopo mendefinisikan sumber data adalah tempat data yang yang diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak ataupun beberapa dokumen penting. Moleong menambahkan sumber data didapatkan melalui wawancara atau pengamatan berupa hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Penelitian kualitatif dilaksanakan

¹⁶ Wawancara peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah diruang Kepala Madrasah. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

¹⁷ Wawancara peneliti dengan Ibu St. Maryam diruang T.U. Pada hari Rabu, 9 Januari 2019

melalui beberapa kegiatan dan dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan.¹⁸

Sumber data penelitian berupa sumber subjek dari tempat yang didapatkan, jika peneliti memakai kuisioner atau wawancara pada pengumpulan data maka sumber dari responden yakni orang yang menjawab pertanyaan peneliti tertulis atau lisan.

Peneliti mendapatkan data diperoleh dari dua sumber, diantaranya :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti dengan data yang belum didapat sebelumnya baik dengan cara tertentu atau pada periode tertentu.

Berikut data yang diperoleh adalah :

a. Dokumenter

Sumber data disengaja untuk keperluan informasi dimasa yang akan datang termasuk dalam klarifikasi seperti UUD, piagam, surat pribadi, catatan harian, silsilah, naskah kontrak atau perjanjian, akta, surat wasiat, surat ijin tinggal, lisensi, surat pernyataan atau sumpah.¹⁹

b. Kesaksian Lisan

Kesaksian lisan dapat disebut dengan penuturan/laporan saksi mata atau partisipasi suatu peristiwa yang diucapkan secara lisan. Bukti

¹⁸Lexy Moleong J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), 22

¹⁹Lexy Moleong J. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2017), 392

tersebut dapat diperoleh Dalam wawancara tatap muka dan mungkin direkam atau dicatat untuk digunakan sebagai bukti sejarah.²⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan melalui orang lain, bukan melalui peneliti sendiri. Data sekunder berdasarkan melalui penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.

Data sekunder diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literature dan buku-buku perpustakaan atau data-data perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Sumber data digambarkan bukan dari orang yang mengalamu pada waktu kejadian berlangsung, kemudian data primer dan data sekunder dapat dipakai sebagai bahan perbandingan dan memperkuat data di lapangan (*field research*).

Sumber data dalam penelitian diambil data primer dan data sekunder yaitu data dari dokumen dari dokumen dan observasi.²¹ Selain data primer, penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dari dokumen dan observasi. Adapun data yang diperoleh yaitu : (1) Letak geografis sekolah dan (2) Proses rekrutmen peserta didik baru.

²⁰.....*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*
(Bandung : Alfabeta, 2017), 393

²¹.....*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*
(Bandung : Alfabeta, 2017), 396

Peneliti mengambil sample dari bagian objek yang dianggap mewakili dari keseluruhan dari lokasi penelitian di MIMA 01 KH.Shiddiq Kabupaten Jember tahun Pelajaran 2018 / 2019 sebagai objek penelitian. Menggunakan teknik *purposive* yaitu mengambil beberapa informan yang diangkat dan dapat memberikan informasi terkait dengan permasalahan yang diangkat peneliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

Keterlibatan peneliti sangat penting dalam melakukan proses pengumpulan data karena sebagai subjek utama yang mempunyai instrument penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.²² Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²³

Sedangkan menurut Sugiyono sebagaimana yang dikutip dari buku *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* apabila dilihat dari segi cara maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), angket pengamatan (*observasi*), dokumentasi, maupun gabungan keempatnya.²⁴

Berdasarkan pengertian di atas yang dimaksud dengan metode penelitian adalah cara utama yang digunakan untuk menentukan, mengembangkan teknik dan alat-alat tertentu sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 224.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R&D*, 224.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R&D*, 225.

Adapun metode penelitian yang akan digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.²⁵ Adapun observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi tidak partisipatif. Observasi tidak partisipatif (*non participatory observatioan*) adalah observasi di mana pengamat tidak ikut serta atau terlibat dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

Pertimbangan yang ada dalam penggunaan metode observasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memudahkan terhadap pengumpulan data cukup banyak dengan pelaksanaannya yang cukup teratur.
- b. Dapat melaksanakan pengamatan secara bebas dan tidak terikat dengan waktu.

Sedangkan prosedur pelaksanaan dalam metode observasi ini adalah:

- a. Mengajukan peninjauan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat observasi.
- b. Menyusun pedoman observasi yang sesuai dengan masalah yang akan dijadikan fokus penelitian.
- c. Mengadakan observasi terhadap peristiwa objek penelitian serta mencatat hasil yang diperoleh.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R&D* 226.

d. Mengklasifikasi hasil observasi sesuai dengan jenisnya.

Proses observasi yang dilakukan oleh peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember tersebut untuk memperoleh data-data tentang keadaan kondisi yang meliputi:

a. Proses strategi pemasaran sekolah.

- 1) Konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 2) Pelaksanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 3) Faktor pendukung dan kendalapemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.²⁶

2. Wawancara (*Interview*)

Moleong mendefinisikan metode wawancara adalah teknik mendapatkan informasi langsung dari responden, menggunakan percakapan yang dilakukan dua belah pihak informan yang telah disiapkan dengan sebuah pertanyaan dan terjadi respon timbal balik diantara keduanya.²⁷

Terdapat dua jenis dalam wawancara, diantaranya :

- a. Wawancara Terstruktur, yaitu teknik pengumpulan data peneliti atau peneliti mengetahui tentang informasi sebelumnya. Setiap informan diberi pertanyaan dan peneliti membuat catatan.

²⁶ Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018

²⁷Lexy Moleong J. *Metode Penelitian Kualitatif*.(Bandung : Alfabeta, 2012), 130

b. Wawancara Tidak Terstruktur, yaitu wawancara yang bebas peneliti tidak menggunakan instrument penelitian yang telah tersusun sebelumnya.²⁸

Peneliti menggunakan metode wawancara dengan teknik tanya jawab, berikut fokus penelitian lapangan yaitu, (1) Konsep perencanaan pemasaran sekolah, (2) Pelaksanaan pemasaran sekolah dan (3) Faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru.²⁹

Dengan metode ini data yang diperoleh adalah :

- 1) Deskripsi konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.
- 2) Deskripsi pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.
- 3) Deskripsi faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019.

Metode wawancara mendalam ini digunakan juga untuk melakukan studi pendahuluan, saat awal peneliti memasuki wilayah yang menjadi wewenang MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, untuk memperoleh informasi tentang strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru.

²⁸ *Ibid, ... Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2005), 140

²⁹ Observasi peneliti di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Pada hari Kamis, 6 Desember 2018

3. Dokumentasi (*Dokument*)

Sugiyono mendefinisikan metode dokumentasi adalah dokumen berupa catatan peristiwa yang pernah terjadi pada masa lampau, dokumen berbentuk tulisan gambar atau haskar (hasil karya) monumental dari informan.

Bentuk dokumen yaitu catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen dapat berbentuk gambar contohnya foto kegiatan dan sketsa kemudian dokumen dapat berbentuk dengan haskar (hasil karya) seperti karya seni (seni gambar, patung, film dll) dan studi dokumen menjadi pelengkap dari pengumpulan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.³⁰

Berikut peneliti menggunakan metode dokumentasi guna memperoleh data :

- a. Profil MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember
- b. Brosur MT2Q dan PPDB (Perimaan Peserta Didik Baru).
- c. Foto kegiatan rapat panitia PPDB (Perimaan Peserta Didik Baru).
- d. Bukti fisik data statistik PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).
- e. Foto kegiatan masyarakat dan panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).
- f. Foto kegiatan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).
- g. Buku Panduan PPDB

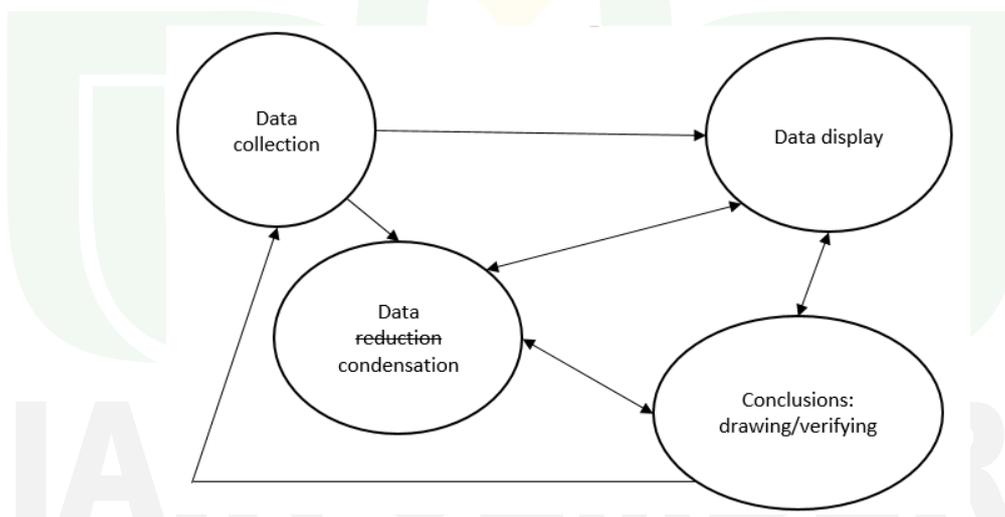
³⁰Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta : 2010), 82

G. Analisis Data

Tahap selanjutnya melakukan analisis data tujuannya mengukur sejauh mana data yang diperoleh peneliti dengan temuan lapangan kemudian di kroscek menggunakan beberapa dokumentasi terkait pelaksanaan observasi dan disesuaikan menggunakan instrument penelitian (fokus penelian).

Peneliti memulai dengan mengumpulkan data dengan cara di filter (saring) dan disesuaikan dengan kebutuhan lapangan (fokus penelitian), untuk dapat menentukan penelitian bermakna peneliti melakukan penelusuran lebih dalam pada saat melakukan observasi.

Peneliti menggunakan menggunakan analisis data yang digunakan secara interaktif menurut Miles,Hubbermandan Saldana analisa data yang dilakukan secara interaktif harus melalui proses data berikut :



Gambar 3.1

Komponen – Komponen Analisis Data Model Interaktif ³¹

³¹ Methew B. Miles, A, Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjegeb Rohidi*. (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 2014), 33

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan data dengan berbagai teknik (observasi, wawancara dan dokumentasi) dengan menggunakan instrumen sesuai dengan tekniknya seperti alat perekam suara dan alat perekam gambar, alat tulis serta perlengkapan lainnya yang mendukung terlaksananya proses pengumpulan data.

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Miles and Hubberman mendefinisikan kondensasi data adalah :

Data condensation refers to the process of selecting data, focusing, simplifying, abstracting and transforming the data that appear in written-up notes or transforming. Kondensasi data merujuk pada proses seleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian.

Teknik analisis ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. *Selecting*

Asumsi Miles and Hubberman tentang peneliti yaitu peneliti bertindak selektif, dapat menentukan beberapa dimensi yang dianggapnya penting, menjalin beberapa hubungan yang lebih bermakna dan sebagai konsekuensinya, informasi dapat dianalisis.

³¹Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2010)

b. Focusing

Miles and Hubberman menyatakan memfokuskan data adalah tahapan pra analisis lapangan. Pada tahapan ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian kemudian dilanjutkan dengan tahap seleksi data.

c. Abstracting

Pada tahap ini peneliti telah mengumpulkan membuat rangkuman penting, proses dan beberapa pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya.

Data yang telah terkumpul kemudian dievaluasi khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kebutuhan data lapangan (fokus penelitian).

d. Simplifying and Transforming

Selanjutnya peneliti melakukan penyederhanaan data maka peneliti dapat mengumpulkan data dari setiap proses dan pelaksanaan terkait observasi lapangan sesuai dengan instrumen penelitian.

Adapun proses yang dicapai dalam melakukan kondensasi data :

Dengan melakukan teknik analisis kondensasi data, peneliti akan lebih terinci tanpa mengurangi temuan lapangan yang diperoleh selama penelitian (proses penjaringan data) berlangsung.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Peneliti menyaji kesimpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajiian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcart* dan sejenisnya. Peneliti menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

Data yang telah dipolakan, difokuskan dan disusun secara sistematis tersebut diambil kesimpulan sehingga makna data bisa ditemukan. Namun kesimpulan itu hanya sementara saja dan bersifat umum. Agar diperoleh kesimpulan final data, maka daya yang lain perlu dicari. Data baru hasil pencarian ini, bertugas melakukan pengujian terhadap berbagai kesimpulan sementara tadi.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions*)

Kesimpulan data dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab fokus penelitian yang sejak awal digunakan. Kesimpulannya mungkin tidak menjawab fokus penelitian, karena masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan senantiasa berkembang setelah peneliti berada didalam lapangan.

Kesimpulan pada penelitian ini dapat ditetapkan berdasarkan kesesuaian antara temuan dan teori tentang strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru yang berorientasi pada lingkungan pendidikan kemudian ditarik di dalam disiplin ilmu. Data-data yang diseskripsikan kemudian disimpulkan secara umum.

Mengambil kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari kondensasi dan penyajian data sehingga data dapat disimpulkan dan peneliti masih dapat di uji kembali dengan data dilapangan dengan cara merefleksi kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat atau cara triangulasi sehingga kebenaran ilmiah dapat dipertanggungjawabkan.³²

H. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data terdapat *uji creadibility* (validitas internal), *transforability* (reabilitas) dan *confirmability* (objektivitas).

Peneliti menggunakan keabsahan data dengan menggunakan :

1. Uji Keabsahan (*Uji Creadibility*)

a. Triangulasi

Moleong mendefinisikan triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap sebuah data.³³

Peneliti menggunakan uji keabsahan data dengan :

1) Triangulasi Sumber

Moleong mendefinisikan triangulasi sumber adalah membandingkan dan menkroscek data lapangan atas apa kepercayaan peneliti dalam mendapatkan sebuah informasi yang

³²Methew B. Miles, A, Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjeheb Rohidi*. (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 2014), 33

³³Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2010), 24

dapat diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.³⁴

Prosedur dalam mencapai triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan pemikiran orang lain dengan beragam pendapat terkait fenomena yang terjadi di masyarakat.

Prosedur yang dapat dicapai dengan melakukan :

- a) Peneliti menganalisis dengan membandingkan tingkah laku beberapa informan terkait pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru dengan pendapat pribadi.
- b) Peneliti menganalisis dengan membandingkan yang diucapkan beberapa informan tentang peristiwa pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru berlangsung.
- c) Peneliti menganalisis pendapat masyarakat dan orangtua wali murid terkait prosedur dan pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).³⁵

2) Triangulasi Teknik / Metode

Sugiyono mendefinisikan triangulasi teknik / metode adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama , diantaranya :

³⁴Lexy Moleong J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012)

³⁵Observasi. MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember. (Jember, Rabu 9 Januari 2019)

Adapun langkah – langkah triangulasi teknik/metode adalah :

- a. Mengkroscek dan membandingkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, BAGIAN Kurikulum, BAGIAN Kesiswaan, Staf T.U, pendidik dan masyarakat / orangtua wali murid.
- b. Mencetak dan membandingkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, BAGIAN Kurikulum, BAGIAN Kesiswaan, staf T.U, pendidik dan masyarakat / orangtua wali murid.³⁶

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik/metode yaitu guna menguji kreadibilitas data kemudian di kroscek dengan melihat data yang telah diperolleh pada saat melakukan obsevasi lapangan.

I. Tahapan – Tahapan Penelitian

Miles dan Michael Hubberman mendefinisikan tahapan – tahapan penelitian yaitu :

1. Membangun kerangka konseptual
2. Merumuskan permasalahan penelitian
3. Pemilihan sampel dan pembatasan penelitian
4. Instrumensasi
5. Pengumpulan data
6. Analisis data
7. Matriks dan pengujian kesimpulan³⁷

³⁶ Dokumentasi Peneliti dengan Ibu St. Maryam (Staf T.U MIMA KH. Shiddiq Kab. Jember). (Jember, Rabu 9 Januari 2019).

³⁷Methew B. Miles, A, Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjeheb Rohidi*. (Jakarta : Universitas Indonesia, 2014)

Prosedur tahapan melakukan penelitian kualitatif meliputi :

a. Tahapan Pelaksana

Langkah pertama memasuki objek penelitian mendapatkan izin penelitian dan mulai mengumpulkan data dengan wawancara untuk meminta data yang berkaitan dengan penelitian.

b. Menyusun Rancangan Penelitian

Penelitian berangan dari permasalahan dalam peristiwa sedang berlangsung dan dapat diamati serta diverifikasi.

c. Memilih Lapangan

Penentuan lokasi penelitian adalah aspek utama dalam melakukan sebuah *riset*. Lokasi penelitian digunakan sebagai sumber data dengan mengasumsikan bahwa penelitian kualitatif, jumlah (informan) tidak terlalu berpengaruh dari pada konteks dan dengan mengungkapkan alasan-alasan penelitian yang ditetapkan serta berdasarkan beberapa rekomendasi dari beberapa pihak.

d. Mengurus Perizinan

Mengurus administrasi seperti surat penelitian sebelum memasuki lapangan penelitian guna untuk kelancaran kegiatan penelitian. Maka perizinan dan birokrasi yang bersangkutan dibutuhkan dengan kehadiran seseorang.

e. Menjajagi dan Menilai Keadaan

Setelah proses administrasi diperoleh sebagai proses penelitian lapangan, peneliti melakukan proses penjajagan lapangan dan sosialisasi dengan keadaan karena kita yang menjadi pemeran utama dalam penggali data di lapangan.³⁸

f. Tahapan Penyusunan Laporan

Setelah melakukan penelitian lapangan maka proses selanjutnya dianalisis kemudian menyusun laporan penelitian dan diserahkan kepada dosen pembimbing untuk di teliti dan di kroscek kebenarannya.

Peneliti sebagai instrumen utama dalam melakukan penelitian lapangan, berikut ciri – ciri dalam melakukan tahapan laporan penelitian kualitatif :

1. Peneliti sebagai instrument dan dapat menjadikan stimulus dari lingkungan dalam suatu lingkungan.
2. Peneliti sebagai instrument dan dapat berinteraksi terhadap keadaan guna untuk mengumpulkan data penelitian.
3. Peneliti sebagai instrument yang melibatkan interaksi sosial.
4. Peneliti sebagai instrument dan menganalisis data dari data yang diperoleh.
5. Peneliti mengambil kesimpulan dari data yang diperoleh.³⁹

³⁸ Sanafiah. *Penelitian Kualitatif : Dasar dan Aplikasi*. (Malang : Y A 3 Malang), 19

³⁹ Sanafiah. *Penelitian Kualitatif : Dasar dan Aplikasi*. (Malang : Y A 3 Malang, tt), 20

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Hasil Penelitian

Pada paparan data dibahas temuan tentang temuan data yang diperoleh melalui pengamatan (kondisi riil) observasi, hasil wawancara dan dokumentasi secara deskripsi informasi lainnya yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Sebuah organisasi dapat mempertahankan sebuah produk unggulannya tidak mudah jika tidak ada sebuah rancangan khusus atau strategi khas yang mampu dipertanggung jawabkan dalam menjalankan visi misinya. Dibutuhkan sebuah kerjasama dengan masyarakat luas dalam mempromosikan serta komitmen mempertahankan sebuah produk unggulan dalam memasarkan produk di kalangan masyarakat.

Dalam uraian data tersebut akan menggambarkan kondisi alamiah penelitian yang dilakukan di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sesuai dengan fokus yang terdapat pada Bab I untuk lebih sistematis, paparan data akan dirinci dalam skema sebagai berikut :(1)Bagaimana konsep perencanaan strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, (2) Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. (3) Bagaimana faktor pendukung dan

kendalapemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Adapun deskripsi data mengenai fokus penelitian, di fokuskan menjadi 3 (tiga) antaranya :

1. Konsep Perencanaan Pemasaran Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Setiap kegiatan atau program perlu direncanakan terlebih dahulu sebelum diterapkan agar memperoleh hasil sesuai yang diinginkan. Tujuan dari konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember untuk merumuskan langkah atau strategi yang tepat untuk mengembangkan lembaga yang dikelola dengan menggunakan proses konsep perencanaan pemasaran sekolah sebagaimana telah dibahas pada bab II terdiri atas Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*) dan Tempat / Distribusi (*Place*).

Oleh karena itu dalam membuat konsep perencanaan pemasaran sekolah harus memperhatikan :

1) Konsep Produk (*Product*)

Konsep strategi pemasaran sekolah yang dibuat Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Ibu Lathifatul Azizah, S.Pd sebagai berikut:

Hal ini didasari dari hasil wawancara dengan Ibu Lathifatul Azizah,

S.Pd sebagai berikut:

“Konsep perencanaan Konsep Produk (*Product*) pemasaran sekolah yang di buat Kepala Madrasah dengan Panitia PPDB dalam rapat PPDB / tahun ajaran baru dengan melibatkan masyarakat dengan membuat sebuah *event* tahunan setiap tahun ajaran baru mengadakan lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q), lomba mewarnai dan lomba karaoke pesertanya (usia 6 – 7 tahun)”¹

Beliau menambah terkait rekrutmen peserta didik baru :

“Kami membentuk Panitia PPDB untuk mengadakan seleksi rekrutmen peserta didik diantaranya akan diadakan Tes Akademik (baca tulis dan menghitung) dan Tes Al-Qur’an (surah-surah pendek) dan kami memberikan *reward* jika calon peserta didik mengikuti *event* tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB”²

Hal ini senada juga dijelaskan oleh salah satu anggota komite sekolah Ibu Durratu Maknunnah ketika ditemui peneliti :

“Konsep Produk (*Product*) pemasaran sekolah MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dengan memperhatikan kebutuhan Pelanggan (masyarakat) yang akan dilayani, pesaing sesama lembaga swasta yang mulai mengikuti tradisi budaya lingkungan kami (*events* tahunan) dan harus mengikuti perkembangan zaman / tren lingkungan dan akan berbeda yang dimiliki oleh lembaga lain.”³

¹ Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Kamis, 6 Desember 2018

² Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

³ Wawancara Peneliti Dengan Ibu Durratu Maknunnah Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

Berikut peneliti sertakan proposal kegiatan panitia PPDB :

**PANITIA MUSABAQOH
TARTIL DAN TAHFIDH AL-QUR AN
TINGKAT TAMAN KANAK-KANAK
SE-KABUPATEN JEMBER**

Sekretariat Jl: KH Shiddiq 42 Jember Telp. (0331) 427122 / 082244018338

PROPOSAL KEGIATAN⁴

I. LATAR BELAKANG

Membiasakan membaca Al- Qur'an secara fasih dan benar perlu adanya pembinaan dan pembenahan sedini mungkin kepada anak, sebab anak merupakan pemegang estafet penerus agama. Pembinaan dan pembenahan membaca Al-Qur'an harus dilakukan secara kontinyu (istiqomah) dan berkesinambungan dengan beberapa alternatif pemecahan terbaik.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Laboratorium Bahasa dan Al-Qur'an MIMA 01 KH.Shiddiq Jember berupaya untuk mengkaji dan membenahi teknik membaca Al-Qur'an secara fasih dan benar melalui Musabaqoh (lomba) Tartil dan Tahfidh Al – Qur'an.

Kegiatan tersebut perlu direncanakan dan disusun secara sistematis dengan harapan dapat memberikan gambaran guna mendapatkan dukungan dari semua pihak baik moril maupun materiil

II. DASAR PEMIKIRAN

1. Perlunya pendalaman dan pembinaan makna peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW.
2. Perlunya pengembangan pembinaan tartil dan tahfidh Al-Qur'an sebagai upaya pengabdian kepada masyarakat.
3. Perlunya upaya melestarikan membaca Al-Qur'an secara fasih dan benar.

III. MAKSUD DAN TUJUAN

1. Pembenahan dan pembinaan tartil dan tahfidh Al Qur'an.
2. Meningkatkan semangat dan gairah belajar membaca Al-Qur'an sejak dini.

⁴Dokumentasi Proposal Kegiatan Musabaqah Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (Mt2q)

3. Menumbuhkembangkan dan menyalurkan bakat serta kreativitas khususnya di bidang tartil dan tahfidh Al-Qur'an.
4. Ikut mendukung program pemerintah dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

IV. TEMA KEGIATAN

Tema kegiatan ini adalah : 'MENUJU GENERASI ISLAM YANG CINTA NEGERI'.

NAMA KEGIATAN

Nama kegiatan ini adalah : MUSABAQOH TARTIL DAN TAHFIDH AL-QUR AN TINGKAT TAMAN KANAK-KANAK SE-KABUPATEN JEMBER BERDASARKAN KAJIAN LABORATORIUM BAHASA DAN AL-QUR'AN TAHUN 2018.

V. JENIS KEGIATAN

1. Lomba Tartil (membaca) Al-Quran
 - Membaca surat Al-Baqarah ayat 1-6
2. Lomba Tahfidh (menghafal) surat-surat pendek Al-Quran
 - Menghafal surat wajib : al-Ikhlash
 - Menghafal surat pilihan : al-Kautsar
al-Ashr
3. Lomba Karaoke Beregu (5 anak)
 - Jenis lagu : Qosyidah Islami / Nasyidah Islamiah
 - Bagi peserta lomba karaoke beregu diharap membawa dan menyiapkan kaset sendiri.
4. Lomba Mewarna Gambar
 - Mewarna Gambar yang disediakan panitia
 - Bagi peserta mewarna Gambar diharap membawa alat warna gambar sendiri berupa Crayon Oil Pastels 12 warna (merk **Bebas**)
5. Bercerita Pengalaman Pribadi
 - Berbusana Muslim/Muslimah (waktu max. 5 menit)

VI. PESERTA

1. Syarat-syarat peserta lomba:

1. Siswa/siswi TK dengan dilampiri surat keterangan dari sekolah atau TK yang bersangkutan.
2. Mengisi blanko pendaftaran.
3. Membayar uang pendaftaran sebagai berikut:
 - Lomba Tartil al-Quran Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Tahfidh al-Quran Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Mewarna Gambar Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Karaoke Beregu Rp 25.000,00 / regu
 - Bercerita pengalaman pribadi Rp 5.000,00 / peserta

2. Jumlah peserta setiap TK adalah:

- Lomba Tartil al-Quran : maksimal 5 anak
- Lomba Tahfidh al-Quran : maksimal 5 anak
- Lomba Karaoke Beregu : 2 regu (5 anak, 1 penyanyi, 4 background)
- Lomba Mewarna Gambar : maksimal 40 anak
- Bercerita pengalaman pribadi : maksimal 5 anak per TK

VIII. WAKTU DAN TEMPAT

1. Waktu dan tempat pendaftaran

Tanggal : 31 Januari – 21 Maret 2018

Waktu : Pukul 07.00 – 12.00 WIB

Tempat : Kantor MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

Jl. KH. Shiddiq 42 Jember

2. Pelaksanaan Lomba

a. Lomba Tartil dan Tahfidh al-Qur'an

Hari/tanggal :

Waktu : Pukul, 07.30 WIB

Tempat : Laboratorium Bahasa dan al-Qur'an MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

b. *Bercerita pengalaman pribadi*

Hari/tanggal :

Waktu : Pukul, 08.00 WIB

Tempat : Pentas utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

c. *Lomba Karaoke Beregu*

Hari/tanggal :

Waktu : Pukul, 08.00 WIB

Tempat : Pentas utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

d. *Lomba Mewarna Gambar*

Hari/tanggal :

Waktu : Pukul, 08.00 WIB

Tempat : Auditorium MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

3. Technical Meeting

Hari/tanggal :

Waktu : Pukul, 08.00 WIB

Tempat : MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

4. Klafikasi Juara

- Lomba Tartil al-Quran Kabupaten Jember, : Memperebutkan Tropy bergilir Bupati Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Tahfidh al-Quran Kabupaten Jember. : Memperebutkan Tropy bergilir Bupati Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Karaoke Beregu KH. Shiddiq, : Memperebutkan Tropy bergilir MIMA 01 Jember. Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Mewarna Gambar : Memperebutkan Tropy bergilir Indomilk Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Bercerita Peng. Pribadi :Memperebutkan Tropy bergilir Kemendikbud Kab.Jember Juara I, II, III, Harapan I, II, III.

IX. DANA

1. Sumber Dana

Sumber dana penyelenggaraan Musabaqoh Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an Tingkat Taman Kanak-Kanak Se-Kabupaten Jember Tahun 2017 ini berasal dari:

- Dana operasional pengembangan pendidikan MIMA 01 KH. Shiddiq Jember.
- Bantuan Bupati Jember
- Pendaftaran peserta
- Sponsor

2. Anggaran Dana

A. Umum

1. Kesekretariatan	Rp 550.000,00
2. Dokumentasi	Rp 450.000,00
3. Transportasi	Rp 550.000,00 +
	Rp 1.550.000,00

B. Lomba

1. Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an

a. Dekorasi	Rp 425.000,00
b. Trophy (untuk 12 Pemenang)	Rp 460.000,00
c. Hadiah (untuk 12 Pemenang)	Rp 440.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.550.000,00
e. Juri	Rp 850.000,00 +
	Rp 3.725.000,00

2. Mewarna Gambar

a. Dekorasi	Rp 270.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 270.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.400.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.675.000,00

3. Karaoke Beregu

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00

4. Bercerita Pengalaman Pribadi

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Tropy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00
Jumlah Total	Rp 13.360.000,00

Ketua

M. Nor Hakim, S.Pd.I



Jember,

Bendahara

Ike Wahyuni, S.PdI

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk membantu kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Secara lebih teknis disampaikan Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, beliau menambahkan :

“Panitia PPDB mengunjungi lembaga RA dan TK di Kabupaten Jember untuk mencari bakat yang dimiliki calon peserta didik baru pada setiap tahunnya, salah satu *event* lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) yang menjadi *icon* MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember”.⁵

Kegiatan proses perencanaan pemasaran sekolah dimulai dari membuat Konsep Produk (*Product*) pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti pada kegiatan kunjungan ke lembaga, peneliti melengkapi

⁵Wawancara Peneliti Dengan Bpk. Moh. Nor Hakim Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

dokumentasi diantaranya menemukan baliho/*banner* yang terpasang dinding gedung pendaftaran PPDB, susunan panitia MT2Q dan proposal kegiatan MT2Q.⁶

Berikut susunan panitia penyelenggara lomba MT2Q , yaitu :

SUSUNAN PANITIA MT2Q XXIII TH.2018⁷

Pelindung	: Pengurus MIMA 01 KH. SHIDDIQ Jember
Penasehat	: Kepala MIMA 01 KH. SHIDDIQ
<u>Panitia Pengarah (SC)</u>	
Ketua	: M. Nor Hakim, S.Pd.I
Wakil Ketua	: Sami'an Adib, SS
Sekretaris	: Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd
<u>Panitia Pelaksana (OC)</u>	
Ketua	: Durratul Maknunah , S.Pd.I
Wakil Ketua	: Yudi H. Setiawan, S. Pd.I
Sekretaris	: Widya Wulandari, S.Pd.I
Bendahara	: Ike Wahyuni, S. Pd.I
<u>Seksi-seksi:</u>	
1. Kesekretariatan	: Shonwani, S.Pd.I M. Sofyan. S.Pd.I Mukhlis, S.Pd
2. Protokoler	: Maryam Khuzaimatul Aulia, S.Pd.I
3. Humas	: Syahroni, S.Pd Anshori
4. Dekorasi & Dokumentasi	: Ach. Syaifudin Zuhri. Ds. A. Wahid S. PdI Nawawi
5. Konsumsi	: Dra. Maimunah Umar Husnul Hotimah Lutfiyah Huriyanik, A.Ma. Muhibbah, S.Pd Siti Rodliyah, A.Ma. Dra. Fatimah Aziz
6. Perlengkapan	: M. Taufiq S.Ag. Abd. Haqi, S.Ag Paiman Syauqi P. Nor Achmad Fauzi
7. Penyerahan piagam	: Sofi faridatul Khusnul SL, S.Pd.I Siti Maryam Lutfiyah
8. Pembantu Umum	: Semua Dewan Guru MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

⁶ Observasi Peneliti Di Mima 01 Kh. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁷ Dokumentasi Susunan Panitia Penyelenggara Lomba Mt2q

Penanggung jawab lomba :

- 1. Tartil Al-Qur'an** : **Taufiq** (koordinator)
Isa Anshori
Abd. Aziz
Khusnul JK & Shofi(rekapitulasi nilai)
Widya Wulandari & Khuzaimatul Auliyah(Pemanggil)
- 2. Tahfidh Al-Qur'an** : **Abd. Wahid**(koordinator)
Ahmad Fauzi&Nawawi
Nurul Jannah &Nisa(rekapitulasi nilai)
Roufah Umar(pemanggil)
- 3. Lomba Karaoke** : **Ike Wahyuni**(MC)
Adi S, S.Pd & Abd. Wahid(operator kaset)
Ike Wahyuni & Hafid Amrullah (MC)
Isa Ansori& Ahmad Nawawi(persiapan)
Nur Atiyah, S.Pd (rekapitulasi nilai)
- 4. Mewarna Gambar** : **Drs. Lukman Hakim , A. Syaifuddin** (koordinator)
M. Sofyan - Syauki
M. Mukhlis - Abd. Haqiqi
Faris Sodikin
- 5. Bercerita Peng. Pribadi** : **Muhibbah, S.Pd** (koordinator)
Nur Atiyah, S.Pd & Susianti, S.Pd (MC)
Hikmatul Husna (rekapitulasi nilai)
- 6. Tim Pendaftaran TM** : Khuzaimatul Auliyah Husnul JK, S.Pd.I
Nurul Jannah
- 7. Rekapitulasi Nilai** : S. Farida
Siti Maryam
Nurul Jannah

Panitia MT2Q

Ketua

Jember,



Sekretaris MIMA KH. Shiddiq Jember

M. Nor Hakim, S.Pd.I**Durratul Maknunah, S.Pd.I**

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto agenda tahunan sekolah seperti lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), lomba mewarnai dan lomba karaoke pesertanya (usia 6 – 7 tahun). Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam merumuskan konsep Produk (*Product*) pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember diantaranya Kepala Madrasah dengan Panitia PPDB mengadakan program tahunan sekolah dengan melibatkan masyarakat disetiap tahun ajaran baru dan memberikan *reward* bagi calon peserta

didik mengikuti *event* tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB.⁸



Gambar 4.1⁹



Gambar 4.2¹⁰

⁸ Observasi Peneliti Di Mima 01 Kh. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁹ Dokumentasi Rapat Kepala Madrasah Dengan Panitia Ppdb

¹⁰ Dokumentasi Juara Lomba Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (Mt2q)

2) Produk Harga (*Price*)

Setelah konsep produk (*product*) pemasaran sekolah direncanakan, selanjutnya Sekertaris II PPDB menetapkan besaran harga (*price*) pendaftaran PPDB. Hal ini diungkap Ibu St. Maryam selaku T.U bahwa :

“Pada saat melakukan pendaftaran PPDB, orangtua calon peserta didik dikenakan administrasi sebesar Rp. 150.000,- dan orangtua calon peserta didik di informasikan akan diadakan tes akademik dan non akademik beserta pemberitahuan ruang tes untuk peserta didik baru”.

Berikut lampiran daftar ulang PPDB :

KETENTUAN DAN PERSYARATAN¹¹

DAFTAR ULANG PESERTA DIDIK BARU TAHUN AJARAN 2018/2019

Ketentuan biaya dan persyaratan peserta didik baru MIMA 01 KH.

SHIDDIQ JEMBER Tahun Pelajaran 2018/2019 sebagai berikut :

NO	KETERANGAN	PUTRA	PUTRI
1.	SPP bulan Juli 2017	Rp 135.000	Rp 135.000
2.	Seragam sekolah 3 stel, kostum olah raga dan atribut, ikat pinggang, dll.	Rp 780.000	Rp 815.000
3.	Kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI/PHBN)	Rp 200.000	Rp 200.000
4.	Sumbangan Dana Pengembangan Pendidikan / Jariyah (SDPP)	Rp 1.750.000	Rp 1.750.000
5.	Buku paket pelajaran ,buku tulis dan alat tulis	Rp 660.000	Rp 660.000
6.	Ekstrakurikuler 1 kali selama 6 tahun	Rp 350.000	Rp 350.000
J U M L A H		Rp 3.875.000	Rp 3.910.000

¹¹ Dokumentasi Ketentuan dan Persyaratan *Daftar Ulang Peserta Didik Baru*

Keterangan :

- Daftar ulang mulai tanggal **26 April 2018 s/d 13 Mei 2018**
- Melengkapi administrasi yang telah ditentukan;
- Masuk hari pertama pada hari **Senin tanggal 15 Juli 2018** ; dan
- Ketentuan lain akan diatur lebih lanjut

KELENGKAPAN ATRIBUT SEKOLAH¹²

<u>MURID PUTRA</u>		<u>MURID PUTRI</u>	
A. Seragam sekolah		A. Seragam sekolah	
- Baju Putih	: 1 buah	- Baju Putih	: 1 buah
- Celana Hijau	: 1 buah	- Rok Panjang Hijau	: 1 buah
- Baju biru	: 1 buah	- Baju biru	: 1 buah
- Celana dongker	: 1 buah	- Rok Panjang dongker	: 1 buah
- Seragam Pramuka	: 1 stel	- Seragam Pramuka	: 1 stel
- Kaos Olah Raga	: 1 stel	- Kaos Olah Raga	: 1 stel
B. Atribut Sekolah		B. Atribut Sekolah	
- Topi	: 2 buah	- Jilbab	: 3 buah
- Dasi	: 2 buah	- Bed MIMA	: 2 buah
- Bed MIMA	: 2 buah	- Lokasi Kelas	: 2 buah
- Lokasi Kelas	: 2 buah	- Nama	: 2 buah
- Nama	: 2 buah	- Ikat Pinggang	: 1 buah
- Ikat Pinggang	: 1 buah	- Kaos Kaki putih	: 1 buah
- Kaos Kaki putih	: 1 buah		
C. Atribut Pramuka		C. Atribut Pramuka	
- Baret	: 1 buah	- Topi	: 1 buah
- Hasduk + ring	: 1 buah	- Hasduk + ring	: 1 buah
- Bed Jatim	: 1 buah	- Bed Jatim	: 1 buah
- Lokasi Gudep	: 1 buah	- Lokasi Gudep	: 1 buah
- Tunas-Lely	: 1 set	- Tunas-Lely	: 1 set
- Nama	: 1 buah	- Nama	: 1 buah
- Ikat Pinggang	: 1 buah	- Ikat Pinggang	: 1 buah
- Kaos Kaki hitam	: 1 buah	- Kaos Kaki hitam	: 1 buah

¹² Dokumentasi Ketentuan dan Persyaratan Atribut PPDB

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Ibu St. Maryam menambahkan administrasi pelaksanaan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), bahwa :

“Pendaftaran lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) dibuka untuk umum bagi anak usia dini, diharapkan calon peserta dapat menguasai materi yang akan kami berikan.”¹³

¹³Wawancara Peneliti Dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Berikut proposal kegiatan penyelenggara lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), dengan rincian sebagai berikut :

IX. DANA

1. Sumber Dana

Sumber dana penyelenggaraan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an Tingkat Taman Kanak-Kanak Se-Kabupaten Jember Tahun 2018 ini berasal dari:

- Dana operasional pengembangan pendidikan MIMA 01 KH. Shiddiq Jember.
- Bantuan Bupati Jember
- Pendaftaran peserta
- Sponsor

2. Anggaran Dana

A. Umum

1. Kesekretariatan	Rp 550.000,00
2. Dokumentasi	Rp 450.000,00
3. Transportasi	Rp 550.000,00 +
	Rp 1.550.000,00

C. Lomba

3. Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an

a. Dekorasi	Rp 425.000,00
b. Trophy (untuk 12 Pemenang)	Rp 460.000,00
c. Hadiah (untuk 12 Pemenang)	Rp 440.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.550.000,00
e. Juri	Rp 850.000,00 +
	Rp 3.725.000,00

4. Mewarna Gambar

a. Dekorasi	Rp 270.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 270.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.400.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.675.000,00

5. Karaoke Beregu

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00

6. Bercerita Pengalaman Pribadi

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00

Jumlah Total Rp 13.360.000,00

Ketua Jember,

M. Nor Hakim, S.Pd.I



Bendahara
Ike Wahyuni, S.Pd.I

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan lancar.

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan dan Sekertaris MT2Q, apa yang disampaikan oleh Ibu St. Maryam bahwa :

“Besaran harga (*price*) pendaftaran PPDB di informasikan di masyarakat terdapat pada brosur PPDB dan orangtua calon peserta didik di informasikan teknis lapangan sebelum mengikuti tes akademik dan non akademik bagi calon peserta didik baru.”¹⁴

¹⁴Wawancara Peneliti Dengan Bpk Ach. Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari Januari 2019

Beliau menambahkan wawancara dengan peneliti terkait rekrutmen peserta didik baru, yaitu :

“Kami mengadakan program tahunan setiap tahun ajaran baru dengan melibatkan masyarakat (anak usia 6 – 7 tahun) untuk berpartisipasi mengikuti lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) dan lomba mewarnai, panitia PPDB akan memberikan *reward* lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) berupa juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”¹⁵

Secara lebih teknis Bapak M. Taufik, S.Ag selaku Pendidik menyatakan bahwa :

“Saya bertugas menyediakan formulir PPDB untuk calon peserta didik baru dan menginformasikan kepada orangtua calon peserta didikkisaran administrasi yang akan dikeluarkan sebesar Rp. 150.000,-.Setelah itu saya menjelaskan alur pendaftarannya bahwa akan diadakan tes potensi akademik dan membaca Al-Qur'an”.¹⁶

Kemudian komentar orangtua calon peserta didik, yaitu :

“Saya puas dengan pelayanan di lembaga tersebut, panitia PPDB yang sangat ramah, membuat saya nyaman saat disambut dikantor untuk mendaftarkan anak kami dan besaran harga (*price*)pendaftaran PPDB dapat di jangkau”.¹⁷

¹⁵Wawancara Peneliti Dengan Bpk Ach. Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari Januari 2019

¹⁶Wawancara Peneliti Dengan Bpk. M. Taufik Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 11 Januari 2019

¹⁷Wawancara Dengan Bapak Majid Pada Jum’at, 11 Januari 2019

Berikut formulir pendaftaran PPDB adalah sebagai berikut :

MIMA 01 KIL SHIDDIQ JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2018/2019

I. DATA MURID

1. Nama lengkap : _____
2. Nama Panggilan : _____
3. Jenis Kelamin : Laki - Laki / Perempuan
4. Asal TK : _____
- Alamat TK : _____ Kec. _____
5. Tempat, Tanggal lahir : _____
6. Anak yang ke- : _____ dari _____ bersaudara (Jumlah Saudara kandung)
7. Alamat Rumah : _____
(Tulis dengan lengkap)
8. Telp. / Hp : _____
9. Jarak rumah ke MIMA 01 KH. Shiddiq : _____

II. DATA ORANG TUA / WALI MURID

1. Nama Ayah Kandung : _____
2. Pendidikan Terakhir : _____
Dan Gelar Pendidikan : _____
3. Pekerjaan / Penghasilan : _____ / _____
4. Nama Ibu : _____
5. Pendidikan Terakhir : _____
Dan Gelar Pendidikan : _____
6. Pekerjaan / Penghasilan : _____ / _____
7. Alamat Orang tua/Wali : _____
8. Nomor Telp./Hp : _____

III. KELENGKAPAN LAINNYA :

- > Melampirkan salinan atau foto copy surat kenal lahir (Akte Kelahiran)
- > Melampirkan Surat keterangan / STTB asal TK (bisa menyusul)

Penerima _____ Orang tua/Wali Murid _____

Hal ini pendaftaran melalui TK asal, bisa dilakukan secara kolektif oleh TK asal tersebut. (oleh _____)

Gambar 4.3¹⁸

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan lancar.

Hal tersebut dibenarkan oleh Kepala Madrasah, Ibu Lathifatul Azizah, S.Pd beliau menyampaikan:

“Panitia PPDB menyiapkan formulir pendaftaran PPDB dan seleksi Tes akademik (membaca dan berhitung) dan Tes non akademik (membaca surah pendek) kemudian menyiapkan *reward* untuk juara I dan II untuk segera di publikasikan kepada peserta lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) kepada peserta.”¹⁹

¹⁸Dokumentasi Formulir PPDB

¹⁹Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa formulir PPDB dan rincian pendaftaran PPDB. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 5 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menetapkan besaran harga (*price*) pendaftaran PPDB diantaranya Kepala Madrasah dan panitia PPDB memberikan pengertian kepada orangtua calon peserta didik akan dikenakan administrasi awal sebesar Rp. 150.000,- beserta pemberitahuan ruang tes untuk peserta didik baru dan bagi calon peserta didik yang dinyatakan juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan

gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.²⁰



Gambar 4.4²¹

3) Produk Promosi (*Promotion*)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Setelah konsep harga (*price*) ditetapkan oleh Kepala Madrasah dan Panitia PPDB, selanjutnya Kepala Madrasah menjelaskan konsep perencanaan produk promosi (*promotion*) yang akan di informasikan kepada masyarakat.

²⁰Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

²¹Dokumentasi Panitia PPDB

Berikut ini paparan Kepala Madrasah dalam menyusun konsep promosi (*promotion*). Hal ini diungkap Ibu Lathifatul Azizah, S.Pd bahwa :

“Untuk menarik animo masyarakat terkait pendaftaran PPDB Kepala Madrasah menyusun sebuah konsep promosi (*promotion*) yang akan di publikasikan oleh Panitia PPDB meliputi penyebaran informasi melalui orang dan media sosial (*facebook* dan *website*) agar lebih memudahkan calon peserta didik mencari informasi PPDB.”²²

Kemudian Bapak Ach. Syaifuddin Zuhri, S.Pd menambahkan terkait dalam menyusun konsep promosi (*promotion*) yaitu :

“Panitia PPDB mempromosikannya menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang *banner*/baliho di tempat strategis dan kami mengunjungi lembaga di RA dan TK kemudian kami mempromosikan program / *event* sekolah seperti lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) menggunakan media sosial seperti grup *WhatsApp* KKG (Kelompok Kerja Guru)”²³

Secara lebih teknis disampaikan Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, yaitu :

“Setiap tahunnya terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah pendaftar peserta didik baru, sehingga Kepala Madrasah dan panitia PPDB sepakat mengadakan seleksi dengan mengadakan Tes Akademik (membaca dan berhitung) dan membaca Al-Qur’an (surah-surah pendek) dan membuat sebuah pengumuman untuk calon peserta didik baru yang di tempel di mading lembaga.”²⁴

²²Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

²³Wawancara Peneliti Dengan Bpk Ach. Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

²⁴Wawancara Peneliti Dengan Bpk. Moh. Nor Hakim Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa *banner*/baliho PPDB dan pengumuman *event* lomba. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam produk promosi (*promotion*) menggunakan media sosial seperti grup *WhatsApp* KKG (Kelompok Kerja Guru) dan pengumuman Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) Kepala Madrasah dan menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang *banner*/baliho di tempat strategis yang dapat dilihat masyarakat sekitar.²⁵

²⁵Observasi Peneliti Di Mima 01 Kh. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019



Gambar 4.5²⁶

4) Konsep Tempat (Place)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta masyarakat untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Setelah promosi (*promotion*) ditetapkan oleh Kepala Madrasah dan disebarluaskan oleh Panitia PPDB, selanjutnya Kepala Madrasah menjelaskan konsep perencanaan tempat (*place*) yang akan di informasikan kepada masyarakat.

²⁶ Dokumentasi Brosur PPDB

Berikut ini paparan Bapak M. Taufik, S.Ag dalam mempersiapkan tempat (*place*) untuk PPDB. Secara lebih teknis Bapak M. Taufik, S.Ag selaku Pendidik, menyatakan:

“Lokasi pendaftaran PPDB MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember terletak di Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember dan telah di sebarluaskan kepada masyarakat melalui brosur PPDB”.

Beliau menambahkan di sela-sela wawancara dengan peneliti terkait PPDB dan persyaratan mengikuti tes PPDB terdiri dari tes akademik dan non akademik, yaitu :

“Tempat yang disediakan panitia PPDB untuk calon peserta didik laki-laki dan perempuan terpisah, calon peserta didik dan orangtua wali murid diberi pemberitahuan sebelum pelaksanaan tes akademik dan non akademik akan diadakan gladi kotor dan gladi bersih”.²⁷

Demikian juga staf T.U Ibu St. Maryam menambahkan secara administratif bagi calon peserta didik dalam rekrutmen peserta didik baru yaitu :

“Proses pendaftaran calon peserta didik baru setiap tahunnya wali murid melengkapi berkas administrasi diantaranya, melakukan administrasi, membawa KK (Kartu Keluarga), *fotocopy* ijazah TK kemudian mengisi formulir yang telah disediakan panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru)”.²⁸

Kemudian wawancara bersama orangtua wali murid dalam wawancaranya :

“Saya mendapatkan informasi PPDB melalui alumni MIMA 01 KH. Shiddiq dan kemudian saya telusuri dengan membuka situs MIMA 01 Shiddiq Kabupaten Jember dan memutuskan pergi mencari alamat tersebut, disana saya menemui T.U untuk mendaftar sebagai calon peserta didik baru. Panitia PPDB menjelaskan persyaratan

²⁷Wawancara Peneliti Dengan Bpk. M. Taufik Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 11 Januari 2019

²⁸Wawancara Penleiti Den Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

administasinya salah satunya membawa KK (Kartu Keluarga) dan *fotocopy* ijazah TK.”²⁹

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto lokasi pendaftaran PPDB dan persyaratan PPDB bagi orangtua calon peserta didik. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menjelaskan konsep promosi (*promotion*) terletak di Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember teknik melalui brosur PPDB.³⁰

²⁹Wawancara Dengan Bapak Majid Pada Jum'at, 11 Januari 2019

³⁰Observasi Peneliti Di Mima 01 Kh. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019



Gambar 4.6 ³¹



Gambar 4.7 ³²

IAIN JEMBER

³¹Dokumentasi *Banner/ Baliho* Tempat Pendaftaran PPDB

³²Dokumentasi Calon Peserta Didik Mendaftar PPDB

2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Setelah melakukan perencanaan tahap selanjutnya adalah *action* dalam mewujudkan yang telah menjadi pembahasan. Dalam organisasi pendidikan pelaksanaan menjadi salah satu bentuk nyata yang telah disepakati bersama oleh stakeholder atau staf pendidikan dalam organisasi pendidikan. Demikian dengan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dengan menjalankan sebuah program unggulan mendapat *feedback* positif dari pelanggannya (masyarakat).

Lembaga pendidikan penting untuk kepentingan kehidupan pada masa yang akan datang, diharapkan dapat membentuk nilai spiritual yang khas bagi setiap muslim di dunia. MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebuah lembaga pendidikan sangat tepat dalam mencari nilai spiritual maka di butuhkan strategi dalam proses pemasarannya dibutuhkan kerjasama antar pihak sekolah sebagaimana di bahas pada bab II terdiri atas Identifikasi Pasar dan Segmentasi Pasar dan *Positioning*.

a. Identifikasi Pasar

Dalam tahap ini, MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember melakukan pengamatan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar, yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan (masyarakat), dengan memperhatikan analisis SWOT :

1) Kekuatan (*Strenght-S*)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik.

Pelaksanaan pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan beliau memberikan penjelasan :

“Produk unggulan kami konsisten pertahankan dengan terus mengadakan setiap tahunnya dan melibatkan masyarakat sehingga acara Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) dan lomba mewarnai mudah di terima masyarakat.”³³

Hal ini senada dengan Bapak Sami’an, S.S selaku BAGIAN

Kesiswaan menuturkan dalam wawancara bersama peneliti, yaitu :

“Pada saat mengadakan rapat PPDB bersama Kepala Madrasah, telah di jelaskan keunggulan Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember terletak pada nilai spiritual yang dikemas dalam program acara Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q).”³⁴

Sependapat dengan salah satu guru kelas 6 yaitu Ibu Fatimah, S.Pd terkait rekrutmen peserta didik baru, yaitu :

“Seleksi PPDB yang di selenggarakan panitia PPDB tidak begitu sulit karena materi yang akan diajarkan sama seperti saat orangtua memberikan pelajaran di rumah dari segi membaca Al-Qur’an (surah-surah pendek) dan Tes Akademik yang saya kira sudah pernah didapatkan pada saat sekolah TK.”

³³Wawancara Peneliti Dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

³⁴Wawancara Peneliti Dengan Bapak Sami’an Di Ruang Guru Padajum'at, 11 Januari 2019

Berikut wawancara bersama Ibu Fatimah S.Pd selaku pendidik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, bahwa :

“Pada saat pelaksanaan lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) yang di adakan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, konsep Kepada Madrasah yang dikemas sedemikian rupa menjadikan produk unggulan semakin diminati masyarakat karena dapat mengasah potensi calon peserta didik yang mengikuti lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an, lomba menaridan lomba mewarnai.”³⁵

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan seluruh komponen lembaga untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto yang melibatkan masyarakat dalam agenda PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q). Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam

³⁵Wawancara Peneliti Dengan Ibu Fatimah Di Ruang Guru Pada Jum’at, 11 Januari 2019

mengidentifikasi Pelaksanaan pemasaran sekolah pada kekuatan (*strenght-s*) terletak pada lomba yang diadakan setiap tahun ajaran baruyang kita kenal sebagai Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).³⁶



Gambar 4.8³⁷

2) Kelemahan (*Weakness-W*)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Setelah peneliti mengidentifikasi pasar tentang kekuatan (*strenght-s*) ditetapkan, selanjutnya Kepala Madrasah menjelaskan analisis SWOT kedua tentang kelemahan (*weakness-w*) yang akan di informasikan kepada masyarakat.

³⁶Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

³⁷Dokumentasi Pamflet Musabaqah Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q)

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH.

Shiddiq menyampaikan :

“Kami membagi tugas kepada BAGIAN Kurikulum dan BAGIAN Kesiswaan sebagai salah satu panitia PPDB karena di lembaga kami tidak memakai struktur BAGIAN Humas yang tugasnya mewakili aspirasi masyarakat dan tugasnya menghendel jalannya acara PPDB serta lomba tahunan sekolah.”³⁸

Secara lebih teknis disampaikan Bapak Moh. Nor Hakim, menambahkan bahwa :

“Walaupun secara struktural BAGIAN Kehumasan tidak ada dilembaga kami, tetapi kami dapat menenggarakan rekrutmen dan seleksi peserta didik baru dengan melibatkan tim PPDB serta dibantu beberapa guru sehingga dapat menyelenggarakan proses rekrutmen peserta didik baru.”³⁹

Kemudian peneliti mewancarai Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan menyampaikan:

“Kami mengupayakan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember tetap unggul di masyarakat dengan membuat serangkaian program yang melibatkan masyarakat sehingga, kekurangan dari lembaga tidak diketahui masyarakat.”⁴⁰

Kemudian beliau menambahkan, :

“Kami masih terhubung dengan Alumnisehingga masyarakat dapat mudah menemukan informasi tentang PPDB di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, jadi semua orang dapat terlibat jika ingin membagi informasi PPDB.”⁴¹

³⁸Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

³⁹Wawancara Peneliti Dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum'at, 8 Februari 2019

⁴⁰Wawancara Peneliti Dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁴¹Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa susunan panitia PPDB. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam mengidentifikasi Pelaksanaan pemasaran sekolah pada kelemahan (*weakness-w*) terletak pada struktur organisasi sekolah yang tidak terdapat BAGIAN Humas.⁴²

⁴²Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Gambar 4.9⁴³

3) Peluang (*Opportunities*)

Setelah peneliti mengidentifikasi pasar tentang kelemahan (*weakness-w*) di temukan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, selanjutnya peneliti menjelaskan analisis SWOT ketiga tentang peluang (*opportunities*) yang akan di informasikan kepada masyarakat.

Peneliti menemui salah satu orangtua wali murid untuk dimintai keterangan terkait pelaksanaan PPDB. Bapak Cahyono selaku orangtuapeserta didik baru yang akan mendaftar:

“Sebelum pelaksanaan tes PPDB dilaksanakan, anak saya berlatih mengerjakan soal seperti berhitung, membaca dan menghafalkan Al-Qur’an (surah-surah pendek) setelah sholat Maghrib. Harapannya dapat mendalami ilmu tajwid dan termotivasi mengikuti lomba Tartil dan Tahfidh Al-

⁴³Dokumentasi Struktur Organisasi Sekolah

Qur'an(MT2Q) yang ada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”⁴⁴

Kemudian Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, menegaskan tentang PPDB, yaitu :

“Bagi peserta Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) yang telah lolos menjadi juara I dan juara II dan sesuai kriteria penilaian kami, pihak lembaga memiliki kebijakan akan di terima menjadi peserta didik baru kami dan dibebaskan registrasi awal dan dibebaskan SPP selama kurang lebih 6 – 9 bulan.”⁴⁵

Sependapat dengan pernyataan tersebut Ibu St. Maryam selaku T.U dan Sekertaris II PPDB, yaitu :

“Kami memberikan peluang (*opportunities*) untuk calon peserta didik baru jika dapat menjuarai pada program Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an akan mendapatkan hadiah dari kami berupa otomatis diterima sebagai peserta didik baru dan dan digratiskan administasi dari awal untuk juara 1 mendapatkan gratis SPP selama 9 bulan dan bagi juara 2 mendapat gratis SPP selama 6 bulan.”⁴⁶

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto pelaksanaan PPDB di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam mengidentifikasi Pelaksanaan pemasaran sekolah pada peluang (*opportunities*) terletak pada *rewad* MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang di berikan kepada calon peserta didik baru berupa diterima sebagai peserta didik baru dan dan

⁴⁴Wawancara Peneliti dengan Bapak Cahyono. Padahari Jum'at, 11 Januari 2019

⁴⁵Wawancara Peneliti dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum'at, 8 Februari 2019

⁴⁶Wawancara Peneliti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

digratiskan administasi dari awal jika mendapat juara 1 gratis SPP selama 9 bulan dan bagi juara 2 mendapat gratis SPP selama 6 bulan.⁴⁷

Berdasarkan Penjelasan di atas diperkuat data konsep perencanaan strategi pemasaran sekolah dala rekrutmen peserta didik baru. Berikut ini dipaparkan PANDUAN MURID BARU MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Data terlampir di halaman lampiran



Gambar 4.10⁴⁸



Gambar 4.11⁴⁹

⁴⁷Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁴⁸Dokumentasi Pelaksanaan Tes Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q)

4) Ancaman (*Treats*)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk memperlancar kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat menyusun program dengan memperhatikan tentang ancaman (*treats*) akan di informasikan kepada masyarakat.

Peneliti mewancarai Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq menyampaikan:

“Kami tidak merasa mempunyai pesaing dalam mendapatkan peserta didik baru setiap tahunnya, setiap tahunnya kami akan berbenah dari evaluasi penyelenggaraan tahun 2018/2019 ini”.⁵⁰

Berikut wawancara bersama Ibu Durratu Maknunnah selaku

Anggota Komite Sekolah, beliau menyatakan dalam wawancaranya :

“Keinginan dari Yayasan MUHSI bukan mencari pesaing karena menuntut ilmu siapa saja bisa dari mana saja, kami tidak memaksa calon peserta didik dan orangtua wali murid untuk bergabung bersama kami.”⁵¹

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri,

S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan beliau memberikan penjelasan :

“Kami akan tetap konsisten dengan program yang sejak lama kami rintis bersama para pendidik lainnya, jika ada yang mengadopsi program unggulan kami, silahkan ambil positifnya dan tetap istiqomah di jalan Allah SWT”.⁵²

⁴⁹Dokumentasi *Rewad* Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (Mt2q) Dari Mima 01 Kh. Shiddiq Kabupaten Jember

⁵⁰Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁵¹Wawancara Dengan Ibu Durratu Maknunnah Diruang Tamu. Pada Hari Jum'at, 8 Februari 2019

⁵²Wawancara Peneliti Dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto pelaksanaan PPDB di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam mengidentifikasi Pelaksanaan pemasaran sekolah pada ancaman (*treats*) terletak pada konsistennya MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember akan terus dikembangkan dan tetap istiqomah mengamalkan di kehidupan sehari-hari.⁵³

⁵³Observasi Peneliti Di Mima 01 Kh. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Dalam pengamatan peneliti setiap Kepala Madrasah merencanakan agenda lembaga setiap tahunnya selalu mengkoordinasi seluruh staf yang ada untuk menyelenggarakan rapat dan merencanakan konsep dan target yang ingin di capai. Lembaga dikatakan maju dan berkembang pesat dapat dilihat dari *feedback* masyarakat dan ikut berpartisipasi untuk menjadi pelengkap program agenda tahunan lembaga. Untuk memperkuat data keterlibatan guru dapat lihat dari Proposal Kegiatan MT2Q dan kegiatan panitia PPDB.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menggunakan dengan : (1) konsep produk (*product*) : Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB mengadakan program tahunan sekolah dengan melibatkan masyarakat disetiap tahun ajaran baru dan memberikan *reward* bagi calon peserta didik mengikuti *event* tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB. (2) konsep harga (*price*) : Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB memberitahu orangtua calon peserta didik akan dikenakan administrasi awal sebesar Rp. 150.000,- dan bagi calon peserta didik yang dinyatakan juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. (3) konsep promosi (*promotion*) : Panitia PPDB menggunakan media sosial seperti grup *WhatsApp* KKG (Kelompok Kerja Guru) dan pengumuman

Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) Kepala Madrasah dan menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang *banner*/baliho di tempat strategis yang dapat dilihat masyarakat sekitar.

(4) konsep tempat (*place*) : Lokasi pendaftaran PPDB berada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember berlokasi di Jl. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kabupaten Jember.

b. Segmentasi Pasar dan *Positioning* Pemasaran Sekolah

Setelah melakukan perencanaan tahap berikutnya menjalankan tugas sebagaimana telah ditetapkan konsep perencanaan program agenda yang akan dijalani. Dalam tahap ini MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat mengetahui karakterteristik berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi, ataupun perilaku.

Dengan hal itu, MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menentukan bagian pasar yang akan dilayani, Oleh karena itu dalam membuat konsep perencanaan pemasaran sekolah harus memperhatikan :

1) Diferensi Produk

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada segmentasi pasar dan *positioning* pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan beliau memberikan penjelasan :

“MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember memiliki ciri khas Slogan pada brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.”⁵⁴

Kemudian Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, menegaskan tentang PPDB, yaitu :

“Brosur dan pamflet disebarakan melalui media sosial seperti (*facebook* dls,-) supaya muda dilihat kapan saja dan masyarakat akan hafal dengan sendirinya dengan pamflet yang telah di *upload* di media sosial.”⁵⁵

Sependapat dengan pernyataan tersebut Ibu St. Maryam selaku T.U dan Sekertaris II PPDB, yaitu :

“Kami membuat pamflet dan brosur PPDB dengan lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q agar calon peserta didik selalu ingat dengan pelaksanaan agenda setiap tahunnya kami laksanakan”⁵⁶

Berikut foto pamflet dan brosur PPDB dapat di lihat pada

Gambar 4.5 dan Gambar 4.8

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

⁵⁴Wawancara Peneliti dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁵⁵Wawancara Peneliti dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

⁵⁶Wawancara Peneliti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa pamflet dan brosur PPDB dengan lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam membuat segmentasi pasar (diferensi produk) terletak pada ciri khas slogan pada brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.⁵⁷

⁵⁷Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019



Gambar 4.12⁵⁸

2) Komunikasi Pemasaran

Setelah peneliti membuat segmentasi pasar dan *positioning* pemasaran sekolah tentang (diferensi produk) ditetapkan, selanjutnya Kepala Madrasah menjelaskan segmentasi pasar dan *positioning* pemasaran sekolah kedua tentang *komunikasi pemasaran* fungsinya mempengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, diantaranya menggunakan teknik :

a) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada penjualan pribadi (*personal selling*) pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Kepala Madrasah beliau memberikan penjelasan :

⁵⁸Dokumentasi Slogan Lomba Musabaqah Tartil Dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q)

Berikut paparan peneliti wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menyampaikan terkait pelaksanaan pemasaran sekolah, adalah :

“Kami membentuk Panitia PPDB bersama BAGIAN Kurikulum dan BAGIAN Kesiswaan ditugaskan untuk mempromosikan agenda tahunan sekolah seperti Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) di RA dan TK di Kabupaten Jember.”⁵⁹

Secara lebih teknis disampaikan Bapak Moh. Nor Hakim, menambahkan bahwa :

“Panitia PPDB menjajaki target sasaran (RA dan TK) yang terbagi di beberapa wilayah, panitia PPDB berpacu tetapi tujuan dan visi untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa akan diadakan PPDB dan lomba agenda tahunan di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”⁶⁰

Kemudian peneliti mewawancarai Bapak Ach. Syaifudin Zuhri,

S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan menyampaikan:

“Kami mengupayakan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember tetap unggul di masyarakat dengan membuat serangkaian program yang melibatkan masyarakat sehingga, kekurangan dari lembaga tidak diketahui masyarakat.”⁶¹

Kemudian beliau menambahkan, :

“Kami masih terhubung (menjalin komunikasi) dengan Alumni menyebarluaskan informasi PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) sehingga dapat memudahkan MIMA 01 KH. Shiddiq

⁵⁹Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁶⁰Wawancara Peneliti Dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

⁶¹Wawancara Peneliti Dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Kabupaten Jember lebih dikenal masyarakat baik di desa maupun bermukim di kota.”⁶²

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa susunan panitia PPDB. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam segmentasi pasar dan *positioning* pemasaran sekolah tentang Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) Panitia PPDB mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta

⁶²Wawancara Peneliti Dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

menghimpun Alumni untuk menyebarluaskan PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).⁶³(lampiran)

b) Penjualan Massal (*Mass Selling*)

Dalam setiap kegiatan yang melibatkan seluruh komponen lembaga pendidikan, diperlukan peran serta dewan guru untuk membantu kegiatan organisasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan organisasi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada Penjualan Massal (*Mass Selling*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Kepala Madrasah beliau memberikan penjelasan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menyampaikan :

“Kami menyebarluaskan informasi PPDB dan Lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) melalui media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”⁶⁴

IAIN JEMBER

⁶³Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁶⁴Wawancara Peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Hal ini senada dengan Bapak Sami'an, S.S selaku BAGIAN Kesiswaan menuturkan dalam wawancara bersama peneliti, yaitu :

“Pada saat mengadakan rapat PPDB bersama Kepala Madrasah, telah di jelaskan beberapa teknik pemasaran yang akan di publikasikan di masyarakat seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menjajaki target sasaran kami terutama di RA dan TK di dekat MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”⁶⁵

Sependapat dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan menyampaikan:

“Kami mengupayakan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat dikenal masyarakat dengan mudah dan mendapatkan informasi yang akurat, di media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi yang telah kami cantumkan kontak *person* panitia.”⁶⁶

Peneliti menemui salah satu orangtua wali murid Bapak Cahyono selaku orangtua peserta didik baru yang akan mendaftar:

“Saya mengetahui informasi PPDB ini melalui media cetak di brosur, kemudian saya mengunjungi sekolah dan benar adanya terdapat *banner* / baliho PPDB di pasang di depan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember kemudian saya diberikan pelayanan teknis pendaftaranya.”⁶⁷

⁶⁵Wawancara Peneliti dengan Bapak Sami'an Di Ruang Guru Padajum'at, 11 Januari 2019

⁶⁶Wawancara Peneliti dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁶⁷Wawancara Peneliti dengan Bapak Cahyono. Padahari Jum'at, 11 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto yang melibatkan masyarakat dalam agenda PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q). Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 4 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember *tentang komunikasi* Penjualan Massal (*Mass Selling*) Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan

menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.⁶⁸

c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Kepala Madrasah beliau memberikan penjelasan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menyampaikan :

“Setelah panitia PPDB menyebarkan informasi PPDB melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember terdapat *feedback* masyarakat berkunjung di lembaga kami .”⁶⁹

Hal ini senada dengan Bapak Sami’an, S.S selaku BAGIAN

Kesiswaan dan sebagai Panitia PPDB menambahkan :

“Kami menerima masyarakat dengan baik kemudian menjelaskan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pendaftar (calon peserta didik baru) bahwa akan mengadakan seleksi berupa Tes Akademik (calistung) dan Tes membaca Al-Qur’an (surah-surah pendek).”⁷⁰

⁶⁸Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁶⁹Wawancara Peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁷⁰Wawancara Peneliti dengan Bapak Sami’an Di Ruang Guru Pada Jum'at, 11 Januari 2019

Beliau menambahkan di sela-sela wawancara dengan peneliti terkait PPDB dan persyaratan mengikuti tes PPDB terdiri dari tes akademik dan non akademik, yaitu :

“Tempat yang disediakan panitia PPDB untuk calon peserta didik laki-laki dan perempuan terpisah, calon peserta didik dan orangtua wali murid diberi pemberitahuan sebelum pelaksanaan tes akademik dan non akademik akan diadakan gladi kotor dan gladi bersih”.⁷¹

Demikian juga staf T.U Ibu St. Maryam menambahkan secara administratif bagi calon peserta didik dalam rekrutmen peserta didik baru yaitu :

“Alur pendaftaran calon peserta didik baru melengkapi berkas administrasi diantaranya, melakukan administrasi, membawa KK (Kartu Keluarga), *fotocopy* ijasah TK kemudian mengisi formulir yang telah disediakan panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru)”.⁷²

Kemudian wawancara bersama orangtua wali murid dalam wawancaranya :

“Saya mendapatkan informasi PPDB melalui media sosial *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember kemudian saya mengunjungi lokasi tersebut, benar adanya dibuka pendaftaran PPDB dan akan diadakan seleksi peserta didik baru”⁷³

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang

⁷¹Wawancara Peneliti dengan Bpk. M. Taufik Diruang Tamu. Pada Hari Jum’at, 11 Januari 2019

⁷²Wawancara Penleiti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁷³Wawancara Dengan Bapak Majid Pada Jum’at, 11 Januari 2019

dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto yang melibatkan masyarakat dalam agenda PPDB. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 4 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember tentang Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai sarana penghubung komunikasi untuk masyarakat yang jauh dengan lokasi lembaga kami.⁷⁴

⁷⁴Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

d) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Kepala Madrasah beliau memberikan penjelasan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menyampaikan :

“Setelah panitia PPDB menyebarkan informasi PPDB melalui media cetak dan media sosial kami terus melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember guna mempromosikan lembaga.”⁷⁵

Kemudian Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, menegaskan tentang PPDB, yaitu :

“Kami melakukan pendekatan masyarakat dengan mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember dengan membawa Brosur dan pamflet serta mengajak adik-adik RA dan TK untuk ikut berpartisipasi dalam Program tahunan kamu Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q).”⁷⁶

Kemudian Ibu St. Maryam selaku T.U dan Sekertaris II PPDB, yaitu :

“Bagi peserta Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) yang telah lolos menjadi juara I dan juara II akan mendapatkan *reward* dari lembaga kami maka di harapkan anak-anak berlatih dengan giat bersama orangtuanya”⁷⁷

⁷⁵Wawancara Peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁷⁶Wawancara Peneliti dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

⁷⁷Wawancara Peneliti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa pamflet dan brosur PPDB dengan lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember terletak pada Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) ciri khasnya panitia PPDB mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember untuk mendekati masyarakat.⁷⁸

⁷⁸Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

e) Dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Pelaksanaan pemasaran sekolah terletak pada dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Kepala Madrasah beliau memberikan penjelasan :

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala MIMA 01 KH.

Shiddiq Kabupaten Jember menyampaikan :

“Setelah kami terus melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember kami terus menginformasikan kepada masyarakat melalui komunikasi dua arah baik melalui guru maupun dari luar lembaga (keluarga dan tetangga).”⁷⁹

Sependapat dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd

selaku BAGIAN Kesiswaan menyampaikan:

“Kami telah mencantumkan kontak *person* panitia PPDB di media cetak maupun media sosial terkait PPDB, saya mendapatkan informasi bahwa calon pendaftar (peserta didik baru) ingin mendaftarkan buah hatinya, saya merespon dengan untuk segera melengkapi persyaratan dan berkunjung ditempat kami.”⁸⁰

Peneliti menemui salah satu orangtua wali murid Bapak

Cahyono selaku orangtua peserta didik baru yang akan mendaftar:

“Saya mengetahui informasi PPDB ini melalui kontak *person* panitia PPDB, kemudian saya mendapatkan informasi dan membawa berkas administrasi persyaratannya.”⁸¹

⁷⁹Wawancara Peneliti dengan Ibu Lathifatul Azizah Dikantor Kepala Madrasah. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁸⁰Wawancara Peneliti dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁸¹Wawancara Peneliti dengan Bapak Cahyono. Padahari Jum’at, 11 Januari 2019

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan di laksanakan. Panitia PPDB ini akan melihat kunjungan pelanggan (masyarakat) ketika berkunjung di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa foto yang melibatkan masyarakat dalam agenda PPDB . Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember *tentang komunikasi* (dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik menggunakan komunikasi 2 orang atau lebih disekitar

lingkungan tempat tinggal⁸²Berikut susunan Panitia PPDB dapat di lihat pada **Dokumen Proposal Kegiatan**.

Dalam pengamatan peneliti setiap Kepala Madrasah merencanakan agenda lembaga setiap tahunnya selalu mengkoordinasi seluruh staf yang ada untuk menyelenggarakan rapat dan merencanakan konsep dan target yang ingin di capai. Lembaga dikatakan maju dan berkembang pesat dapat dilihat dari *feedback* masyarakat dan ikut berpartisipasi untuk menjadi pelengkap program agenda tahunan lembaga. Untuk memperkuat data keterlibatan guru dapat lihat dari Proposal Kegiatan MT2Q dan kegiatan panitia PPDB.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menggunakan dengan : (1) Identifikasi Pasar : a) Kekuatan (*Strenght-S*) : Konsisten terhadap program yang diselenggarakan setiap tahunnya. b)Kelemahan (*Weakness-W*) : Tidak tersedianya struktur kehumasan dalammelaksanakan strategi pemasaran sekolah. c) Peluang (*Opportunities-O*) : (a) Bagi calon peserta didik yang berprestasi di lomba MT2Q diberikan hadiah menjadi calon peserta didik tanpa mengikuti tes. (b) Calon peserta didik baru mendapatkan hadiah berupa gratis pendaftaran hingga SPP selama 6 – 9 bulan.

⁸²Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

(d) Ancaman (*Treats-T*) : Memiliki kesamaan dengan lembaga lain dalam menerapkan konsep strategi pemasaran sekolah.

(2) Segmentasi pasar dan *positioning*, diantaranya : (a) Diferensi Produk : terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.

(b) Komunikasi Pemasaran : 1) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) : Panitia PPDB mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta menghimpun Alumni untuk menyebarluaskan PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q). 2)

Penjualan Massal (*Mass Selling*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten

Jember. 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH.

sebagai sarana penghubung komunikasi untuk masyarakat yang jauh dengan lokasi lembaga kami. 4) Hubungan Masyarakat

(*Public Relations*) ciri khasnya panitia PPDB mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember untuk mendekati masyarakat.

5) Dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik menggunakan komunikasi 2 orang atau lebih disekitar lingkungan tempat tinggal.



Gambar 4.14⁸³



Gambar 4.15⁸⁴

⁸³Dokumentasi Pelayanan Masyarakat Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember

⁸⁴Dokumentasi Seleksi Tes Akademik Dan Tes Al-Qur'an Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember

c. Faktor Pendukung dan Kendala Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Setiap organisasi sekolah atau lembaga pendidikan tentu akan berhadapan dengan berbagai kendala yang mungkin dihadapi oleh lembaga lainya, sehingga memerlukan strategi yang tepat sasaran untuk mencapai visi dan misi sekolah.

Dalam tahap ini MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat mengetahui lingkungan pemasaran (target sasaran) terletak pada kekuatan dari organisasi sekolah yang mempengaruhi kemampuan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan sasaran (masyarakat). MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember merupakan lembaga pendidikan yang banyak diminati masyarakat karena memiliki *ciri khas* budaya sekolah di segi Keagamaan yang kental Dengan hal itu, MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dengan memperhatikan :

1) Faktor Pendukung Pemasaran Sekolah

Setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan pemasran sekolah tahap berikutnya menjalankan tugas sebagaimana telah ditetapkan. Dalam tahap ini MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dapat Kepala Madrasah mengajak dewan guru dan masyarakat untuk berbaur dengan tujuan perencaan pemasaran sekolah yang di buat berjalan dengan lancar.

Oleh karena itu dalam membuat konsep perencanaan pemasaran sekolah harus memperhatikan : Sebuah organisasi yang bagus terletak pada komitmen antar pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan beliau memberikan penjelasan :

“Salah satu yang paling penting dalam menjalankan perencanaan yang sudah ditetapkan adalah membangun kepercayaan kepada masyarakat untuk mendukung program sekolah.”⁸⁵

Kemudian Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, menegaskan tentang PPDB, yaitu :

“Faktor utama suksesnya program tidak lepas dari mengerjakan tugas dengan disiplin waktu serta dapat dipertanggung jawabkan dari semua agenda yang sudah diprogram.”⁸⁶

Sependapat dengan pernyataan tersebut Ibu St. Maryam selaku T.U dan Sekertaris II PPDB, yaitu :

“Pelaksanaan agenda setiap tahunnya kami laksanakan dengan maksimal setiap tahunnya, tidak pernah ada keluhan masyarakat tentang kinerja kami.”⁸⁷

⁸⁵Wawancara Peneliti dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁸⁶Wawancara Peneliti dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum'at, 8 Februari 2019

⁸⁷Wawancara Peneliti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Peneliti menemui salah satu orangtua wali murid Bapak Cahyono selaku orangtua peserta didik baru yang akan mendaftar:

“Pada saat saya mengunjungi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember terdapat Panitia PPDB yang menyambut serta menjelaskan alur pendaftaran pada kami dan disana kami menilai kekompakan dalam melayani kami.”⁸⁸

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan dilaksanakan. Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh **Dokumentasi Lampiran panitia PPDB**. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember pada Faktor Pendukung Pemasaran ciri khas pelayanan masyarakat, memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga

⁸⁸Wawancara Peneliti dengan Bapak Cahyono. Padahari Jum'at, 11 Januari 2019

masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.⁸⁹

2) Faktor Kendala Pemasaran Sekolah

Sebuah organisasi yang bagus terletak pada komitmen antar pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik lainnya, sebagaimana wawancara dengan Bapak Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd selaku BAGIAN Kesiswaan beliau memberikan penjelasan :

“Salah satu yang paling penting dalam menjalankan perencanaan yang sudah ditetapkan adalah tidak komitmen menjalankan sesuai tupoksinya.”⁹⁰

Kemudian Bapak Moh. Nor Hakim selaku ketua panitia PPDB, , yaitu :

“Kami menemukan keluhan masyarakat dalam akses menuju kota, sehingga informasi PPDB dan Lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur’an (MT2Q) telat direspon. sehingga kami mengupayakan untuk terjun ke antar lembaga RA dan TK baik di desa dan di kota.”⁹¹

Sependapat dengan pernyataan tersebut Ibu St. Maryam, menyatakan :

“Kami dan Panitia PPDB mengunjungi beberapa lembaga RA dan TK baik di desa dan di kota supaya informasi dari lembaga segera di realisasikan kepada calon peserta didik”⁹²

⁸⁹Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁹⁰Wawancara Peneliti dengan Bapak Ach.Syaifudin Zuhri Diruang Tamu. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

⁹¹Wawancara Peneliti dengan Bapak Moh. Nor Hakim Diruang Tamu, Pada Hari Jum’at, 8 Februari 2019

⁹²Wawancara Peneliti dengan Ibu St. Maryam Diruang T.U. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Peneliti menemui salah satu orangtua wali murid Bapak Cahyono selaku orangtua peserta didik baru yang akan mendaftar:

“Saya mendapatkan informasi PPDB melalui anak saya pada saat pulang sekolahnya (TK) saya diberikan brosur PPDB MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.”⁹³

Berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan (masyarakat) yang menjadi prioritas utama untuk mengetahui bagian-bagian mana saja yang diperlukan oleh MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. Dengan melakukan analisis sesuai kebutuhan yang dihasilkan berdasarkan rapat dengan panitia PPDB dan semua staf MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Selain analisis kebutuhan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember juga pembentukan panitia PPDB untuk mendapatkan pelanggan (masyarakat) untuk ikut berpartisipasi pada program sekolah dan dapat dipertanggung jawab terhadap tugas yang akan dilaksanakan. Paparan hasil wawancara maupun observasi peneliti didukung oleh beberapa dokumentasi berupa **Lampiran panitia PPDB**. Dari beberapa paparan informasi yang diperoleh dari 3 informan di atas bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Faktor kendala pemasaran terdapat pada minimnya akses media sosial sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.⁹⁴

⁹³Wawancara Peneliti dengan Bapak Cahyono. Padahari Jum'at, 11 Januari 2019

⁹⁴ Observasi Peneliti Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kab. Jember. Pada Hari Rabu, 9 Januari 2019

Dalam pengamatan peneliti setiap Kepala Madrasah merencanakan agenda lembaga setiap tahunnya selalu mengkoordinasi seluruh staf yang ada untuk menyelenggarakan rapat dan merencanakan konsep dan target yang ingin di capai. Lembaga dikatakan maju dan berkembang pesat dapat dilihat dari *feedback* masyarakat dan ikut berpartisipasi untuk menjadi pelengkap program agenda tahunan lembaga.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa Faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menggunakan dengan : Dengan memperhatikan aspek : (1) **Faktor Pendukung Pemasaran** : Terdapat padaciri khas dalam melayani pelanggan(masyarakat) dan memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut. (2) **Faktor Kendala Pemasaran**: Terdapat pada minimnya akses media sosial sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

IAIN JEMBER

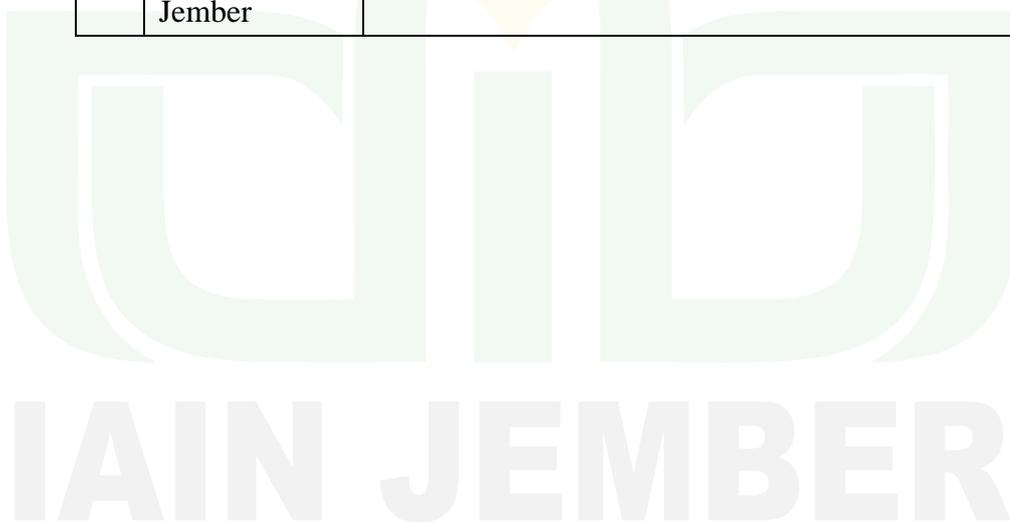
B. Temuan Penelitian

Tabel 4.1
Tabel Temuan Penelitian

No	Fokus Penelitian	Temuan penelitian
1	Konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru yang dikembangkan di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.	<p>1) konsep produk (<i>product</i>) Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB mengadakan program tahunan sekolah dengan melibatkan masyarakat disetiap tahun ajaran baru dan memberikan <i>reward</i> bagi calon peserta didik mengikuti <i>event</i> tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB.</p> <p>2) konsep harga (<i>price</i>) Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB memberitahu orangtua calon peserta didik akan dikenakan administrasi awal sebesar Rp. 150.000,- dan bagi calon peserta didik yang dinyatakan juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.</p> <p>3) konsep promosi (<i>promotion</i>) Panitia PPDB menggunakan media sosial seperti grup <i>WhatsApp</i> KKG (Kelompok Kerja Guru) dan pengumuman Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) Kepala Madrasah dan menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang <i>banner</i>/baliho di tempat strategis yang dapat dilihat masyarakat sekitar.</p> <p>4) konsep tempat (<i>place</i>) Lokasi pendaftaran PPDB berada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember berlokasi di Jl. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kabupaten Jember.</p>
2	Pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten	<p>Dengan memperhatikan aspek :</p> <p>1. Identifikasi Pasar</p> <p>1) Kekuatan (<i>Strenght-S</i>) :</p> <p>a) Konsistenterhadap program yang diselenggarakansetiapahunnya</p> <p>2) Kelemahan (<i>Weakness-W</i>) :</p> <p>a) Tidak tersedianya struktur kehumasan dalammelaksanakan strategi pemasaran sekolah.</p>

Jember	<p>3) Peluang (<i>Opportunities-O</i>) :</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Bagi calon peserta didik yang berprestasi di lomba MT2Q diberikan hadiah menjadi calon peserta didik tanpa mengikuti tes. b) Calonpesertadidikbarumendapatkanhadiahberupa gratis pendaftaranhingga SPP selama 6 – 9 bulan. <p>4) Ancaman (<i>Treats-T</i>) :</p> <p>Memiliki kesamaan dengan lembaga lain dalam menerapkan konsep strategi pemasaran sekolah.</p> <p>2. Segmentasi pasar dan <i>positioning</i></p> <ol style="list-style-type: none"> a) Diferensi Produk : Terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan <i>event</i> tersebut. b) Komunikasi Pemasaran <ol style="list-style-type: none"> 1) Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>) Panitia PPDB mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta menghimpun Alumni untuk menyebarluaskan PPDB dan Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q). 2) Penjualan Massal (<i>Mass Selling</i>) Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, <i>banner</i> / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti <i>WhatsApp</i>, <i>facebook</i> dan <i>website</i> resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember 3) Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, <i>banner</i> / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti <i>WhatsApp</i>, <i>facebook</i> dan <i>website</i> resmi MIMA 01 KH. sebagai sarana penghubung komunikasi untuk masyarakat yang jauh dengan lokasi lembaga kami.
--------	---

		<p>4) Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) ciri khasnya panitia PPDB mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember untuk mendekati masyarakat</p> <p>5) Dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik menggunakan komunikasi 2 orang atau lebih disekitar lingkungan tempat tinggal.</p>
3	Faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember	<p>Dengan memperhatikan aspek :</p> <p>a) Faktor Pendukung Pemasaran Terdapat pada ciri khas dalam melayani pelanggan (masyarakat) dan memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan <i>event</i> tersebut.</p> <p>b) Faktor kendala pemasaran Terdapat pada minimnya akses media informasi lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat</p>



BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian sebagaimana telah diuraikan pada Bab IV, maka pada Bab V akan di bahas tiga hal, yaitu : *Pertama*, konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember. *Kedua*, pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dan *Ketiga* : faktor dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

A. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Pembahasan merupakan hasil dari penelitian dan dikorelasikan dengan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya. Pembahasan ini mendeskripsikan berdasarkan fokus penelitian. Fokus penelitian pertama adalah bagaimana konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Hasil penelitian terhadap konsep strategi pemasaran sekolah yang dimiliki Kepala Madrasah yaitu mengadakan pertemuan agenda tahunan yang diawali dengan pembentukan rapat panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dengan agenda lomba Musabaqoh Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) yang diadakan setiap awal tahun ajaran baru kemudian Kepala Madrasah mengorganisasikan beberapa pendidik yang terlibat untuk segera menyebar brosur ke beberapa lembaga instansi TK di Kabupaten Jember.

Kemudian media pemasaran lain seperti *banner* / baliho dipasang disepanjang jalan terutama dipusat kota terkait pendaftaran PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).

Temuan tersebut di golongan berdasarkan beberapa persyaratan dalam Bauran Pemasaran yang di populerkan oleh Jerome McCarthy terdapat empat aspek pokok¹, diantaranya :

1. Produk (*Product*)

Produk jasa menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Konsumen tidak diperkenankan membeli barang atau jasa tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menawarkan produk unggulan yang diadakan setiap tahunnya, manfaatnya masyarakat selain mendapatkan pahala dalam melantunkan ayat suci Al-Qur'an dan juga menjalin silaturahmi pada program Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).

Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa dan keinginan lainnya unruk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Setiap pengusaha mengetahui perkembangan kebutuhan konsumen melau

¹Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Cooperate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 161

penelitian lapangan agar dapat mengetahui dan menyesuaikan kebutuhan produk yang akan di tawarkan.

Kegiatan yang terdapat dalam MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember setiap tahunnya Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB mengadakan program tahunan sekolah dengan melibatkan masyarakat disetiap tahun ajaran baru dan memberikan *reward* bagi calon peserta didik mengikuti *event* tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB.

2. Harga (*Price*)

Prinsip-prinsip penetapan harga yaitu² :

- a. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*).
- b. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competetion-based pricing*).
- c. Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based pricing*).

Harga merupakan indikator dari barang dalam menetapkan harga diperlukan sangat ketelitian dan hati-hati dalam memperhatikan potensi pasar. Kebijakan yang ditetapkan oleh Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB memberitahu orangtua calon peserta didik akan dikenakan administrasi awal sebesar Rp. 150.000,- dan bagi calon peserta didik yang dinyatakan juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*. (Erlangga : Translitions, 2009)

3. Promosi (*Promotion*)

Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kepuasan dalam melibatkan banyak orang.

Penyebaran informasi pemasaran sekolah di MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember dilakukan Panitia PPDB menggunakan media sosial seperti grup *WhatsApp* KKG (Kelompok Kerja Guru) dan pengumuman Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) Kepala Madrasah dan menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang *banner*/baliho di tempat strategis yang dapat dilihat masyarakat sekitar

4. Tempat / Distribusi (*Place*)

Produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen/pembeli apabila produk tersebut tersedia pada tempat dan saat dimana saja dibutuhkan atau mudah dijangkau oleh peminatnya.

Lokasi pendaftaran PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) diadakan di kantor T.U MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember.

Untuk menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan (masyarakat) maka diperlukan menjaga hubungan dengan baik. Jika sudah menjalin komunikasi 2 arah dengan positif maka langkah dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tujuan awal. Hal ini sesuai dengan pendapat sebagaimana yang kutip oleh Suryobroto *Public Relations* atau disebut sebagai hubungan masyarakat dalam buku *Hubungan Sekolah*

dengan Masyarakat (*School Public Relations*), hubungan masyarakat adalah salah satu bagian dari upaya membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Keberhasilan atau kegagalan *public relations* bergantung bagaimana kiat membentuk dan memelihara relasi tersebut³ Dalam suatu organisasi pendidikan atau pendidikan Islam, pada hakikatnya tanpa adanya *public relations* sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Berdasarkan paparan data diatas konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan adanya konsep perencanaan pemasaran sekolah akan menjadikan pemasaran sekolah menjadi berkualitas.

B. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Untuk mengetahui kegiatan pemasaran sekolah telah diadakan Identifikasi pasar dengan memperhatikan 2 aspek diantaranya Kekuatan (*Strenght-S*), Kelemahan (*Weakness-W*), Peluang (*Opportunities-O*), Ancaman (*Treats-T*) dan terakhir diadakan Segmentasi pasar dan *positioning* dengan menggunakan pendekatan *pertama*, diferensi Produk dan *kedua*, komunikasi pemasaran. Dalam konteks ini MIMA 01 Kh. Shiddiq Kabupaten Jember melakukan berbagai tahapan dalam mendekati pelanggan (masyarakat). Hal

³ Mujamil Qomar. *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007), 32.

tersebut diungkapkan oleh teori yang mendukung terkait dengan rekrutmen peserta didik baru.

Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon peserta didik dan orang tua peserta didik, serta masyarakat luas pada umumnya, Masyarakat luas termasuk di dalamnya pengguna lulusan. Menurut Davies dan Ellison sebagaimana yang kutip dari buku *School Development Planning* *Market segments in the education sector include internal markets and external markets. The internal market includes school managers and the ranks above, school staff (teachers and other education personnel), supervisors, students who are attending school parents of students who are in school.* Segmen pasar di sektor pendidikan meliputi pasar internal dan pasar eksternal. Pasar internal meliputi pengelola sekolah dan jajaran di atasnya, staf sekolah (guru dan tenaga kependidikan lainnya), pengawas, siswa yang sedang bersekolah orang tua siswa yang sedang bersekolah.⁴

Untuk mencapai kontrol baik, masyarakat membutuhkan informasi yang cukup akurat dan memadai dan bagi Madrasah dapat dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan dan evaluasi. Tahapan pelaksana dan pengelolaan dalam strategi pemasaran harus memperhatikan perancangan organisasi pemasaran yang efektif.

⁴B. Davies dan Ellison, L. *School Development Planning*. (Essex: LongmaGroupU.K.Ltd, 1992).

Pelaksanaan pemasaran sekolah menurut Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin yang dikutip dari buku *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, yaitu:⁵

a. Identifikasi Pasar

Dalam tahap ini, MIMA 01 Kh. Shiddiq Kabupaten Jember terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.

Menurut Kompri yang dikutip dari buku *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa* analisis yang strategis yaitu dengan analisis SWOT: ⁶ Dengan memperhatikan aspek :

1. Identifikasi Pasar

1) Kekuatan (*Strenght-S*) :

- a) Konsisten terhadap program yang diselenggarakan setiap tahunnya

2) Kelemahan (*Weakness-W*) :

- a) Tidak tersedianya struktur kehumasan dalam melaksanakan strategi pemasaran sekolah.

⁵ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 261 - 262

⁶ Kompri. *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015), 49 - 50

3) Peluang (*Opportunities-O*) :

- a) Bagi calon peserta didik yang berprestasi di lomba MT2Q diberikan hadiah menjadi calon peserta didik tanpa mengikuti tes.
- b) Calon peserta didik baru mendapatkan hadiah berupa gratis pendaftaran hingga SPP selama 6 – 9 bulan.

4) Ancaman (*Treats-T*) :

Memiliki kesamaan dengan lembaga lain dalam menerapkan konsep strategi pemasaran sekolah.

2. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

a) Diferensi Produk

Terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut

b) Komunikasi Pemasaran

- 1) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) : Panitia PPDB membuat teknik menjajaki target sasaran dengan mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta memberdayakan Alumni untuk menyebarluaskan informasi terkait agenda sekolah dan PPDB
- 2) Penjualan Massal (*Mass Selling*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat

penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

- 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai sarana penghubung komunikasi untuk masyarakat yang jauh dengan lokasi lembaga kami
- 4) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) ciri khasnya panitia PPDB mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember untuk mendekati masyarakat
- 5) Dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik menggunakan komunikasi 2 orang atau lebih disekitar lingkungan tempat tinggal.

Lembaga dikatakan maju apabila sumber daya manusia (pendidik, staf sekolah dan pelanggan jasa pendidikan) yang saling bersinergis dan mendukung keutamaan visi dan misi sekolah dan tujuannya memudahkan akses mencari pendidikan baik religius dan akademiknya. menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*.

Demikian pelaksanaan pemasaran sekolah yang ada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menentukan tahapan dari data bab sebelumnya telah disampaikan bahwa pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik memakai media sosial dan media cetak seperti brosur, baliho/*banner* dan pamflet bahkan promosi melalui para pendidik, perseorangan/kolega dan orang lain menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*.

Berdasarkan paparan data di atas konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan adanya pelaksanaan pemasaran sekolah akan menjadikan pemasaran sekolah menjadi berkualitas.

C. Faktor Pendukung dan Kendala Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Untuk mengetahui kegiatan pemasaran sekolah telah diadakan perencanaan pemasaran sekolah dan pelaksanaan pemasaran sekolah dan harus memperhatikan lingkungan sekitar seperti faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah.

Lingkungan pemasaran terdiri dari kekuatan dari luar staf bagian pemasaran yang mempengaruhi kemampuan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan sasaran. Kotler dan Armstrong yang dikutip dari buku *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1* “*The marketing environment consists of a micro environment and a macro*

environment. The micro environment consists of various forces close to the company that affect its ability to serve its customers, companies, suppliers, marketing channel companies, customer markets, competitors, and society. The macro environment consists of broader community strengths that affect the micro-demographic, economic, natural, technological, political and cultural environment”.

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro terdiri dari berbagai kekuatan dekat dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya-perusahaan, pemasok, perusahaan saluran pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat. Lingkungan makro terdiri dari kekuatan masyarakat lebih luas yang mempengaruhi lingkungan mikro-demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya.⁷

Demikian pelaksanaan pemasaran sekolah yang ada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menentukan tahapan dari data bab sebelumnya telah disampaikan bahwa pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru adalah :

1. **Faktor Pendukung Pemasaran:** Terdapat pada ciri khas dalam melayani pelanggan (masyarakat) dan memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.

⁷Phillip Kotler dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 70-71.

2. **Faktor Kendala Pemasaran** :Terdapat pada minimnya akses media social sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung kemasyarakat.

Berdasarkan paparan data diatas konsep perencanaan dan pelaksanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan terdeteksi faktor pendukung dan kendala lembaga dapat menjadikan pemasaran sekolah menjadi pelengkap yang saling mengingatkan satu sama lain dengan tujuan seperti slogan Madrasah, yaitu : Madrasah Hebat Madrasah Bermartabat.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah data observasi, interview dan dokumentasi dianalisa peneliti berpandangan bahwa analisa peneliti sajikan memberikan beberapa kesimpulan. Berdasarkan kajian pembahasan yang mengkorelasikan antara data temuan dilapangan dengan teori yang ada, maka strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen calon peserta didik sebagai berikut :

1. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember,

Perencanaan pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala Madrasah dan Panitia PPDB, yaitu dengan memperhatikan aspek :a) konsep produk (*product*), b) konsep harga (*price*), c) konsep promosi (*promotion*) dan d) konsep tempat (*place*).

2. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember,

Menggunakan dua model yaitu, :**1. Identifikasi Pasar**dengan memperhatikan aspek : a) kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).dan **2. Segmentasi pasar dan *positioning***, diantaranya: a. Diferensi Produk,b. Komunikasi Pemasaran, diantaranya : 1) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*),2)Penjualan Massal (*Mass Selling*),3)Hubungan Masyarakat (*Public Relations*),4)Dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

3. Faktor Pendukung Dan Kendala Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA01 KH. SHIDDIQ Kabupaten Jember,

Faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala Madrasah dan Panitia PPDB, yaitu dengan memperhatikan aspek : a) Faktor Pendukung Pemasaran ciri khas pelayanan masyarakat, memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut. b) Faktor kendala pemasaran terdapat pada minimnya akses media sosial sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyarankan kepada pihak pemasaran sekolah, beberapa pendidik khususnya Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember, beberapa hal sebagai berikut :

- a. Kepala Madrasah : Lebih meningkatkan sarana dan prasarana untuk kepentingan lembaga pada saat pelaksanaan program tahunan sekolah di gelar tahun berikutnya.
- b. Guru : Menjaga komitmen dan tanggungjawabnya, terutama tugas wajib sebagai pendidik lembaga pendidikan.
- c. Panitia PPDB : Mengadakan privat khusus Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an bagi umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung : Alfabeta.
- Davies, B. dan Ellison, L. 1992. *School Development Planning*. Essex: LongmaGroup U.K.Ltd.
- Elvinaro. 2014. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif : Untul Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Heryati, Yeti dan Mumuh Muhsin. 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- J, Lexy Moleong. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- J, Lexy Moleong. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Komunikasi Fenomelogi : Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Kompri. 2015. *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. (Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*. Erlangga : Translitions.
- Mahfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Upp Amp Ykpn.
- Marzawi. *Jurnal, Innovatio* (Komunikasi dan Humas Ala Islam: Studi Silaturrahi dalam Mendukung MBS), Vol. VIII, No. 1, Januari-Juni 2009

- Miles, Methew B., A, Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. 2014. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjeheb Rohidi*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Miles, Methew B., dan A, Michael Hubberman. 2007. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Muhaimin. 2010. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Padil, Mohammad dan Angga Teguh Prasetyo. 2011. *Strategi Pengelolaan SD/MI Visioner*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.cet. VII.
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta : Kencana.
- Sanafiah. *tt. Penelitian Kualitatif : Dasar dan Aplikasi*. Malang : Y A 3 Malang.
- Sugiyono. 2012. *.Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sudjhana, Nana dan Ibrahim. 1986. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Bandung : Sinar Baru.
- Suryosubroto. 2012. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang “*Sistem Pendidikan Nasional*”
- Qomar, Mujamil. 2007. *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam* . Jakarta: Erlangga.

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silfiryah Aisyatul Maziyah

NIM : 0849117040

Program : Magister

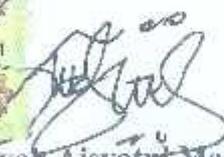
Instansi : Pascasarjana IAIN Jember

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 23 Juli 2019

Saya yang menyatakan,




Silfiryah Aisyatul Maziyah
NIM. 0849117040



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mastaram No. 61 Mangli Telp. (0331) 426104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136

Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

PERMOHONAN PENGAJUAN JUDUL & PEMBIMBING TESIS

Yang Bertanda tangan di bawah ini

Nama : SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
NIM : 0849117040
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini mengajukan Judul dan Pembimbing Tesis sebagai berikut:

Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di
MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019

Pembimbing 1

Nama : Dr. H. Hepni, S.Ag., MM.
NIP : 196902031999031007

Pembimbing 2

Nama : Dr. Khotibul Umam, M.A.
NIP : 197506042007011025

Demikian permohonan kami, atas perhatiannya disampaikan terima kasih

Mengetahui

Dosen Penasehat Akademik

Dr. H. Zainuddin Alhaj Zaini, M.Pd.
197403202007101004

Jember, 13 Juni 2019

Hormat Kami

SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
0849117040

*) Disimpan oleh mahasiswa



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website:www.iain-jember.ac.id Email: pps.iainibr@gmail.com

SURAT KETERANGAN
Nomor: B-737/In.20/2/PP.00.9/05/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan ini menerangkan bahwa telah dilakukan cek similaritas terhadap naskah tesis:

Nama : SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
NIM : 0849117040
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Jenjang : Magister (S2)

dengan hasil sebagai berikut:

BAB	ORIGINAL	MINIMAL ORIGINAL
Bab I (Pendahuluan)	86 %	70 %
Bab II (Kajian Pustaka)	96 %	70 %
Bab III (Metode Penelitian)	94 %	70 %
Bab IV (Paparan Data)	87 %	85 %
Bab V (Pembahasan)	97 %	80 %
Bab VI (Penutup)	90 %	90 %

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian tesis.

Jember, 10 Mei 2019



Dr. H. Aminullah, M.Ag.
NIP. 196011161992031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mataram No. 01 Mangli Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136

Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

Nomor : B.2173/In.20/2/PP.00.9/12/2018

Jember, 5 Desember 2018

Lampiran :-

Hal : Permohonan ijin penelitian
untuk penyusunan Tesis

Kepada Yth:
Kepala MIMA KH. SHIDDIQ
di
Jember

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
Tempat/Tgl lahir : Jember, 19 Agustus 1994
NIM : 0849117040
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Jenjang : Magister (S2)
Alamat : Jln. Hayam Wuruk No. 174 Mangli Jember

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan tesis, agar diizinkan untuk mengadakan penelitian/riset selama kurang lebih 3 Bulan di lingkungan daerah / lembaga wewenang saudara. Penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai :

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU DI MIMA KH. SHIDDIQ
KABUPATEN JEMBER TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019

Atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Direktur,



Prof. Dr. H. Miftah Arifin, M.Ag,
NIP. 19750103 199903 1 001



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU MIMA 01 KH. SHIDDIQ

Status : SWASTA TERAKREDITASI A NSM :111 2350 901 43

Alamat : Jl. KH. Shiddiq No. 42 Telp. (0331) 427122 Kec. Kaliwates Kab. Jember Kode Pos : 68131

SURAT KETERANGAN

Nomor: 433/A.3/ML.KHS/V/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq, Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, menerangkan bahwa:

NAMA : SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
NIM : 0849117040
PRODI : MPI

telah selesai melakukan penelitian dengan judul: **"Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik MIMA 01 KH. Shiddiq Jember Tahun Pelajaran 2018/2019"**.

Demikian Surat Keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

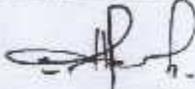
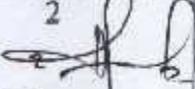
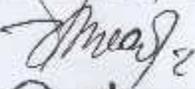
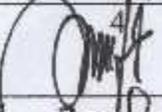
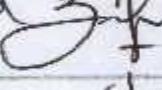
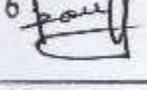
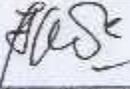
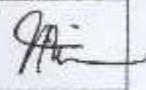
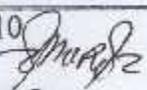
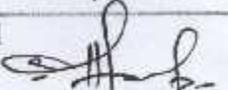


Jember, 02 Mei 2019

Kepala Madrasah,

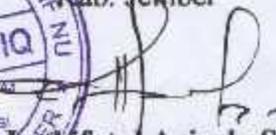
Lathifatul Azizah, S.Pd

JURNAL PENELITIAN
MIMA KH. SHIDDIQ KABUPATEN JEMBER

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	6 Desember 2018	Observasi awal dan wawancara dengan Kepala Madrasah (Ibu Lathifatul Azizah, S.Pd)	1 
2.	9 Januari 2019	Observasi kedua, penyerahan surat penelitian Kepala Madrasah (Ibu Lathifatul Azizah, S.Pd)	2 
3.	9 Januari 2019	Wawancara dengan T.U MIMA KH. SHIDDIQ (Ibu Siti Maryam)	3 
4.	9 Januari 2019	Wawancara dengan BAG. Kesiswaan (Bapak Ach. Syaifuddin Zuhri, S.Pd)	4 
5.	11 Januari 2019	Wawancara dengan BAG. Kurikulum (Bapak Sami'an)	5 
6.	11 Januari 2019	Wawancara Pendidik	6 
7.	11 Januari 2019	Wawancara Orangtua Wali Murid	7 
8.	8 Februari 2019	Wawancara dengan Komite Sekolah	8 
9.	8 Februari 2019	Wawancara Alumni MIMA KH. Shiddiq Kab. Jember	9 
10.	8 Februari 2019	Melengkapi dokumentasi di Sekolah (Ibu St. Maryam)	10 
11.	19 Maret 2019	Mohon pamit dan pengambilan surat keterangan selesai penelitian.	11 

Jember, 19 Maret 2019
Kepala MIMA KH. SHIDDIQ
Kab. Jember




Lathifatul Azizah, S.Pd

GAMBARAN UMUM

A. Identitas Sekolah

1. Profil Sekolah

Adapun profil sekolah MIMA. KH. SHIDDIQ Jember sebagai berikut

:

- | | |
|-----------------------------|--|
| a. Nama Madrasah | : MIMA. KH. SHIDDIQ |
| b. NSM | : 112 35 09 72 288 |
| c. Status Madrasah | : Swasta |
| d. Akreditasi | : Peringkat B (baik) |
| e. No. SK | : Nomor : B/Kw.13.4/MI/034/2004 |
| f. Tanggal SK | : TGL : 28 – 9 - 2004 |
| g. Alamat | : Jl. KH. Shiddiq 42
Kelurahan : Jember Kidul
Kecamatan : Kaliwates
Kabupaten : Jember
Propinsi : Jawa Timur |
| h. Kode Pos | : 68131 |
| i. Telp | : (0331) 427122 |
| j. Berdiri Tahun | : 1948 |
| k. KBM | : Pagi |
| l. Bangunan Madrasah | : Milik Sendiri |
| m. Status Tanah | : Akta Wakaf |
| n. Jarak Ke Pusat Kecamatan | : 4,5 Km |
| o. Jarak Ke Pusat Kabupaten | : 3,5 Km |
| p. Terletak Pada Lintasan | : Propinsi |
| q. Organisasi Penyelenggara | : Yayasan |
| r. Jumlah Murid | : 872 Siswa |
| s. Jumlah guru | : 33 Guru |
| t. Jumlah rombel | : 24 Rombel |

2. Struktur Organisasi.

Adapun Struktur Organisasi MIMA. KH. SHIDDIQ Jember sebagaimana terlampir.

3. Sejarah Singkat Sekolah

Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif (MIMA) KH. SHIDDIQ Jember merupakan lembaga pendidikan dasar yang didirikan pada tahun 1948 oleh para tokoh ulama antara lain :

- a. Almarhum KH. Dhofir Salam.
- b. Almarhum KH. Abdul Halim Shiddiq

Dan diasuh oleh pengurus antara lain :

- a. Almarhum KH. Ahmad Shiddiq.
- b. Almarhum KH. Shodiq Mahmud, SH.
- c. Almarhum H. Muchson Sudjono.
- d. Drs. H. A. Hamid Chidir.
- e. Dra. Nihayah Ahmad Shiddiq.
- f. Serta para tokoh ulama lainnya.

MIMA KH. SHIDDIQ semula bernama MINU. KH. SHIDDIQ dipimpin oleh Drs. Imam Sukarsan dan pada tahun 1951 berubah namanya menjadi MIMA KH. SHIDDIQ I, II, III, dan IV. Adapun pada tahun 1980 berubah namanya menjadi MIMA. KH. SHIDDIQ dan beberapa Kepala Madrasah yang memimpin MIMA. KH. SHIDDIQ .

MIMA. KH. SHIDDIQ mulai pertama berdiri dibawah naungan Yayasan LP. Ma'arif Kabupaten Jember.

4. Potensi Sekolah

A. Letak Geografis.

MIMA KH. Shiddiq berlokasi tepat di tengah kota Jember tepatnya di Jalan KH. Shiddiq 42 Jember dan dapat dijangkau oleh semua angkutan dari segala penjuru, penduduk sekitar sekolah mayoritas beragama Islam, luas tanah 1008 Ha dengan luas bangunan 832 M².

B. Kondisi Fisik.

1. Sarana Sekolah.

Sarana sebagai pelengkap atau barang yang dapat digunakan secara langsung dalam proses pengajaran antara lain :

a) Berupa Buku :

- ☉ Buku bacaan anak-anak.
- ☉ Buku pelajaran
- ☉ Buku penunjang / pelengkap.

b) Berupa alat-alat bantu pengajaran :

- ☉ Peta dunia atau globe.
- ☉ Peta Indonesia dan pulau-pulau di Indonesia.
- ☉ Peta Magnetik.
- ☉ Peralatan Olahraga
- ☉ Peralatan CD Media Pembelajaran
- ☉ Peralatan Video dan Audio

2 Prasarana Sekolah.

Prasarana yang dimiliki MIMA. KH. SHIDDIQ Jember antara lain :

- a) Ruang Kantor
- b) Ruang Guru
- c) Ruang Kelas (kelas I sampai kelas VI dengan 4 paralel)
- d) Halaman Sekolah
- e) Ruang UKS
- f) Ruang Koperasi Siswa
- g) Ruang Kantin.
- h) Ruang Perpustakaan
- i) Laboratorium Komputer dan Bahasa.
- j) Musholla
- k) Tempat parkir sepeda guru dan siswa.

C. Kondisi Obyektif Siswa

Nama Sekolah : MIMA. KH. SHIDDIQ
Status sekolah : Diakui
NSM : 112.35.09.72.888
Alamat Sekolah : Jalan KH Shiddiq No 42
Kecamatan : Kaliwates
Kabupaten : Jember
Propinsi : Jawa Timur

D. Kegiatan-Kegiatan Penunjang.

Adapun kegiatan ekstra kulikuler yang dapat dilaksanakan di MIMA. KH. SHIDDIQ Jember, antara lain :

a. Kepramukaan.

Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang ada. Kegiatan ini dilaksanakan dalam satu minggu sekali tepatnya hari Jum'at sore.

b. Peringatan Hari Besar Nasional Dan Agama Islam.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan semua warga sekolah baik dalam memperingati hari besar nasional maupun agama Islam.

c. Drum Band.

Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang ada. Kegiatan ini dilaksanakan untuk menyalurkan bakat siswa dalam kegiatan drum band.

IAIN JEMBER

**DATA JUMLAH KEADAAN MURID
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN AJARAN 2018 /2019**

Kelas	KEADAAN PESERTA DIDIK				Jumlah Kelas
	A	B	C	D	
I	32	33	32	32	4
II	40	41	33	32	4
III	40	38	44	42	4
IV	39	35	39	40	4
V	39	37	44	42	4
VI	31	30	40	41	4
JUMLAH	896				

Rekapitulasi : **KELAS I s/d III : Pa = 223 Pi = 215**
 KELAS IV s/d VI : Pa = 211 Pi = 247

JUMLAH Pa = 432 Pi = 462

IAIN JEMBER

**DATA GURU
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN AJARAN 2018 /2019**

A. PENDIDIKAN FORMAL

No.	Nama Guru	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Tahun Masuk
1	Latifatul Azizah, S.Pd	S1	Kepala Madrasah	2015
2	Sami'an, S.S	S1	Bag. Kurikulum	1984
3	A. Syaifuddin Zuhri, S.Pd	S1	Bag. Kesiswaan	1986
4	Muhibbah, S.Pd	S1	Bag. Sarana Prasarana	1995
5	Hj. St. Maimunah Umar, M.PdI	S1	Bendahara	1988
6	M. Nor Hakim, S.Pd.I	S1	Operator	1997
7	Hj. Kenis Rozana As, BA	S1	Guru	1986
8	Dra. Siti Fatimah	S1	Wali Kelas	1982
9	Lutfiyah	S1	Wali Kelas	1987
10	Nur Atiyah, S.Pd	S1	Wali Kelas	1998
11	Abd. Wahid, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2000
12	Susianti, S.Pd	S1	Wali Kelas	2002
13	Shonwani Isnain H, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2006

14	Husnul Khotimah S.Pd.I	S1	Wali Kelas	1988
15	Siti Rodliyah S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2006
16	S. Farida, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	1991
17	Huriyanik, A.Ma	S1	Wali Kelas	1985
18	Abd. Haqiqi, S.Ag	S1	Guru	1999
19	Ike Wahyuni, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2007
20	Khuzaimatul Auliyah, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2007
21	Iin Mutmainah, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2007
22	Durratul Maknunah, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2007
23	Sahroni, S.Pd	S1	Wali Kelas	2000
24	Taufik, S.Ag	S1	Wali Kelas	2000
25	Yudi Haryanto Setiawan, SH	S1	Wali Kelas	2008
26	Widya Wulandari, S.Pd.I	S1	Wali Kelas	2010
27	Danang Mirsawan, S.Pok	S1	Guru	2013
28	Ahmad Hafidz Ya'kub	PP. Al Amin	Guru	2010
29	Umi Muhanik, S.Pd.I	S1	Guru	2016
30	Muhammad Mukhlis, S.Pd	S1	Guru	2015

**DATA GURU
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN AJARAN 2018 /2019**

B. PENDIDIKAN NON FORMAL (TPQ)

No.	Nama Guru	Pendidikan Terakhir	Tahun Masuk
1	Raufah Umar	SMA	2003
2	A. Nawawi	SMA	2003
3	Nurul Jannah	SLTP	2004
4	Siti Asmaro	SLTP	2003
5	M. Isa Ansori	S1	2004
6	Abd. Gofur	SMA	2007
7	Ach. Hafidz Amrullah	SMA	2008
8	A. Fauzi	SMA	2007
9	Abd. Aziz	SMA	2010
10	Nur Hamidah	SMA	2010
11	Hikmatul Husna	SMA	2011
12	Shofi Faridatul Azmi	SMA	2014

**DATA GURU
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN AJARAN 2018 /2019**

C. KETENAGAAN UMUM

No.	Nama Guru	Pendidikan Terakhir	Tahun Masuk
1	Siti Maryam	SMA	1990
2	Siti Aminah, S.Pd.I	S1	2015
3	Muhammad Sufyan	S1	2017
4	Ahmad Syauqi	SMA	2000
5	M. Faris Shodiqiwm	SMA	2007

**DATA GURU
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN AJARAN 2018 /2019**

D. TENAGA KEPERAWATAN

No.	Nama Guru	Pendidikan Terakhir	Tahun Masuk
1	Sunaryo	SD	2013
2	Puarum	SLTP	1995
3	Ahmad Sulas	SLTP	2006
4	Legimun	SD	2009
5	Wahyudi	SLTP	2016



FORMULIR
PENDAFTARAN CALON PESERTA DIDIK BARU (PPDB)
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019



I DATA MURID

1. Nama lengkap : _____
2. Nama Panggilan : _____
3. JenisKelamin : Laki – Laki / Perempuan
4. Asal TK : _____
Alamat TK : _____ Kec. _____
5. Tempat, Tanggal lahir : _____
6. Anak yang ke- : _____ dari _____ bersaudara (Jumlah Saudara kandung)
7. Alamat Rumah : _____
(Tulis dengan lengkap) _____
8. Telp. / Hp : _____
9. Jarak rumah ke MIMA 01 KH. Shiddiq : _____

II. DATA ORANG TUA / WALI MURID

1. Nama Ayah Kandung : _____
2. Pendidikan Terakhir
Dan Gelar Pendidikan : _____
3. Pekerjaan / Penghasilan : _____ / _____
4. Nama Ibu : _____
5. Pendidikan Terakhir
Dan Gelar Pendidikan : _____
6. Pekerjaan / Penghasilan : _____ / _____
7. Alamat Orang tua/Wali : _____
8. Nomor Telp./Hp : _____

III. KELENGKAPAN LAINNYA :

- Melampirkan salinan atau foto copy surat kenal lahir (Akte Kelahiran)
- Melampirkan Surat keterangan / STTB asal TK (bisa menyusul)

Jember, _____

Penerima

Orang tua/Wali Murid

NB : Bila pendaftaran melalui TK asal, bisa dilakukan secara kolektif oleh TK asal tersebut. (oleh Kepsek/Gurunya)



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF

MIMA 01 KH. SHIDDIQ

Jl. KH. Shiddiq No. 42 (0331) 427122 Kaliwates Jember 68131

PANDUAN
MURID BARU

MOTTO

Gerbang Iman dan Taqwa

Tanamkan Pendidikan Agama pada Anak Sejak Dini
Tanamkan Penanaman Agama pada Anak Sejak Dini

Bangunan MIMA 01 KIP
Sebelah Timur
Yang akan dibangun



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah Azza wajalla atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya kepada kita. shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Revolusioner Akbar Nabi Muhammad SAW.

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu wali murid MIMA 01 KH. SHIDDIQ atas kepercayaan yang telah diberikan kepada kami untuk membina dan mendidik putra/putri Bapak/Ibu di Madrasah Ibtidaiyah Maarif 01 KH. SHIDDIQ JEMBER ini. Kami menyadari tugas ini sangat berat, namun akan terasa ringan apabila dalam pelaksanaannya terjalin kerja sama yang baik antara pihak sekolah dengan orang tua/wali murid dan anak didik.

Berbagai ketentuan, persyaratan dan peraturan yang menyangkut pendidikan anak di sekolah merupakan suatu kebijaksanaan yang dimaksudkan agar proses belajar anak di sekolah dapat terlaksana dengan baik, tertib dan lancar sesuai dengan harapan Bapak/Ibu wali murid serta sekolah untuk membentuk Sumber Daya Manusia yang berkualitas, beriman, dan berpegang teguh pada aqidah Islam, cerdas terampil dan berakhlakul karimah serta berguna bagi nusa dan bangsa.

Mengacu pada kepentingan tersebut, kami selaku panitia menyusun Buku Panduan Murid baru tahun pelajaran 2017/2018 yang memuat berbagai ketentuan, persyaratan dan peraturan khususnya bagi murid kelas I (satu).

Penyusunan Buku Panduan ini dimaksudkan agar berbagai informasi sekolah yang dibutuhkan Bapak/Ibu wali murid dapat diperoleh secara terpadu dan selanjutnya direalisasikan secara baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Harapan kami apabila ada hal-hal yang kurang jelas atau belum termuat dalam buku ini, kami mohon berhubungan langsung dengan pihak sekolah/madrasah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui
Kepala Madrasah

Lathifatul Azizah, S.Pd

Jember,
P a n i t i a

S a h r o n i, S.Pd

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	3
Daftar Isi	4
Visi dan Misi Madrasah	5
Pendahuluan	6
Ketentuan dan Persyaratan	8
Kelengkapan Atribut Sekolah	9
Ketentuan Seragam	10
Tata Tertib	11
Buku dan Pelajaran	12
Jadual Pelajaran	13
Data Pembimbing dan Pendidik	14
Data Prestasi Siswa	15
Penutup	19

AIN JEMBER

VISI DAN MISI MADRASAH

I. VISI

Mewujudkan madrasah yang mandiri, berakhlaqul karimah yang unggul dalam prestasi berdasarkan iman dan taqwa (IMTAQ) dan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang bernuansa islami

II. MISI

Dalam rangka mewujudkan visi madrasah yang dicanangkan, maka misi MIMA 01 KH. SHIDDIQ sebagai berikut :

1. Membina dan mengembangkan potensi siswa sehingga mampu, terampil dan kreatif dalam menghadapi tuntutan jaman, inovatif dan mandiri dalam bidang sosial, keagamaan, budaya, berbangsa dan bernegara.
2. Mengembangkan pembelajaran dan pembiasaan dalam mempelajari Al-qur'an dan menjalankan ajaran Islam.
3. Mengembangkan dan mengamalkan nilai-nilai ahlakul karimah yang sesuai dengan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.
4. Mengikuti kegiatan lomba-lomba mata pelajaran, pelajar teladan, pramuka, bidang seni dan olah raga.
5. Melaksanakan pendidikan agama untuk mewujudkan generasi yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT.
6. Melaksanakan pendidikan yang mengedepankan peningkatan siswa dalam bidang IPTEK yang bernuansa Islami.

PENDAHULUAN

Madrasah Ibtidaiyah Maarif (MIMA) 01 KH. SHIDDIQ JEMBER merupakan lembaga pendidikan dasar yang didirikan pada tahun 1948 oleh para tokoh ulama antara lain: Almarhum KH. Dhofir Salam, Almarhum KH. Abdul Halim Shiddiq dan diasuh oleh para pengurus: Almarhum KH. Ahmad Shiddiq, Almarhum KH. Shodiq Mahmud, S.H., Almarhum H. Muchson Sujono, B.A., Drs. H.A. Hamid Chidliir, Dra. Hj. Nihayah Ahmad Shiddiq, serta para tokoh ulama lainnya.

MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER dibangun di atas areal tanah seluas kurang lebih 2 Ha (dua hektare), dengan fasilitas gedung berlantai tiga yang terdiri dari 23 buah lokal sebagai penunjang pelaksanaan proses pendidikan, termasuk lokal Perpustakaan, Koperasi Siswa, Sanggar Pramuka, Laboratorium al-Quran dan Bahasa untuk pembinaan tartil al-Quran, Bahasa Arab dan Inggris, Musholla sebagai sarana penunjang kegiatan kerohanian dan ibadah anak, kantin, serta kamar mandi dan toilet.

Sejak awal berdirinya, MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER berada di bawah naungan Lembaga Pendidikan Maarif, di bawah pembinaan Kementerian Agama Kabupaten Jember dengan menggunakan kurikulum terpadu dari kedua lembaga tersebut, sehingga memungkinkan terbentuknya Pola Pendidikan yang cukup berbobot, berkualitas, dan berimbang antara Pendidikan Umum dan Pendidikan Agama yang akan diserap oleh anak (peserta) didik.

Suatu kelebihan yang akan diperoleh oleh anak dibandingkan dengan sekolah tingkat dasar yang lain, MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER dapat memberikan nilai tambah materi agama yang tentunya sangat diharapkan oleh masyarakat /orangtua/wali murid yang telah mempercayakan anaknya untuk dididik di lembaga atau madrasah ini, sesuai dengan motto :

“TANAMKAN PENDIDIKAN AGAMA PADA ANAK SEDINI MUNGKIN”.

Bertahan dan tetap eksisnya sekolah ini semakin dirasakan oleh masyarakat, apabila melihat situasi dan kondisi lingkungan pergaulan yang semakin memprihatinkan di era milenium yang semakin mengglobal ini, dengan segala bentuk beraneka ragamnya informasi dan hiburan global yang tentunya sangat mempengaruhi perkembangan psikologi anak. Salah satu usaha agar anak-anak tidak terseret ke dalam arus pergaulan negatif adalah pengawasan ekstra keras dari orangtua, terutama dalam hal penyaringan informasi dan dedikasinya (pendidikan). Untuk itu kita harus jeli dan tepat waktu mengarahkan anak-anak memperoleh dan mengenyam pendidikan pada usia dini.

MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER merupakan sarana/lembaga pendidikan tingkat dasar yang menerapkan Pola Pengajaran dengan komposisi berimbang. Materi umum yang diberikan pada anak didik sesuai bahkan sama dengan materi Sekolah Tingkat Dasar (SD) yang lain. Sedangkan Pendidikan agama merupakan suatu kelebihan yang diterapkan di sekolah ini dengan harapan agar sejak usia dini anak-anak sudah memperoleh pendidikan agama yang kita harapkan dapat membentengi jiwa anak sekaligus sebagai bekal untuk melangkah ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Masa pendidikan diterapkan selama 6 (enam) tahun mulai dari kelas I (satu) sampai dengan kelas VI (enam). Proses kenaikan jenjang dilaksanakan setiap tahun dengan menerapkan 2 (dua) kali Evaluasi Hasil Belajar (EHB) yang dilaksanakan 6 (enam) bulan sekali (satu semester).

Pada akhir pendidikan kelas VI (enam) dilaksanakan ujian akhir yang diselenggarakan oleh:

- 1. Departemen Agama : Ujian Akhir Madrasah (UAM)*
- 2. Departemen Pendidikan Nasional : Ujian Akhir Sekolah (UAS)*
- 3. Lembaga Pendidikan Ma'arif : Ujian Akhir Madrasah NU (UAMNU)*

Kegiatan ekstrakurikuler cukup mendapat perhatian dan pembinaan secara intensif dari sekolah, serta didukung oleh tenaga-tenaga pengajar yang terampil dan baik di bidang kepramukaan, kerohanian termasuk Binaussholah dan tartil al-Quran, serta aneka ragam seni, seperti drumband, bina puisi, dan lain-lain. Bukti berhasilnya kegiatan ekstrakurikuler tersebut tercermin dari beraneka ragamnya trophy, piala dan berbagai piagam penghargaan lainnya yang terpampang di sekolah saat ini. Semua itu terealisasi berkat kerja sama yang baik antara sekolah dengan anak didik serta orangtua/wali murid.

Akhirnya kami berharap adanya komunikasi yang baik antara sekolah dan orangtua/wali murid baik yang menyangkut masalah prestasi, proses belajar anak di sekolah ataupun di rumah serta hal lain yang menyangkut diri anak dalam statusnya sebagai murid pada keluarga besar MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER.

Harapan kita semua semoga anak-anak senantiasa dapat berprestasi sesuai dengan yang kita harapkan bersama.

Amien Ya Robbal'alamin.

KETENTUAN DAN PERSYARATAN

DAFTAR ULANG PESERTA DIDIK BARU TAHUN AJARAN 2018/2019

Ketentuan biaya dan persyaratan peserta didik baru MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER Tahun Pelajaran 2017/2018 sebagai berikut :

NO	KETERANGAN	PUTRA	PUTRI
1.	SPP bulan Juli 2017	Rp 135.000	Rp 135.000
2.	Seragam sekolah 3 stel, kostum olah raga dan atribut, ikat pinggang, dll.	Rp 780.000	Rp 815.000
3.	Kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI/PHBN)	Rp 200.000	Rp 200.000
4.	Sumbangan Dana Pengembangan Pendidikan / Jariyah (SDPP)	Rp 1.750.000	Rp 1.750.000
5.	Buku paket pelajaran ,buku tulis dan alat tulis	Rp 660.000	Rp 660.000
6.	Ekstrakurikuler 1 kali selama 6 tahun	Rp 350.000	Rp 350.000
J U M L A H		Rp 3.875.000	Rp 3.910.000

Keterangan :

- Daftar ulang mulai tanggal **26 April 2017 s/d 13 Mei 2017**;
- Melengkapi administrasi yang telah ditentukan;
- Masuk hari pertama pada hari **Senin tanggal 17 Juli 2017** ; dan
- Ketentuan lain akan diatur lebih lanjut

Jember, 25 April 2017

KELENGKAPAN ATRIBUT SEKOLAH

MURID PUTRA

A. Seragam sekolah

- Baju Putih : 1 buah
- Celana Hijau : 1 buah
- Baju biru : 1 buah
- Celana dongker : 1 buah
- Seragam Pramuka : 1 stel
- Kaos Olah Raga : 1 stel

B. Atribut Sekolah

- Topi : 2 buah
- Dasi : 2 buah
- Bed MIMA : 2 buah
- Lokasi Kelas : 2 buah
- Nama : 2 buah
- Ikat Pinggang : 1 buah
- Kaos Kaki putih : 1 buah

C. Atribut Pramuka

- Baret : 1 buah
- Hasduk + ring : 1 buah
- Bed Jatim : 1 buah
- Lokasi Gudep : 1 buah
- Tunas-Lely : 1 set
- Nama : 1 buah
- Ikat Pinggang : 1 buah
- Kaos Kaki hitam : 1 buah

MURID PUTRI

A. Seragam sekolah

- Baju Putih : 1 buah
- Rok Panjang Hijau : 1 buah
- Baju biru : 1 buah
- Rok Panjang dongker : 1 buah
- Seragam Pramuka : 1 stel
- Kaos Olah Raga : 1 stel

B. Atribut Sekolah

- Jilbab : 3 buah
- Bed MIMA : 2 buah
- Lokasi Kelas : 2 buah
- Nama : 2 buah
- Ikat Pinggang : 1 buah
- Kaos Kaki putih : 1 buah

C. Atribut Pramuka

- Topi : 1 buah
- Hasduk + ring : 1 buah
- Bed Jatim : 1 buah
- Lokasi Gudep : 1 buah
- Tunas-Lely : 1 set
- Nama : 1 buah
- Ikat Pinggang : 1 buah
- Kaos Kaki hitam : 1 buah

KETENTUAN SERAGAM

Pakaian seragam MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER adalah sebagai berikut:

1. Setiap siswa wajib memakai seragam lengkap dengan atributnya;
2. Seragam sekolah yang harus dipakai pada hari efektif sebagai berikut:
 - a. **Senin-Selasa:**
 - Putra : baju putih lengan panjang, celana panjang hijau
 - Putri : baju putih lengan panjang, rok panjang hijau, jilbab putih
 - b. **Rabu-Kamis :**
 - Putra : baju telur asin lengan panjang, celana panjang dongker
 - Putri : baju biru telur asin lengan panjang, rok panjang dongker, jilbab biru
 - c. **Jumat dan Sabtu :**
 - Putra : seragam Pramuka lengkap (panjang)
 - Putri : seragam Pramuka lengkap (panjang)
 - d. Pada waktu olah raga, memakai seragam (kostum) olah raga sekolah.

Kelengkapan atribut seragam tersebut sebagai berikut:

- Untuk seragam hari Senin sampai dengan Kamis:
 - a. Bed MIMA dipasang di dada baju sebelah kiri di atas saku;
 - b. Nama anak di dada baju sebelah kanan
 - c. Lokasi kelas di lengan baju sebelah kanan;
 - d. Dasi dan topi hijau untuk hari Senin dan Selasa; (putra)
 - e. Dasi dan topi dongker untuk hari Rabu dan Kamis; (putra)
 - f. Ikat pinggang hitam
 - g. Sepatu warna hitam dan kaos kaki warna putih.
- Untuk seragam hari Jumat dan Sabtu (Seragam Pramuka):
 - a. Tunas kelapa dipasang di saku kiri baju (putra)
 - b. Tunas kelapa dipasang di ujung kerah baju sebelah kiri (putri);
 - c. Bunga Lely dipasang di dada atas baju sebelah kanan (putra);
 - d. Bunga Lely dipasang di ujung kerah baju sebelah kanan (putri);
 - e. Nama anak di dada baju sebelah kanan;
 - f. Badge Jawa Timur di lengan baju sebelah kanan;
 - g. Tanda Gudep Jember 01-067 (putra), 01-068 (putri) di lengan baju kanan atas;
 - h. Hasduk/setangan leher berwarna merah-putih;
 - i. Baret (putra) / topi (putri) dilengkapi tanda topi warna hijau;
 - j. Sepatu warna hitam dengan kaos kaki warna hitam; dan
 - k. Ikat pinggang warna hitam (putra)/coklat tua (putri).

TATA TERTIB MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER

I. UMUM

1. Setiap siswa wajib berakhlaqul karimah kepada siapa pun.
2. Setiap siswa wajib patuh dan melaksanakan peraturan sekolah.
3. Setiap siswa wajib menjaga nama baik sekolah.

II. KEWAJIBAN SISWA DI SEKOLAH

1. Bel masuk pukul 07.00 WIB, pulang pukul 10.25 WIB (Kelas I), pukul 11.30 WIB (Kelas II), pukul 12.10 WIB (Kelas III), pukul 13.00 (Kelas IV s/d VI).
2. Setelah berbaris, siswa masuk kelas dan berdoa dipimpin ketua kelas.
3. Setiap siswa wajib membayar SPP/Dana Komite paling lambat tanggal **10** setiap bulannya.
4. Petugas piket harus sudah membersihkan kelas, papan tulis, menyediakan kapur tulis dan mengambil/menyediakan absensi.
5. Siswa yang terpaksa keluar kelas karena ada keperluan, harus ijin kepada wali kelas.
6. Siswa senantiasa menjaga perilaku yang baik (berakhlakul karimah) terhadap guru, teman dan semua orang.
7. Siswa yang tidak masuk sekolah harus memberitahu lewat surat.
8. Ikut serta melaksanakan 5 K.
9. Ikut menjaga/memelihara gedung, halaman dan peralatan sekolah.

III. LARANGAN-LARANGAN

1. Terlambat masuk sekolah.
2. Meninggalkan kelas/sekolah selama jam pelajaran berlangsung.
3. Membeli makanan dan minuman di luar halaman sekolah.
4. Meminjam/meminta uang kepada sesama teman.
5. Mengganggu jalannya pelajaran baik di kelasnya maupun di kelas lain.
6. Bertengkar dan main hakim sendiri jika menemui persoalan antar teman.
7. Membawa atau memakai perhiasan yang berlebihan.
8. Membawa alat permainan/peralatan selain alat-alat pelajaran.
9. **Membawa Hand Phone (HP) berkamera.**

IV. SANKSI-SANKSI

Siswa yang melanggar tata tertib akan dikenakan sanksi sebagai berikut:

1. Peringatan-peringatan.
2. Dilaporkan kepada orangtua/wali murid.
3. Diserahkan/dikembalikan kepada orang tua.

V. LAIN-LAIN

1. Hal-hal yang belum tercantum dalam tata tertib ini akan diatur kemudian.
2. Tata tertib ini berlaku sejak diumumkan.

BUKU DAN PELAJARAN

Untuk memperlancar proses belajar, dan demi keseragaman buku pegangan maka Koperasi Siswa (KOPSIS) Sekolah menyediakan:

I. Buku paket, khusus kelas I (satu) meliputi:

1. Tematik (Tema 1 s/d Tema 8)
2. Al-Quran Hadits
3. Aqidah Akhlaq
4. Fiqih
5. Bahasa Arab
6. Bahasa Inggris
7. Bahasa Daerah
8. Buku Prestasi TPQ
9. Tartili
10. Buku Tugas

II. Buku tulis untuk kelas I (satu) menggunakan buku yang sudah ditentukan sekolah meliputi:

MATA PELAJARAN	KETERANGAN
1. Buku tema 1 s/ d tema 8	Buku kotak kecil
2. Aqidah Akhlaq	Buku kotak kecil
3. Al-Quran Hadits	Buku kotak kecil
4. Fiqih	Buku kotak kecil
5. Bahasa Arab	Buku bergaris
6. Bahasa Inggris	Buku kotak kecil
7. Tartili	Buku kotak besar
8. Bahasa Daerah	Buku kotak kecil

(NB: Untuk buku tulis tema 2 s/d 8 diberikan setelah tema sebelumnya berakhir)

III. Alat-alat tulis.

IV. Kelengkapan atribut seragam siswa.

V. Dan lain-lain.

JADWAL PELAJARAN KELAS I

TAHUN PELAJARAN 2018/2019

No	WAKTU	SENIN	SELASA	RABU
1	07.00 – 07.25	Tematik	Tematik	Tematik
2	07.25 – 07.50	Tematik	Tematik	Tematik
3	07.50 – 08.15	Tematik	Tematik	Tematik
4	08.15 – 08.40	Akidah Akhlaq	Fiqih	Qur'an Hadits
5	08.40 – 09.05	Akidah Akhlaq	Fiqih	Qur'an Hadits
-	09.05 – 09.25	<i>Istirahat</i>	<i>Istirahat</i>	<i>Istirahat</i>
6	09.25 – 09.55	Tartili	Tartili	Tartili
7	09.55 – 10.25	Tartili	Tartili	Tartili

No	WAKTU	KAMIS	JUMAT	SABTU
1	07.00 – 07.25	Tematik	Tematik	Tematik
2	07.25 – 07.50	Tematik	Tematik	Tematik
3	07.50 – 08.15	Tematik	<i>Istirahat</i>	Tematik
4	08.15 – 08.40	Bahasa Inggris	Bahasa Jawa	Tematik
5	08.40 – 09.05	Bahasa Inggris	Bahasa Jawa	Bahasa Arab
-	09.05 – 09.25	<i>Istirahat</i>		<i>Istirahat</i>
6	09.25 – 09.55	Tartili		Praktik Ibadah
7	09.55 – 10.25	Tartili		Praktik Ibadah

Keterangan:

- Tartili dan buku prestasi dibawa setiap hari Senin sampai Kamis.
- Alat mewarna dan buku harian dibawa setiap hari.
- Wali Murid dimohon untuk **tidak menunggu** di depan kelas.
- Jika ada perubahan jadwal, ada pemberitahuan lebih lanjut.

**DEWAN GURU, USTADZ/USTADZAH, KARYAWAN/KARYAWATI
MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER**

NO	NAMA GURU	NO. TELP/HP	ALAMAT	JABATAN
1	Lathifatul Azizah, S.Pd	081358962900	Jl. Hayam Wuruk IV, Perum. Cahaya Mas C 1-4 Sempusari	Kepala Madrasah
2	Drs. H. Moh.Harisuddin DS	081358213030	Jl. Imam Bonjol 220 Rt.04/Rw.01 Gg. Turi	Guru
3	Drs. H. Lukman Hakim	081249678808	Dsn. Manggis Sukorambi Rt.01/Rw.01	Guru
4	Hj. Kenis Rozana, BA	082334124940	Jl. MH. Thamrin RT. 02 RW. 02	Guru
7	Dra. Hj. Maimunah Umar, M.Pd.I	081331691086	Jl. Sunan Muria no.16	Wali Kelas 5 D / Bendahara
8	Luftiyah Erfan	081556786066	Jl. Hos Cokroaminoto 1/1/12	Wali Kelas 5 C
9	A. Syaifuddin Zuhri, S.Pd	081336527222	Perum Tegal Besar Permai II Q-17	Wali Kelas 6 A / Bag. Kesiswaan
10	Sami'an SS	081336453539	Jl. Imam Bonjol Gg. KUA no. 38 Tegal Besar	Wali Kelas 6 B / Bag. Kurikulum
11	Dra. Siti Fatimah	082141014446	Jl. Gatot Subroto Gg III NO. 26 Belakang Polres Jember	Wali Kelas 6 D
12	M. Nor Hakim S.Pd.I	081336155455	Jl. Agus Salim Blok I Tegal Besar	Wali Kelas 5 B
13	Nur Atiyah, S.Pd	081249792288	Jl. Agus Salim Blok I Tegal Besar	Wali Kelas 1 A
14	Muhibbah S.Pd	085101182706	Jl. Kaca Piring Gg IV No.33 Gebang Patrang Jember	Wali Kelas 6 C / Bag. Sarpras
15	Sahroni, S.Pd	085258820249	Jl. Bringinsari Jatimulyo Jenggawah	Wali Kelas 5 A
16	Adi Supriyanto, S.Pd	081252781785	Jl. Semeru Rt.01/Rw.01 Pancakarya Ajung	Guru
17	A. Wahid, S.Pd.I	085236073741	Jl. Raden Patah Gg.25 No.258 Kepatihan Jember	Wali Kelas 3 A
18	Taufik, S.Ag	085258823782	Lingkungan Krajan Kelurahan Jumerto Patrang	Wali Kelas 4 A
19	Shonwani, S.Pd.I	081559900988	Jl. KH. Amin Thohari 09Rt.2/Rw.4 Gendir Karangpring Sukorambi	Wali Kelas 3 B
20	Susiaty, S.Pd	085230508131	Jl. Gajah Mada XXI no. 74 Candro	Wali Kelas 4 D
21	Khusnul Khotimah, S.Pd.I	082301303884	Jl. Hayam Wuruk IV E1 no.8 Sempusari	Wali Kelas 2 D
22	Husnul Khotimah, S.Pd.I	082336294344	Jl. Hos Cokroaminoto Gg I No. 247 Jember Kidul	Wali Kelas 2 A
23	Siti Rodliyah, A.Ma	085104888078	Jl. Sultan Agung No. 16 Kauman	Wali Kelas 3 D
24	S. Farida, A.Ma	08818490272	Jl. Manggar I No. 9 Kelurahan Gebang	Wali Kelas 1 D
25	Huriyanik, A.Ma	081358444492	Jl. Hos Cokroaminoto Gg Panili Blok 10 No.177	Wali Kelas 1 C
26	A. Haqqi, S.Ag	085331555542	Jl. Slamet Riyadi No.31 Patrang	Guru
27	Ike Wahyuni, S.Pd.I	081233406961	Jl. Sentot Prawiro Dirjo Gg.14/ No.19 Talangsari	Wali Kelas 2 B
28	Khuzaimatul Aulia, S.Pd.I	083847352583	Perum Kodam Brawijaya Blok TA-153 Mangli	Wali Kelas 1 B
29	Iin Mutmainnah, S.Pd.I	081358297300	Jl. Kepodang no.4 Bintoro Patrang Jember	Wali Kelas 3 C
30	Arfan Affandy, S.Pd	082331574757	Perum Pondok Bambu No.12 Sumber Sari	Guru
31	Durratul Maknulah, S.Pd.I	085236400400	Perum Darma Alam T 3	Wali Kelas 4 C
32	Yudi H. Setiawan,SH	08123492732	Jl. Melati 12 No.41 Gebang	Wali Kelas 4 B
33	Widya Wulandari, S.Pd	085256253107	Perum Taman Gading Blok A-E No. 12	Wali Kelas 2 C
34	A. Hafidz Ya'cub	085330161870	Curah Kates Pancakarya Ajung	Guru
35	Siti Aminah, S.Pd.I	087712603928	Perum Bedadung Indah Q-16 Sumber sari	Guru
36	A. Faris Shadiqin	083865560289	Jl. Hos Cokroaminoto Gg.I no. 14	Guru
37	Danang Mirsawan	085236226444	Jl. Imam Bonjol	Guru
39	A. Sofyan	085855173996	Jl. Imam Bonjol no. 116 Tegal Besar	Guru
40	A. Syaqui	085258808834	Dsn. Curah Lele Desa Wonosari Jenggawah	Guru
41	M. Mukhlis, S.Pd	085204919399	Lumajang	Guru
42	Umi Muhanik, S.Ag	082301835353	Perum Tegal Besar Permai I Blok T-29	Guru
43	Siti Maryam	081939551850	Jl. Kh. Shiddiq no. 48	Karyawan TU
44	Maria Fatima	085704218058	Curah Kates Pancakarya Ajung	Karyawan TU
45	Ahmad Fauzi	085336031896	Jl. Sultan Agung Gg. VII/24 Jember	Guru TPQ
46	Nurul Jannah	085746374837	Jl. Hos Cokroaminoto 1/1/ 15 Jember	Guru TPQ
47	M. Isa Anshori	082330103232	Jl. Dr. Wahidin 2/ 15 Timur Pasar	Guru TPQ
48	Siti Asmaroh	081331217094	Jl. Kh. Shiddiq no. 200	Guru TPQ
49	A. Nawawi	085258853906	Jl. Kasuari Rt.3/Rw.3 Kedawung Gebang	Guru TPQ
50	Abdul Aziz	082330704030	Jl. Gajah Mada Belakang Nico	Guru TPQ
51	A. Hafidz Amrullah	082330510409	Jl. Gajah Mada Gg.V no. 84 Rt.02/Rw.03 Jember	Guru TPQ
52	Abd. Ghofur	085258776260	Desa Klunkung	Guru TPQ
53	Raufah Umar	081249611300	Jl. Pattimura No.10 Lumajang	Guru TPQ
54	Nur Hamidah	081358185558	Jl. Kh. Shiddiq No.200	Guru TPQ
55	Hikmatul Husnah	082330706121	Jl. Kh. Shiddiq	Guru TPQ
56	Shofi F. Azmi	083847325333	Jl. Raden Patah 29/296 Jember	Guru TPQ
57	Paiman	085230023414	Jl. Moh. Seruji Gg.2 No. 41	Karyawan / CS
58	A. S u l a s	082301471278	Desa Sumber Kalong Kalisat Jember	Karyawan / CS
60	Sunaryo	085211206292	Jl. Gajah Mada Gg.28 Kaliwates Jember	Karyawan / CS
61	Nur Wah	-	Jl. Imam Bonjol Desa Tegal Besar	Karyawan / CS
62	Sabtu	-	Jl. Imam Bonjol Tegal Besar	Karyawan / CS
59	Legiman	082302221362	Jl. Imam Bonjol Rt.02/Rw.3 Tegal Besar	Satpam
63	Wahyudi	-	Jl. Banyak Slawu Gebang Poreng	Satpam

DATA PRESTASI SISWA

I. Prestasi siswa tahun pelajaran 2015/2016

NO	NAMA SISWA	JENIS LOMBA	TINGKAT	PRESTASI
1.	A. Abyan Aunil Haq	Olimpiade Sains Kuark	Nasional	Semifinalis
2.	Nadyza Azalia Salsabila	SPADA CUP	Propinsi	Juara I
3.	M. Miftahul Khoir	Kompetisi MIPA (IPA)	Propinsi	Juara I
4.	M. Xafi Billah	Kompetisi MIPA (mtk)	Propinsi	Juara I
5.	Nadyza Azalia Salsabila	Tartil (Nuris Got Talent)	Propinsi	Juara I
6.	Nadyza Azalia Salsabila	SMP 3 Competition	Propinsi	Juara II
7.	M. Ahsin Maulana	Pega Competition Tilawah	Propinsi	Juara III
8.	Yahya Mas'ud	SPADA CUP Tahfidz	Propinsi	Juara Hrp I
9.	M. Ahsin Maulana	Tartil (Nuris Got Talent)	Propinsi	Juara Hrp 3
10.	Ahmad Abyan Auril H	Olimpiade MIPA (Matematika) Kls I	Eks. Karesidenan	Juara I
11.	Farah Septia W	Olimpiade MIPA (Matematika) Kls V	Eks. Karesidenan	Juara I
12.	Wardatul Jannah	Lomba Mapel Kemenag Bid. Study Bhs. Indonesia	Kabupaten	Juara I
13.	Nurul Ramadhani	Lomba Mapel Kemenag Bid. Study Matematika	Kabupaten	Juara I
14.	Albar Muktafi Billah	Pidato Bahasa Arab	Kabupaten	Juara I
15.	Rahmad Akbar	Pidato Bahasa Indonesia	Kabupaten	Juara I
16.	Robit Furqon Mahbub	Olimpiade IPA di MTsN 2	Kabupaten	Juara I
17.	Nadya Azalia Salsabila	Olimpiade Tahfidz MTsN 2	Kabupaten	Juara I
18.	Uswah Auradifa	Pildacil di FKIP MTK UNEJ	Kabupaten	Juara I
19.	Farah Septia W	Kompetisi MIPA (MTK) Di MTsN I	Kabupaten	Juara I
20.	Nadya Azalia Putri S	Komptsi Tartil di MTsN 2	Kabupaten	Juara I
21.	Tiem Futsal	Kompetisi Fusal di SMP Alfurqon	Kabupaten	Juara I
22.	Nadya Azalia Putri S	Kompetisi Tahfidz di SMP Alfurqon	Kabupaten	Juara I
23.	Alfatihy Aufa R	KSM	Kabupaten	Juara I

NO	NAMA SISWA	JENIS LOMBA	TINGKAT	PRESTASI
24.	Tiem Futsal	Turnamen Futsal Pelajar KONI CUP	Kabupaten	Juara I
25.	Tiem Futsal	Turnamen Futsal Pelajar KONI CUP	Kabupaten	TOP SKOR Futsal
26.	Nadya Azalia Putri S	MTQ Kemenag	Kabupaten	Juara I
27.	Rahmad Akbar	Pildacil di IAIN Jember	Kabupaten	Juara II
28.	Farah Septia W	Kompetisi Matematika Di MTsN 2	Kabupaten	Juara II
29.	Nadiya Azalia Ps	Lomba Tilawah	Kabupaten	Juara II
30.	Ahmad Abyan Auril H	Olimpiade MIPA Carrefour	Kabupaten	Juara III
31.	Asin Rahma	Pildacil FKIP MTK UNEJ	Kabupaten	Juara III
32.	M. Ahsin Maulana	Pildacil di UNMUH	Kabupaten	Juara III
33.	M. Eqi Firmansyah	Olimpiade IPA di MTsN 2	Kabupaten	Juara III
34.	Farah Septia W	KSM Matematika	Kabupaten	Juara III
35.	Fikhola Hima N	Lomba Pidato Bahasa Arab	Kabupaten	Juara III
36.	M. Ahsin Maulana	MTQ di Wuluhan	Kabupaten	Juara III
37.	Ahmad Abyan Auril H	Pildacil di UNMUH	Kabupaten	Juara III
38.	Putri Aisyah	Olimpiade IPA di MTsN 2	Kabupaten	Juara Hrp I
39.	M. Ahsin Maulana	Pildacil FKIP MTK UNEJ	Kabupaten	Juara Hrp I
40.	Isfaro	Lomba Tartil	Kabupaten	Juara Hrp II
41.	Ayesha	Kompetisi Sains Madrasah bidang study PAI 2015	Kecamatan	Juara I
42.	Farah Septia W	Kompetisi Sains Madrasah MTQ 2015	Kecamatan	Juara I
43.	Amelia Try Layyinat	Kompetisi Sains Madrasah MTK 2015	Kecamatan	Juara III
44.	Alfatihi Aufa R	Kompetisi Sains Madrasah MTK 2016	Kecamatan	Juara I
45.	Isfaro	Kompetisi Sains Madrasah bidang study PAI 2016	Kecamatan	Juara I
46.	Siti Lela Atika	Kompetisi Sains Madrasah MTK 2016	Kecamatan	Juara III

II. Prestasi siswa tahun pelajaran 2016/2017

NO	NAMA SISWA	JENIS LOMBA	TINGKAT	PRESTASI
1.	Indi Harum Adibah	Aksioma Kemenag	Kabupaten	Juara I
2.	A. Afton Ainur R	Turnaman Futsal Pelajar KONI CUP	Kabupaten	Juara I
3.	A. Ubaidillah	Lompat Jauh MTsN 1	Kabupaten	Juara I
4.	M. Alfatiyh Aufa Rizki	Primagama Mencari Juara Matematika	Kabupaten	Juara I
5.	M. Alfatiyh Aufa Rizki	Kompetisi Matematika MTsN II	Kabupaten	Juara I
6.	Tiem IPA (Alfatiyh, Haikal, Farel)	Olympiade IPA Fak. MIPA UNEJ	Eks. Karesidenan	Finalis
7.	Alfatiyh Aufa R.	Olympiade Matematika Fak. MIPA UNEJ	Eks. Karesidenan	Finalis
8.	Team Pramuka	Pionering Putra	Kabupaten	Juara I
9.	Team Pramuka	Pionering Putri	Kabupaten	Juara I
10.	Team Pramuka	Pentas Seni	Kabupaten	Juara II
11.	Team Pramuka	Go Green Putri	Kabupaten	Juara II
12.	Team Pramuka	Regu Tergiat Putri	Kabupaten	Juara II
13.	Fikhola Hima N	Bahana Muharram	Kabupaten	Juara II
14.	Ibna Sayyidah	Aksioma Kemenag	Kabupaten	Juara II
15.	Amalia Faiqotul Isma	Bahana Muharram	Kabupaten	Juara II
16.	Dliyaul Haq M.A	Olympiade Mts Wahid Hasyim	Kabupaten	Juara II
17.	Syaifullah Fadli Robby	Tolak Peluru MTsN	Kabupaten	Juara II
18.	M. Haikal Fikri	Kompetisi IPA MTsN I	Kabupaten	Juara II
19.	Dliyaul Haq M.A	Kompetisi MTsN II	Kabupaten	Juara II
20.	Naila Abidah R	KSM 2017	Kabupaten	Juara II
21.	Fikhola Hima N	Al Qodiri Competition Pidato Bahasa Arab	Kabupaten	Juara III
22.	M. Badrid Duja	Lompat Jauh MTsN I	Kabupaten	Juara III
23.	Indi Harum Adibah	Aksioma Kemenag' 2017 (Tilawah Putri)	Kecamatan	Juara I
24.	Kalinda Syafa Kayla T	Aksioma Kemenag' 2017 (Tahfidz Putri)	Kecamatan	Juara I

NO	NAMA SISWA	JENIS LOMBA	TINGKAT	PRESTASI
25.	Aqil Wahyu Dz	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato Bahasa Arab Putra)	Kecamatan	Juara I
26.	Ajeng Syaifa	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato Bahasa Arab Putri)	Kecamatan	Juara I
27.	Ibna Sayyidah	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato B. Indonesia Pi)	Kecamatan	Juara I
28.	Adib Maulidan	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato B. Inggris Putra)	Kecamatan	Juara I
29.	Iltan Istifadah	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato Bhs. Inggris Putri)	Kecamatan	Juara I
30.	Ahmad Abyan Aunil H.	Aksioma Kemenag' 2017 (Kaligrafi Putra)	Kecamatan	Juara I
31.	Kamilah Fathi	KSM 2017	Kecamatan	Juara I
32.	Fairus S	Aksioma Kemenag' 2017 (Bulu Tangkis Putri)	Kecamatan	Juara II
33.	Fadhel M. Akbar	Aksioma Kemenag' 2017 (Tenes Meja Putra)	Kecamatan	Juara II
34.	Umar Rahman Tz	Aksioma Kemenag' 2017 (Catur Putra)	Kecamatan	Juara II
35.	Finda Rahma	Aksioma Kemenag' 2017 (Lari Putri)	Kecamatan	Juara II
36.	Atik Bustanil Ulum	Aksioma Kemenag' 2017 (Lari Putra)	Kecamatan	Juara II
37.	Hafsah Muhammad AZ	Aksioma Kemenag' 2017 (Catur Putri)	Kecamatan	Juara III
38.	Aftarana Hafidz Dz	Aksioma Kemenag' 2017 (Pidato Bahasa Indonesia)	Kecamatan	Juara III
39.	Muh. Adhil Syamsa Z	Aksioma Kemenag' 2017 (Puisi Putra)	Kecamatan	Juara III
40.	Kamila Fatchi	Kompetensi Sains Madrasah B. Indonesia 2017	Kecamatan	Juara I
41.	Nailah Milladunka R.	Kompetensi Sains Madrasah B. Indonesia 2017	Kecamatan	Juara II

PENUTUP

Puji syukur kehadirat Allah Azza wajalla atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada kami, sehingga walaupun dengan sangat sederhana kami dapat menyelesaikan Buku Panduan bagi Murid Baru MIMA 01 KH. SHIDDIQ Tahun Pelajaran 2017/2018 ini tanpa hambatan yang menyulitkan.

Harapan kami semoga niat baik dan keikhlasan Bapak/Ibu wali murid, pengurus dan segenap pengelola MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER ini menjadi langkah penting bagi pemantapan kualitas sumber daya manusia dalam membangun masyarakat yang islami.

Peran serta secara aktif dari Bapak/Ibu wali murid sangat menentukan setiap langkah kami. Karenanya, komunikasi timbal-balik dan kerja sama yang baik senantiasa diperlukan demi tercapainya tujuan mulia bersama tersebut.

AIN JEMBER





**PANITIA PERINGATAN HARI-HARI BESAR
ISLAM DAN NASIONAL**

MIMA 01 KH. SHIDDIQ JEMBER

PROPOSAL

**LOMBA TARTIL DAN TAHFIDH AL QUR AN
MEWARNA GAMBAR KARAOKE BEREGU BERCEKITA**

XXIII

**MEMPEREBUTKAN TROPHY BERGILIR
BUPATI JEMBER**

**TINGKAT TAMAN KANAK-KANAK
SE-KABUPATEN JEMBER**

**PANITIA MUSABAQOH
TARTIL DAN TAHFIDH AL-QUR AN
TINGKAT TAMAN KANAK-KANAK
SE-KABUPATEN JEMBER**

Sekretariat Jl: KH Shiddiq 42 Jember Telp. (0331) 427122 / 082244018338

PROPOSAL KEGIATAN

I. LATAR BELAKANG

Membiasakan membaca Al- Qur'an secara fasih dan benar perlu adanya pembinaan dan pembenahan sedini mungkin kepada anak, sebab anak merupakan pemegang estafet penerus agama. Pembinaan dan pembenahan membaca Al-Qur'an harus dilakukan secara kontinyu (istiqomah) dan berkesinambungan dengan beberapa alternatif pemecahan terbaik.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Laboratorium Bahasa dan Al-Qur'an MIMA 01 KH. Shiddiq Jember berupaya untuk mengkaji dan membenahi teknik membaca Al-Qur'an secara fasih dan benar melalui Musabaqoh (lomba) Tartil dan Tahfidh Al – Qur'an.

Kegiatan tersebut perlu direncanakan dan disusun secara sistematis dengan harapan dapat memberikan gambaran guna mendapatkan dukungan dari semua pihak baik moril maupun materiil

II. DASAR PEMIKIRAN

1. Perlunya pendalaman dan pembinaan makna peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW.
2. Perlunya pengembangan pembinaan tartil dan tahfidh Al-Qur'an sebagai upaya pengabdian kepada masyarakat.
3. Perlunya upaya melestarikan membaca Al-Qur'an secara fasih dan benar.

III. MAKSUD DAN TUJUAN

1. Pembenahan dan pembinaan tartil dan tahfidh Al Qur'an.
2. Meningkatkan semangat dan gairah belajar membaca Al-Qur'an sejak dini.
3. Menumbuhkembangkan dan menyalurkan bakat serta kreativitas khususnya di bidang tartil dan tahfidh Al-Qur'an.
4. Ikut mendukung program pemerintah dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

IV. TEMA KEGIATAN

Tema kegiatan ini adalah : 'MENUJU GENERASI ISLAM YANG CINTA NEGERI'.

V. NAMA KEGIATAN

Nama kegiatan ini adalah : MUSABAQOH TARTIL DAN TAHFIDH AL-QUR AN TINGKAT TAMAN KANAK-KANAK SE-KABUPATEN JEMBER BERDASARKAN KAJIAN LABORATORIUM BAHASA DAN AL-QUR'AN TAHUN 2018.

VI. JENIS KEGIATAN

1. Lomba Tartil (membaca) Al-Quran
 - Membaca surat Al-Baqarah ayat 1-6
2. Lomba Tahfidh (menghafal) surat-surat pendek Al-Quran
 - Menghafal surat wajib : al-Ikhlash
 - Menghafal surat pilihan : al-Kautsar
al-Ashr
3. Lomba Karaoke Beregu (5 anak)
 - Jenis lagu : Qosyidah Islami / Nasyidah Islamiah
 - Bagi peserta lomba karaoke beregu diharap membawa dan menyiapkan kaset sendiri.
4. Lomba Mewarna Gambar
 - Mewarna Gambar yang disediakan panitia
 - Bagi peserta mewarna Gambar diharap membawa alat warna gambar sendiri berupa Crayon Oil Pastels 12 warna (merk Bebas)
5. Bercerita Pengalaman Pribadi
 - Berbusana Muslim/Muslimah (waktu max. 5 menit)

VII. PESERTA

1. Syarat-syarat peserta lomba:

1. Siswa/siswi TK dengan dilampiri surat keterangan dari sekolah atau TK yang bersangkutan.
2. Mengisi blanko pendaftaran.
3. Membayar uang pendaftaran sebagai berikut:
 - Lomba Tartil al-Quran Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Tahfidh al-Quran Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Mewarna Gambar Rp 5.000,00 / peserta
 - Lomba Karaoke Beregu Rp 25.000,00 / regu
 - Bercerita pengalaman pribadi Rp 5.000,00 / peserta

2. Jumlah peserta setiap TK adalah:

- Lomba Tartil al-Quran : maksimal 5 anak
- Lomba Tahfidh al-Quran : maksimal 5 anak
- Lomba Karaoke Beregu : 2 regu (5 anak, 1 penyanyi, 4 background)
- Lomba Mewarna Gambar : maksimal 40 anak
- Bercerita pengalaman pribadi : maksimal 5 anak per TK

VIII. WAKTU DAN TEMPAT

1. Waktu dan tempat pendaftaran

Tanggal : 31 Januari – 21 Maret 2018
Waktu : Pukul 07.00 – 12.00 WIB
Tempat : Kantor MIMA 01 KH. Shiddiq Jember
Jl. KH. Shiddiq 42 Jember

2. Pelaksanaan Lomba

a. Lomba Tartil dan Tahfidh al-Qur'an

Hari/tanggal :
Waktu : Pukul, 07.30 WIB
Tempat : Laboratorium Bahasa dan al-Qur'an MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

b. Bercerita pengalaman pribadi

Hari/tanggal :
Waktu : Pukul, 08.00 WIB
Tempat : Pentas utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

c. Lomba Karaoke Beregu

Hari/tanggal :
Waktu : Pukul, 08.00 WIB
Tempat : Pentas utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

d. Lomba Mewarna Gambar

Hari/tanggal :
Waktu : Pukul, 08.00 WIB
Tempat : Auditorium MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

3. Technical Meeting

Hari/tanggal :
Waktu : Pukul, 08.00 WIB
Tempat : MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

4. Klafikasi Juara

- Lomba Tartil al-Quran : Memperebutkan Tropy bergilir Bupati Kabupaten Jember, Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Tahfidh al-Quran : Memperebutkan Tropy bergilir Bupati Kabupaten Jember, Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Karaoke Beregu : Memperebutkan Tropy bergilir MIMA 01 KH. Shiddiq, Jember, Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Lomba Mewarna Gambar : Memperebutkan Tropy bergilir Indomilk, Juara I, II, III, Harapan I, II, III.
- Bercerita Peng. Pribadi : Memperebutkan Tropy bergilir Kemendikbud Kab.Jember, Juara I, II, III, Harapan I, II, III.

IX. DANA

1. Sumber Dana

Sumber dana penyelenggaraan Musabaqoh Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an Tingkat Taman Kanak-Kanak Se-Kabupaten Jember Tahun 2017 ini berasal dari:

- Dana operasional pengembangan pendidikan MIMA 01 KH. Shiddiq Jember.
- Bantuan Bupati Jember
- Pendaftaran peserta
- Sponsor

2. Anggaran Dana

A. Umum

1. Kesekretariatan	Rp 550.000,00
2. Dokumentasi	Rp 450.000,00
3. Transportasi	Rp 550.000,00 +
	Rp 1.550.000,00

B. Lomba

1. Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an

a. Dekorasi	Rp 425.000,00
b. Trophy (untuk 12 Pemenang)	Rp 460.000,00
c. Hadiah (untuk 12 Pemenang)	Rp 440.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.550.000,00
e. Juri	Rp 850.000,00 +
	Rp 3.725.000,00

2. Mewarna Gambar

a. Dekorasi	Rp 270.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 270.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.400.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.675.000,00

3. Karaoke Beregu

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00

4. Bercerita Pengalaman Pribadi

a. Dekorasi	Rp 475.000,00
b. Trophy (untuk 6 Pemenang)	Rp 260.000,00
c. Hadiah (untuk 6 Pemenang)	Rp 295.000,00
d. Konsumsi	Rp 1.200.000,00
e. Juri	Rp 475.000,00 +
	Rp 2.705.000,00

Jumlah Total

Rp 13.360.000,00

Ketua

M. Nor Hakim, S.Pd.I



Jember,
Bendahara

Ike Wahyuni, S.PdI

SUSUNAN PANITIA MT2Q XXIII TH.2018

Pelindung : Pengurus MIMA 01 KH. SHIDDIQ Jember
Penasehat : Kepala MIMA 01 KH. SHIDDIQ

Panitia Pengarah (SC)

Ketua : M. Nor Hakim, S.Pd.I
Wakil Ketua : Sami'an Adib, SS
Sekretaris : Ach. Syaifudin Zuhri, S.Pd

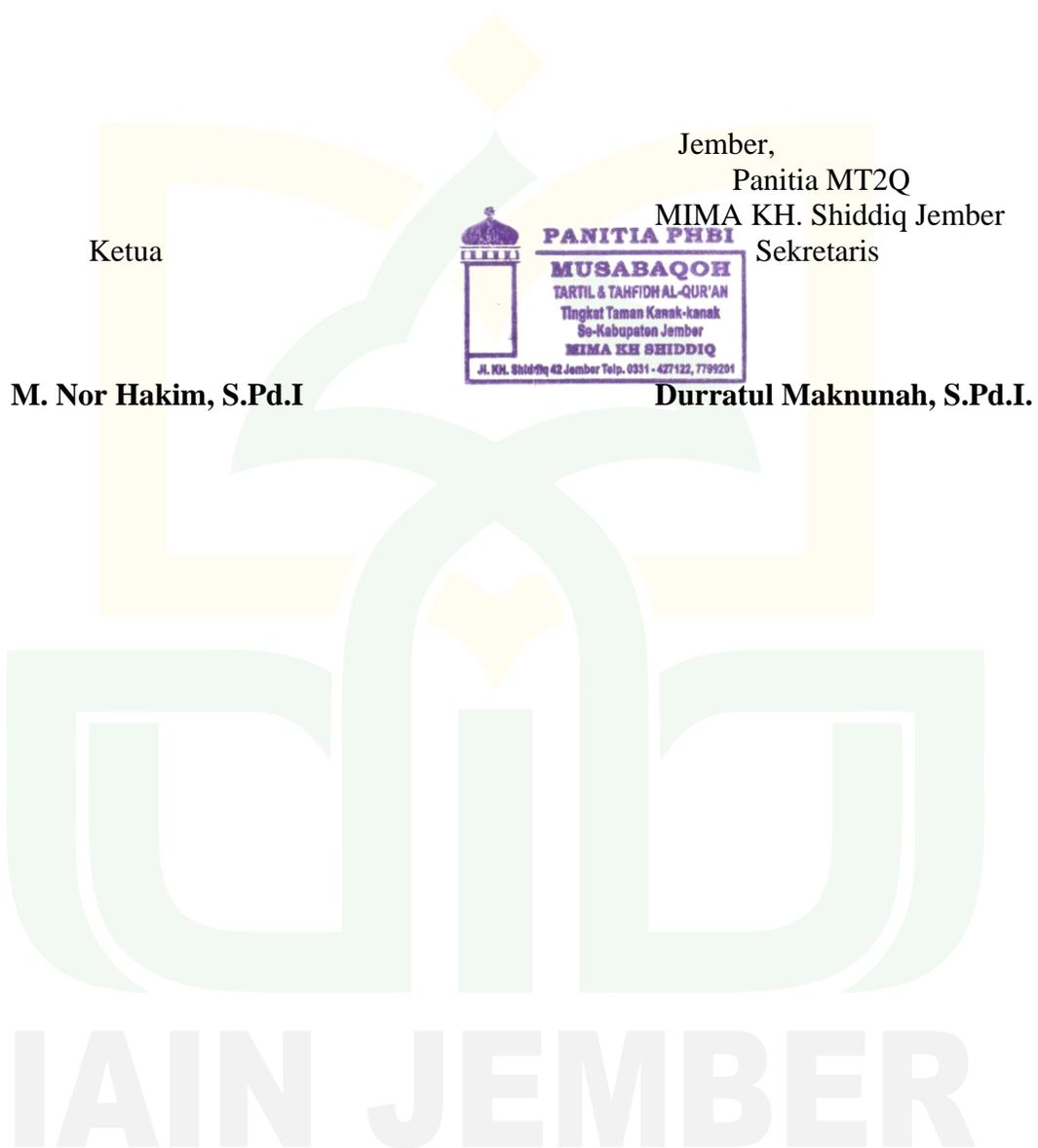
Panitia Pelaksana (OC)

Ketua : Durratul Maknunah , S.Pd.I
Wakil Ketua : Yudi H. Setiawan, S. Pd.I
Sekretaris : Widya Wulandari, S.Pd.I
Bendahara : Ike Wahyuni, S. Pd.I

Seksi-seksi:

1. *Kesekretariatan* : Shonwani, S.Pd.I
M. Sofyan. S.Pd.I
Mukhlis, S.Pd
 2. *Protokoler* : **Maryam**
Khuzaimatul Aulia, S.Pd.I
 3. *Humas* : **Syahroni, S.Pd**
Anshori
 4. *Dekorasi & Dokumentasi* : **Ach. Syaifudin Zuhri. Ds.**
A. Wahid S. PdI
Nawawi
 5. *Konsumsi* : **Dra. Maimunah Umar**
Husnul Hotimah Lutfiyah
Huriyanik, A.Ma. Muhibbah, S.Pd
Siti Rodliyah, A.Ma.
Dra. Fatimah Aziz
 6. *Perlengkapan* : **M. Taufiq S.Ag.**
Abd. Haqi, S.Ag Paiman
Syauqi P. Nor
Achmad Fauzi
 7. *Penyerahan piagam* : Sofi faridatul Khusnul SL, S.Pd.I
Siti Maryam Lutfiyah
 8. *Pembantu Umum* : **Semua Dewan Guru MIMA 01 KH. Shiddiq Jember**
- Penanggung jawab lomba :**
1. *Tartil Al-Qur'an* : **Taufiq** (koordinator)
Isa Anshori
Abd. Aziz
Khusnul JK & Shofi (rekapitulasi nilai)
Widya Wulandari & Khuzaimatul Auliyah (Pemanggil)
 2. *Tahfidh Al-Qur'an* : **Abd. Wahid** (koordinator)
Ahmad Fauzi & Nawawi
Nurul Jannah & Nisa (rekapitulasi nilai)
Roufah Umar (pemanggil)
 3. *Lomba Karaoke* : **Ike Wahyuni** (MC)
Adi S, S.Pd & Abd. Wahid (operator kaset)
Ike Wahyuni & Hafid Amrullah (MC)
Isa Ansori & Ahmad Nawawi (persiapan)
Nur Atiyah, S.Pd (rekapitulasi nilai)

- 4. Mewarna Gambar** : **Drs. Lukman Hakim , A. Syaifuddin** (koordinator)
M. Sofyan - Syauki
M. Mukhlis - Abd. Haqiqi
Faris Sodikin
- 5. Bercerita Peng. Pribadi** : **Muhibbah, S.Pd** (koordinator)
Nur Atiyah, S.Pd & Susianti, S.Pd (MC)
Hikmatul Husna (rekapitulasi nilai)
- 6. Tim Pendaftaran TM** : Khuzaimatul Auliyah Husnul JK, S.Pd.I
Nurul Jannah
- 7. Rekapitulasi Nilai** : S. Farida
Siti Maryam
Nurul Jannah



MUSABAQAH TARTIL DAN TAHFIDH AL-QURAN

NEW

TINGKAT TK / RA SE - KABUPATEN JEMBER

E-Mail : mima01khshiddiq42@gmail.com

Sekretariat : Jl. KH. Shiddiq 42 Jember Telp. 0331- 427122

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif (MIMA) 01 KH. Shiddiq Jember dalam rangka memperingati Maulid Nabi Muhammad.SAW 1440 H akan melaksanakan kegiatan *Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur an, Karaoke Beregu, Mewarna Gambar, serta Bercerita Pengalaman Pribadi* tingkat Taman Kanak-kanak (TK) atau Raudhatul Athfal (RA) se-Kabupaten Jember *Ke-25* yang memperebutkan **Trophy Bergilir Bupati Jember dan Trophy Bergilir MIMA 01 KH. Shiddiq Jember**, 5 (lima) set piala tetap untuk juara I, II, III, Harapan I, II, dan III, serta beberapa paket hadiah menarik dari sponsor.

➤ JENIS KEGIATAN

1. **Lomba Tartil (membaca) Al-Quran** : Membaca surat Al-Baqarah ayat 1-6
2. **Lomba Tahfidh (menghafal) Al-Quran** : Surat Al-Ikhlash dan Surat Al-Kautsar
3. **Lomba Karaoke Beregu (5 anak)** : Qosyidah / Nasyid / Lagu Islami.
4. **Lomba Mewarna Gambar** : Kertas gambar disediakan panitia
5. **Lomba Bercerita** : Bercerita Bebas Pengalaman Pribadi (*waktu max.5 menit*)

➤ PERSYARATAN LOMBA

1. Terdaftar sebagai murid TK/RA dengan dilampiri surat keterangan dari TK/RA yang bersangkutan.
2. Mengisi blanko pendaftaran.
3. Membayar uang pendaftaran sebagai berikut:
 - ✓ Lomba Tartil Al-Qur an Rp 10.000,- / peserta, (maksimal 10 anak per TK/RA)
 - ✓ Lomba Tahfidh Al-Qur an Rp 10.000,- / peserta, (maksimal 10 anak per TK/RA)
 - ✓ Lomba Mewarna Gambar Rp 10.000,- / peserta, (maksimal 40 anak per TK/RA)
 - ✓ Lomba Karaoke Beregu Rp 50.000,- / regu, (*maksimal 2 regu per TK=1 Penyanyi 4 Baground*)
 - ✓ Bercerita Pengalaman Pribadi Rp. 10.000,- / peserta, (*maksimal 5 anak per TK/RA*)

➤ CATATAN

1. Bagi peserta lomba karaoke beregu diharap membawa dan menyiapkan kaset/CD/flasdisk sendiri.
2. Bagi peserta Mewarna Gambar diharap membawa alat warna gambar sendiri berupa Crayon Oil Pastels 12 warna (*merk BEBAS*).

➤ WAKTU DAN TEMPAT PENDAFTARAN

Tanggal : 2 Januari s/d 20 Februari 2019
Tempat : Kantor MIMA 01 KH. Shiddiq Jember
Jl. KH. Shiddiq 42 Jember

➤ PELAKSANAAN LOMBA

1. **Tartil dan Tahfidh Al-Qur an**
Hari : Sabtu, 23 Februari 2019
Waktu : 07.30 WIB - Selesai
Tempat : Laboratorium Bahasa dan Al-Qur an MIMA 01 KH. Shiddiq Jember
2. **Bercerita Pengalaman Pribadi (Tema Bebas)**
Hari : Sabtu, 23 Februari 2019
Waktu : 07.30 WIB - Selesai
Tempat : Pentas Utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember
3. **Karaoke Beregu**
Hari : Minggu, 24 Februari 2019
Waktu : 07.30 WIB - Selesai
Tempat : Pentas Utama MIMA 01 KH. Shiddiq Jember
4. **Mewarna Gambar**
Hari : Minggu, 24 Februari 2019
Waktu : 07.30 WIB – Selesai
Tempat : Aula MIMA 01 KH. Shiddiq Jember

➤ TECHNICAL MEETING

Hari : Rabu, 20 Februari 2019
Waktu : 08.00 WIB – Selesai
Tempat : Aula MIMA 01 KH. Shiddiq Jember (*Setiap TK diharap mengirim pembina / official*)

"Rebut Doorprize"
Rp.200.000,- dan
Paket Hadiah dari
MIMA 01 KH. SHIDDIQ dan Sponsor

(Diundi Pada Kwitansi Pendaftaran)

Setiap pendaftar langsung mendapat
produk susu Indomilk Kids

CONTACT PERSON:

B. NUNAH 085236400400
B. WIDYA 085256253107

BIODATA PENULIS

Nama : SILFIYAH AISYATUL MAZIYAH
NIM : 0849117040
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 19 Agustus 1994.
Alamat : Jln. Hayam Wuruk No.174 Mangli – Jember.
Jurusan : Pendidikan Islam.
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI).
Hp : 085233828554

Riwayat Pendidikan

- a. TK Al – Hidayah Mangli Jember : 2000 - 2001
- b. MI Al – Hidayah Mangli Jember : 2001 - 2006
- c. SMP “PLUS” Darus Sholah Tegal Besar Jember : 2006 - 2009
- d. SMA Unggulan BPPT Darus Sholah Tegal Besar Jember : 2009 – 2012
- e. IAIN Jember : 2012 – 2016
- f. Pascasarjana IAIN Jember : 2019 – 2020

IAIN JEMBER

RIWAYAT HIDUP



Silfiah Aisyatul Maziyah dilahirkan di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Lahir pada tanggal 19 Agustus 1994, anak pertama dari dua bersaudara, pasangan Bapak Drs. H. Mahmud Hadi dan Ibu Aminah dan adik bernama Dikna Salmah Awwaliyah. Alamat : Jln. Hayam Wuruk No. 174 Mangli Jember Jawa Timur,

HP. 085233828554, e-mail : silfiah.aisyah@yahoo.com. Pendidikan

Taman Kanak-kanak, Pendidikan dasar, Pendidikan menengah, Pendidikan atas dan Strata-1 telah ditempuh di kampung halamannya di Mangli Kabupaten Jember. Tamat TK Al - Hidayah Mangli Jember tahun 2001, MI Al - Hidayah Mangli Jember tahun 2006, SMP "Plus" Darus Sholah 2006, SMA Unggulan BPPT Darus Sholah tahun 2009 dan IAIN Jember tahun 2016. Gelar Magister Pendidikan diraihinya pada tahun 2019 di Pascasarjana IAIN Jember selama kurang lebih dua tahun. Kariernya sebagai pendidik dimulai tahun 2016 sebagai GTY dan GTT di yayasan pendidikan keluarga pendidikan Islam (YKPI) Mangli Kabupaten Jember. Ia diangkat dan ditempatkan sebagai GTY dan GTT di yayasan pendidikan keluarga pendidikan Islam (YKPI) Mangli Kabupaten Jember hingga sekarang. Selama mengikuti studi magister semester akhir ia dipercaya sebagai proktor di SMA Islam Al-Hidayah Mangli Jember. Semasa mahasiswa, ia aktif dalam mengerjakan studi akhir dan tetap melaksanakan tugas mengajarnya di yayasan keluarga pendidikan islam (YKPI)

Jurnal Manajemen Pendidikan
Magister Pendidikan
Manajemen Pendidikan Islam

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU
DI MIMA 01 KH. SHIDDIQ KABUPATEN JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2018 / 2019**

Silfiah Aisyatul Maziyah

Mahasiswa Program Pascasarjana Magister Pendidikan

MPI – Pascasarjana IAIN JEMBER

Email : *silfiah.aisyah@yahoo.com*

ABSTRAK

Maziyah, Silfiah Aisyatul. 2019. *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019*. Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana IAIN Jember. Pembimbing I : Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M.dan Pembimbing II : Dr. Khotibul Umam, M.A

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Sekolah, Rekrutmen Peserta Didik

Pendidikan mempunyai peran penting untuk menjamin perkembangan dan kelangsungan kehidupan suatu bangsa dan juga menjadi tolak ukur kemajuan yang menjadi cermin kepribadian masyarakat. Saat ini banyak sekali lembaga-lembaga pendidikan yang berdiri tetapi jumlah peserta didik semakin sedikit. Hal ini mengakibatkan lembaga-lembaga pendidikan saling bersaing untuk mendapatkan peserta didik yang banyak. Apabila sekolah tersebut tidak mampu bersaing dengan yang lainnya maka akan mendapatkan peserta didik yang sedikit bahkan banyak yang ditutup karena tidak ada peserta didiknya. Pemasaran jasa pendidikan harus mempunyai ide-ide kreatif untuk lembaganya dalam menghadapi perkembangan zaman. Oleh sebab itu, strategi pemasarannya harus tepat sasaran dalam jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Fokus penelitian ini adalah : 1) Bagaimana konsep perencanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019, 2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didikbaru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 3) Bagaimana faktor pendukung dan kendala pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019.

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif jenisnya fenomenologis. Pengumpulan Data menggunakan metode : observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis interaktif model Milis and Hubberman yaitu : data *collection* (pengumpulan data), data *condensation* (kondensasi data), data *display* (Penyajian Data), *conclusions* (penarikan kesimpulan). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik : observasi partisipan, wawancara terbuka dan dokumentasi sedangkan untuk mengecek Keabsahan Data memakai : Uji Kredibilitas yaitu (1) *Triangulasi* diantaranya triangulasi sumber dan triangulasi teknik/metode.

Hasil penelitian ini adalah 1) Konsep perencanaan strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru menggunakan Bauran Pemasaran (4P) konsep produk (*product*), konsep harga (*price*), konsep promosi (*promotion*) dan konsep tempat (*place*). 2) Pelaksanaan pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*. 3) Faktor pendukung dan kendala pemasaran dalam rekrutmen peserta didik baru terdiri Faktor Pendukung Pemasaran menjalin kepercayaan kepada masyarakat dan Faktor kendala pemasaran terdapat pada minimnya akses media informasi lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

Jurnal Manajemen Pendidikan
Magister Pendidikan
Manajemen Pendidikan Islam

ABSTRACT

Maziyah, Silfiah Aisyatul. 2019. *School Marketing Strategy for Students' Recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 Academic Year*. Thesis. Graduate Program of Management of Islamic Education, State Institute of Islamic Studies (IAIN) of Jember. Advisors I: Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. and advisor II: Dr. Khotibul Umam, M.A

keywords: school marketing strategy, students' recruitment

Education has an important role to ensure the development and the survival of a nation and also becomes a benchmark for progress that becomes a mirror of the personality of society. Nowadays, there are many educational institutions found but the number of students is getting smaller. As a result, educational institutions compete each other to get more students. If the school is not able to compete one another, its number of students will get smaller or even many are closed because they have no students. Thus, the marketing of education services must include creative ideas for their institutions in facing the era. Therefore, the marketing strategy must be right on target in the short, medium and long term.

The focuses of the study are as follows: 1) How is the marketing planning concept for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year, 2) How is the implementation of marketing for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year, 3) What are the supporting factors and marketing constraints for the students' recruitment at MIMA 01 KH. Shiddiq Jember in 2018/2019 academic year.

The research approach implemented is qualitative descriptive approach with phenomenology research design. Data collection methods applied are observation, interviews and documentation. Interactive analysis techniques namely Milis and Hubberman model was carried out to analyze the data, which includes data collection, data condensation, data display, conclusions drawing. Data collection techniques used are namely participant observation, open interviews and documentation; while to check the validity of the data, credibility test was applied by using triangulation, namely source triangulation and technique/method triangulation.

The research findings are as follows 1) The concept of marketing strategy planning for students recruitment applied the Marketing Mix (4P) the concept of product, the concept of price, the concept of promotion and the concept of place. 2) Marketing implementation for students' recruitment implemented market identification and market segmentation and positioning. 3) Supporting factors and marketing constraints for students' recruitment consisted of marketing support factors by establishing trust in the community and marketing constraints factor was the existence of a few access on information media institutions to have programs to go directly to the community.

IAIN JEMBER

ملخص البحث

المزية، السيلفية عائشة. 2019. استراتيجية التسويق المدرسي لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2018/2019. بحث علمي. برنامج الدراسات العليا قسم إدارة التربية الإسلامية، الجامعة الإسلامية الحكومية بجمبر تحت الإشراف: (1) الدكتور الحاج حفني الماجستير، و(2) الدكتور خطيب الأمم الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق المدرسي، توظيف الطلاب

إن للتربية دور ضروري في ضمان التنمية وسير حياة الأمة، واصبحت أيضًا معيارًا للتقدم لشخصية المجتمع. في هذه الأيام، يوجد هناك كثير من المؤسسات التعليمية التي لم يكن فيها عدد كثير من الطلاب. وكانت نتيجة لذلك، فتنافس المؤسسات التعليمية للحصول على عدد كبير من الطلاب. وإذا كانت المدرسة غير قادرة على منافسة مع مدرسة أخرى، فسوف يصبح عدد الطلاب أقل ويؤدي إلى إغلاق المدرسة لعدم وجود عدد كاف من الطلاب. وبناء على ذلك، فيجب أن تتضمن خدمات التسويق في مجال التسويق أفكارًا جيدة للمؤسسات في مواجهة العصر الحاضر. ولذلك، يجب أن تكون استراتيجية التسويق صحيحة على الهدف إلى المدى القصير والمتوسط والطويل.

يتركز هذا البحث على الأشياء الأتية: (1) كيف مفهوم التخطيط التسويقي لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2018/2019، و(2) كيف تنفيذ التسويق لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2018/2019، و(3) ما هي العوامل المدعمة والمعوقات في التسويق لاستقبال الطلاب في المدرسة الابتدائية الإسلامية المعارف كياهي حاج الصديق 1 جمبر للعام الدراسي 2018/2019.

أما طريقة البحث المستخدمة فهي المنهج الكيفي الوصفي مع تصميم بحث الظواهر. وطريقة جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والوثائق. وتم إجراء تقنيات التحليل التفاعلي من خلال نموذج لدى ميلز وهبيرمان التي تشتمل جمع البيانات، وتكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. وتستخدم الباحثة طريقة جمع البيانات وهي المراقبة المشاركة والمقابلة المفتوحة والوثائق؛ ولأجل التحقق من صحة البيانات، من خلال تطبيق اختبار المصادقية باستخدام التثليث، أي تثليث المصدر والتقنية/الطريقة.

أما النتائج التي حصلت عليها الباحثة فكما يلي (1) أن مفهوم تخطيط استراتيجية التسويق لاستقبال (يعني مفهوم المنتج، ومفهوم السعر، ومفهوم الترويج، ومفهوم 4P الطلاب بتطبيق المزيج التسويقي) المكان. و(2) أن تنفيذ التسويق لاستقبال الطلاب الجدد من خلال تحديد السوق وتجزئة السوق وتحديد المواقع. و(3) أن العوامل المدعمة والمعوقات في التسويق لاستقبال الطلاب الجدد يعني من عوامل دعم التسويق من خلال بناء الثقة في المجتمع ومعوقات التسويق هي وجود عدد قليل من الوصول إلى مؤسسات وسائل الإعلام للحصول على برامج للذهاب مباشرة إلى المجتمع

PENDAHULUAN

Sebuah organisasi dapat mempertahankan sebuah produk unggulannya tidak mudah jika tidak ada sebuah rancangan khusus atau strategi khas yang mampu dipertanggung jawabkan dalam menjalankan visi misinya. Dibutuhkan sebuah kerjasama dengan masyarakat luas dalam mempromosikan serta komitmen mempertahankan sebuah produk unggulan dalam memasarkan produk di kalangan masyarakat.

Dikutip dari buku berjudul *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I, American Marketing Assosiation (AMA) marketing as a function and a series of processes for creating, communicating and providing value to customers and managing customer relationships in a way that benefits organizations and stakeholders while Phillip Kotler raises marketing, namely humans who are directed at efforts to meet needs through an exchange process*. Pemasaran menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* sebagai suatu fungsi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan sedangkan Phillip Kotler mengemukakan pemasaran yaitu manusia yang diarahkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran.¹

Hidayat dan Machali yang dikutip dari buku *Pengelolaan Pendidikan Pertama* mendefinisikan pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manjerial yang melibatkan beberapa kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan mengembangkan relasi, diantaranya proses pemasaran melibatkan sosial, budaya, politik, ekonomi dan manjerial. Terdapat pengaruh dari individu diantaranya mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar satu sama lain.²

Berikut pernyataan di perkuat oleh Phillip Kotler bahwa strategi pemasaran yaitu merupakan suatu pola pikir mengenai pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Startegi pemasaran berisi mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan

besarnya pengeluaran pemasaran.³

Dengan demikian, pemasaran produk jasa menurut Yeti dan Mumuh pemasaran produk adalah termasuk pendidikan terkit pada konsep permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan.⁴ Kegiatan pemasaran dengan melakukan inovasi pemasaran serta menemukan strategi pemasaran yang paling tepat. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar satu sama lain dan pemasaran tidak hanya berfungsi menyampaikan produk atau jasa terdapat kepuasan pelanggan.

Dalam konteks pendidikan hal yang paling penting untuk ditanamkan kepada anak sejak dini terdapat pada peran ayah dalam keluarga dan peran ibu dalam keluarga adalah untuk mengajarkan agama secara tepat kepada anak. Ayah dan ibu wajib memberi pendidikan agama kepada anak sejak dini, cara mendidik anak dalam agama bisa dimulai ketika anak diajarkan mengenai hal – hal yang mendasar terlebih seperti shalat lima waktu, berpuasa, bersedekah dan hal – hal yang menyangkut kehidupan beragama sehari – hari terutama orang tua adalah untuk mendidik anak dengan sebaik – baiknya menurut nilai – nilai kehidupan yang baik yang telah mereka ketahui. Hal ini tentu berguna agar anak kelak tumbuh menjadi pribadi yang memiliki ciri – ciri orang baik hati dan memahami ajaran agama dengan baik sehingga bisa melandasi kehidupannya dengan pengetahuan agama.

Diantara manusia ada yang lebih mengutamakan hal yang dhoir di dunia dan melupakan urusan yang besar tentang akherat atau agama. Akhirnya banyak diantara orang tua yang rela mengeluarkan banyak harta untuk membiayai anaknya les matematika, les komputer, dan ketrampilan lainnya, namun tidak pernah memikirkan bagaimana bacaan Al-Qur'an yang tepat dan benar untuk buah hatinya.

¹Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. (Jakarta : Erlangga, 2008)

²Ara Hidayat dan Imam Machali. *Pengelolaan Pendidikan Pertama*. (Bandung : Pustaka Educa, 2010).

³Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I*. (Jakarta : Erlangga, 2008).

⁴ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 260

Terdapat dalam surah Qs. Ar – Rum ayat 7 yang menerangkan kita terhindar dari sikap orang kafir terhadap dunia, Allah SWT berfirman :

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ
كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا
عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُم بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانُوا لِيُظِلِّمَهُمُ
وَلَكِن كَانُوا أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ ﴿٧﴾

Terjemah : “Mereka hanya mengetahui yang lahir (saja) dari kehidupan dunia, sedang mereka tentang (kehidupan) akhirat adalah lalai”. (Qs.Ar – Rum :7).⁵

Ath Thobari rahimahullah menyebutkan sebuah riwayat dari Ibnu ‘Abbas yang menerangkan mengenai maksud ayat di atas. Yang dimaksud dalam ayat itu adalah orang-orang kafir. Mereka benar-benar mengetahui berbagai seluk beluk dunia. Namun terhadap urusan agama, mereka benar-benar jahil (bodoh).⁶

Fakhrudin Ar Rozi menjelaskan maksud ayat di atas, “Ilmu mereka hanyalah terbatas pada dunia saja. Namun mereka tak mengetahui dunia dengan sebenarnya. Mereka hanya mengetahui dunia secara lahiriyah saja yaitu mengetahui kesenangan dan permainannya yang ada. Mereka tak mengetahui dunia secara batin, yaitu mereka tak tahu bahaya dunia dan tak tahu kalau dunia itu terlaknat. Mereka memang hanya mengetahui dunia secara lahir, namun tak mengetahui kalau dunia itu akan fana.”⁷

Berdasarkan hasil observasi peneliti di MIMA 01 KH.ShiddiqKabupatenJember mengacu pada kebutuhan sumber daya manusia dalam konteks ini masyarakat sesuai dengan persyaratan PPDB di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Peneliti melakukan observasi di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dari konsep perencanaan strategi sekolah yaitu Kepala Madrasah merencanakan strategi pemasaran sekolah yaitu mengadakan rapat tahunan bersama Panitia PPDB dan seluruh dewan guru membahas salah satunya merencanakan program sekolah Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-

Qur’an (MT2Q) yang telah sukses diadakan setiap tahun ajaran baru, sasaran lembaga dalam mempromosikan produk unggulan ini yaitu RA dan TK sederajat, mengadakan Tes Akademik (Calistung) dan Tes Al-Qur’an (Buku Iqro’) dengan menggunakan strategi Bauran Pemasaran (4P) konsep produk (*product*), konsep harga (*price*), konsep promosi (*promotion*) dan konsep tempat (*place*). Hal inimendapat respon positif dari masyarakat luar maupun orangtua wali murid karena selain mumpuni menguasai bidang akademiknya ditambah peduli pada sosial dan pendidikan Agama sangat penting untuk kehidupan sehari-hari.

Dalam *Teori Citra* yang dikutip oleh *Frank Jefkins*, definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai sebuah kesan, gambaran, atau impresi yang tepat. Impresi yang tepat dimaksudkan sebagai pernyataan yang sesuai dengan kenyataan. Impresi tersebut merupakan bentuk keberadaan dari berbagai kebijakan para personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Definisi *public relations* menurut Frank Jefkins yang dikutip dari buku *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)* adalah “*public relations is something that summarizes the whole planned communication, both in and out, between the organization and the whole audience in order to achieve specific goals that are based on mutual understanding*”.

Menurut Jefkins yang dikutip dari *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)* bahwa *public relations* adalah “semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. Jika dikaitkan dalam aspek hubungan masyarakat dengan strategi pemasaran sekolah, Frank Jefkins berpendapat hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik dari dalam maupun dari luar organisasi dengan khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu.⁸ Fungsi hubungan masyarakat secara khas yaitu organisasi dengan masyarakatnya seperti lembaga pendidikan seperti guru, karyawan, peserta didik, masyarakat, wali murid, masyarakat, institusi luar dan partner sekolah.

⁵ Al-Qur’an dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. (Jakarta: Bumi Restu, 1976)

⁶ Ath-Thabari, Abu Ja’far Muhammad bin Jarir, Jami’ Al-Bayan an Ta’wil Ayi Al-Qur’an. Penerjemah: Abdul Somad, Yusuf Hamdani, dkk, jilid 3, 12, 13, 21. (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008)

⁷ Fakh al-Din al-Razi. *Tafsir al-Kabir wa Mafatih al-Ghaib Jilid 10*. (Dar al Kutub al-Ilmiah, Beirut, t.th)

⁸ Frank Jefkins (Daniel Yadin). *Public Relations (Ahli Bahasa : Haris Munandar)*. (Jakarta : Erlangga, 1995). 9

Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perencanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?
3. Bagaimana faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?

Definisi Istilah

Adapun istilah-istilah yang perlu didefinisikan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran

Sebuah langkah awal dalam mencari target sasaran konsumen (masyarakat) dengan lokasi yang mudah dijangkau tujuannya mencapai tujuan pendidikan.

2. Rekrutmen Peserta Didik

Proses awal bagi anak dan orangtua wali murid dalam mencari sekolah yang akan ditempati dan mendapatkan menimba ilmu sesuai yang diharapkan.

Metode Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Pengguna metode ini dengan alasan fokus dalam penelitian adalah bentuk gaya hidup para konsumen dan *customer* atau pengguna jasa pendidikan. Sementara, pendekatan fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu, tentang konsep atau fenomena tertentu dengan mengeksplorasi struktur kesadaran manusia. Jadi peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh para konsumen dan *customer* atau pengguna jasa pendidikan terkait dengan rekrutmen peserta didik baru melalui studi fenomenologi ini.

Metode kualitatif menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari beberapa orang dan perilaku yang dapat diamati. Kemudian Miles dan Hubberman menyatakan

penelitian kualitatif adalah berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.⁹

Kriyanto menambahkan penelitian kualitatif tujuannya untuk menjelaskan suatu fenomena dengansedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang menunjukkan paling penting kedalam dan detail sesuatu yang diteliti. Penelitian jenis kualitatif disebut juga penelitian naturalistik. metode *impresionistik* dan metode *positivistic* . Adapun karakteristik penelitian jenis ini adalah :

1. Menggunakan pola berpikir induktif (empiris-rasional atau *bottom up*) Metode kualitatif digunakan untuk menghasilkan *grounded theory*, yaitu teori yang timbul dari data bukan dari hipotesis.
2. Perspektif *emic* / partisipan diutamakan karena peneliti dapat mencurahkan pada persepsi dan makna menurut sudut pandang partisipan yang diteliti sehingga dapat menemukan menemukan yang disebut sebagai fakta fenomenologis.
3. Peneliti jenis kualitatif tidak menggunakan rancangan penelitian yang baku, rancangan penelitian berkembang selama proses penelitian.
4. Tujuan penelitian kualitatif untuk memahami, mencari makna dibalik data untuk menemukan kebenaran empiris.¹⁰

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kualitatif jenisnya fenomenologis yaitu dapat dimulai dengan memperhatikan dan menelaah fokus fenomena yang diteliti dengan melihat berbagai subjek dari perilaku objek, peneliti menggunakan penggalian data berupa bagaimana pemaknaan objek dalam memberikan arti terhadap fenomena terkait.

Sebagai disiplin ilmu. fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Secara harfiah, fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala yang muncul dalam pengalaman kita. Fokus perhatian fenomenologi tidak hanya sekedar fenomena akan tetapi pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama atau yang

⁹Lexy Moleong J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), 30

¹⁰Nana Sudjhana dan Ibrahim. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Bandung : Sinar Baru, 1989)

mengalaminya secara langsung.¹¹

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian mempelajari dan memahaminya haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyaninan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (*first-hand experiences*). Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti.¹²

Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan pemahaman tentang keseharian, dunia intersubjektif (dunia kehidupan). Fenomenologi bertujuan menginterpretasikan tindakan sosial kita dan orang lain sebagai sebuah yang bermakna serta dapat mengrekonstruksi kembali dari tindakan intersubjektif (dunia kehidupan) sosial. sebagaimana prosedur dalam penelitan kualitatif jenisnya fenomenologi yaitu dari wawancara, observasi dan dokumentasi pada penelitian mengenai Strategi Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang berlangsung secara semi partisipan untuk memahami fenomena-fenomena yang terjadi dalam subjek penelitian. Dengan kata lain, penelitian tidak terjun langsung pada saat proses penyelenggaraan rekrutmen peserta didik berlangsung tetapi mengamati serta mencatat melalui beberapa informan terkait dan mengumpulkan dokumentasi sebagai bahan rekam jejak penelitian.

Dalam hal ini peneliti menemukan dokumentasi rapat panitia PPDB dan rapat program sekolah Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q). Kemudian yang menjadi daya tarik di masyarakat luas bahwaterdapat sosok pendiri yayasan MUHSHI (Muhammad KH. Shiddiq) yaitu KH. Shiddiq dan KH. Ahmad Shiddiq yang telah dikenal sebagai Ulama Islam di Kabupaten Jember yang menjadi *icon* Islami di MIMA 01 KH. SHIDDIQ Kabupaten Jember.

Namun, peneliti menemukan *problem riset* pada saat penelitian yaitu peneliti menemukan

tidak tersedianya BAGIAN Kehumasan pada struktural sekolah sehingga semua tupoksi Humas di *hendle* panitia PPDB salah satunya yang berperan penting Kepala Madrasah pada saat rapat memberi kepercayaan kepada BAGIAN Kesiswaan dan BAGIAN Kurikulum yang berperan penting pada saat pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Dengan demikian, MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menjalankan pemasaran sekolah melalui produk unggulan yang terletak pada kegiatan ekstrakurikuler sudah berkembang di masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman yang khas sehingga sampai saat ini mendapat *feedback* baik dari masyarakat dengan mencetak beberapa prestasi unggulan di dibidang Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an di Kabupaten Jember.

Berdasarkan fakta lapangan peneliti mencoba menelusuri dan menggali informasi terkait strategi pemasaran dalam rekrutmen peserta didik dengan beberapa prestasi yang diraih peserta didik MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember serta mendapat dukungan pihak Madrasah dan orangtua wali murid yang tidak pernah lelah memberi motivasi intrinsik dan eksternal sehingga peserta didik baru dan calon wali murid ingin lebih tahu banyak informasi keunggulan produk MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah di MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang berlokasi di Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember. Lokasi ini dipilih peneliti dengan alasan salah satu lembaga swasta yang mempunyai peminat terbanyak setiap rekrutmen peserta didik setiap tahunnya dan mendorong calon orangtua wali murid senantiasa mempercayai MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai pencetak akhlaqul karimah dan mempunyai segudang prestasi yang unggul di Kabupaten Jember.

Subjek Penelitian

Adapun data utama untuk diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang diperoleh dari wawancara peneliti, yaitu :

- 1) Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 2) Staf T.U MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

¹¹Engkus Kuswarno. *Metode Komunikasi Fenomelogi : Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. (Bandung : Widya Padjajaran, 2009), 44

¹²Haris Herdiyansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Untul Ilmu-ilmu Sosial*. (Jakarta : Salemba Humanika, 2012), 22

- 3) Komite Sekolah MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 4) BAGIAN. Kurikulum MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 5) BAGIAN. Kesiswaan MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 6) Ketua panitia PPDB MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 7) Pendidik MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 8) Masyarakat / Orangtua Wali murid MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut Lofland dalam Moleong sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Data dapat diperoleh oleh dua sumber yaitu :

a) Data Primer

Data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.¹³ diantaranya lain :

1) Dokumenter

Sumber data ini sengaja dibuat untuk keperluan informasi dimasa yang akan datang, termasuk

2) Kesaksian Lisan

Kesaksian Lisan, atau penuturan/laporan saksi mata atau partisipan suatu peristiwa, yang dikemukakan secara lisan. Bukti- bukti ini dapat diperoleh dalam wawancara tatap muka, dan mungkin direkam atau dicatat untuk digunakan sebagai bukti sejarah.²⁵

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.¹⁴

Data sekunder dapat diperoleh dengan

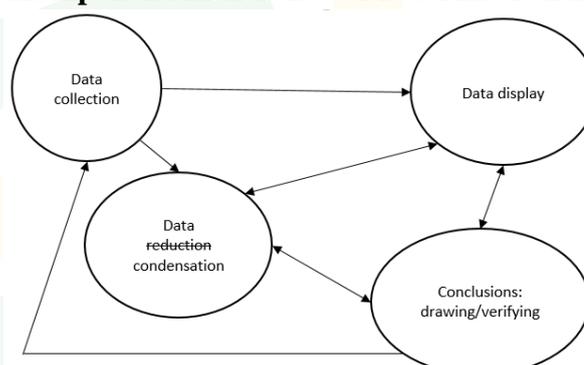
cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan, yang berkaitan dengan kegiatan pembelanjaan selama 5 periode.¹⁵

Peneliti memulai dengan mengumpulkan data dengan cara di filter (saring) dan disesuaikan dengan kebutuhan lapangan (fokus penelitian), untuk dapat menentukan penelitian bermakna peneliti melakukan penelusuran lebih dalam pada saat melakukan observasi.

Peneliti menggunakan menggunakan analisis data yang digunakan secara interaktif menurut Miles, Hubberman dan Saldana analisa data yang dilakukan secara interaktif harus melalui proses data berikut :

Gambar

Komponen Analisis Data Model Interaktif¹⁶



1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan data dengan berbagai teknik (observasi, wawancara dan dokumentasi) dengan menggunakan instrumen sesuai dengan tekniknya seperti alat perekam suara dan alat perekam gambar, alat tulis serta perlengkapan lainnya yang mendukung terlaksananya proses pengumpulan data.

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Miles and Hubberman mendefinisikan kondensasi data adalah :

Data condensation refers to the process of selecting data, focusing, simplifying, abstracting and transforming the data that appear in written-up notes or transforming. Kondensasi data merujuk

¹⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2013). 21

¹⁶ Methew B. Miles, A, Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjeheb Rohidi.* (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 2014), 33

¹⁶Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2010)

¹³ Sugiyono. *Manajemen Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.* Cet 20. (Bandung : Alfabeta, 2017). 135

¹⁴ *Ibid.*, 392.

pada proses seleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian.

Teknik analisis ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. *Selecting*

Asumsi Miles and Hubberman tentang peneliti yaitu peneliti bertindak selektif, dapat menentukan beberapa dimensi yang dianggapnya penting, menjalin beberapa hubungan yang lebih bermakna dan sebagai konsekuensinya, informasi dapat dianalisis.

b. *Focusing*

Miles and Hubberman menyatakan memfokuskan data adalah tahapan pra analisis lapangan. Pada tahapan ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian kemudian dilanjutkan dengan tahap seleksi data.

c. *Abstracting*

Pada tahap ini peneliti telah mengumpulkan membuat rangkuman penting, proses dan beberapa pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya.

Data yang telah terkumpul kemudian dievaluasi khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kebutuhan data lapangan (fokus penelitian).

d. *Simplifying and Transforming*

Selanjutnya peneliti melakukan penyederhanaan data maka peneliti dapat mengumpulkan data dari setiap proses dan pelaksanaan terkait observasi lapangan sesuai dengan instrumen penelitian.

Adapun proses yang dicapai dalam melakukan kondensasi data :

Dengan melakukan teknik analisis kondensasi data, peneliti akan lebih terinci tanpa mengurangi temuan lapangan yang diperoleh selama penelitian (proses penjarangan data) berlangsung.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Peneliti menyaji kesimpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajiian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori,

flowcart dan sejenisnya. Peneliti menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

Data yang telah dipolakan, difokuskan dan disusun secara sistematis tersebut diambil kesimpulan sehingga makna data bisa ditemukan. Namun kesimpulan itu hanya sementara saja dan bersifat umum. Agar diperoleh kesimpulan final data, maka data yang lain perlu dicari. Data baru hasil pencarian ini, bertugas melakukan pengujian terhadap berbagai kesimpulan sementara tadi.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions*)

Kesimpulan data dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab fokus penelitian yang sejak awal digunakan. Kesimpulannya mungkin tidak menjawab fokus penelitian, karena masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan senantiasa berkembang setelah peneliti berada didalam lapangan.

Kesimpulan pada penelitian ini dapat ditetapkan berdasarkan kesesuaian antara temuan dan teori tentang strategi pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru yang berorientasi pada lingkungan pendidikan kemudian ditarik di dalam disiplin ilmu. Data-data yang diseskripsikan kemudian disimpulkan secara umum.

Mengambil kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari kondensasi dan penyajian data sehingga data dapat disimpulkan dan peneliti masih dapat di uji kembali dengan data dilapangan dengan cara merefleksi kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat atau cara triangulasi sehingga kebenaran ilmiah dapat dipertanggungjawabkan.¹⁷

Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data terdapat *uji credibility* (validitas internal), *transforability* (reabilitas) dan *confirmability* (objektivitas).

Peneliti menggunakan keabsahan data dengan menggunakan :

1. Uji Keabsahan (*Uji Credibility*)

a. Triangulasi

Moleong mendefinisikan triangulasi adalah teknik pemeriksaan

¹⁷Methew B. Miles, A. Michael Hubberman dan Jhonny Saldana. *Analysis Data Kualitatif Edisi 3 Penterjemah Tjegeb Rohidi*. (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 2014). 33

keabsahan data yang memanfaatkan diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap sebuah data.¹⁸

Peneliti menggunakan uji keabsahan data dengan :

1) Triangulasi Sumber

Moleong mendefinisikan triangulasi sumber adalah membandingkan dan menkroscek data lapangan atas apa kepercayaan peneliti dalam mendapatkan sebuah informasi yang dapat diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.¹⁹

Prosedur dalam mencapai triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan pemikiran orang lain dengan beragam pendapat terkait fenomena yang terjadi di masyarakat.

Prosedur yang dapat dicapai dengan melakukan :

- a) Peneliti menganalisis dengan membandingkan tingkah laku beberapa informan terkait pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru dengan pendapat pribadi.
- b) Peneliti menganalisis dengan membandingkan yang diucapkan beberapa informan tentang peristiwa pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru berlangsung.
- c) Peneliti menganalisis pendapat masyarakat dan orangtua wali murid terkait prosedur dan pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).²⁰

2) Triangulasi Teknik / Metode

Sugiyono mendefinisikan triangulasi teknik / metode adalah untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama , diantaranya :

Adapun langkah – langkah triangulasi teknik/metode adalah :

- a. Mengkroscek dan membandingkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, BAGIAN Kurikulum, BAGIAN Kesiswaan, Staf T.U, pendidik dan masyarakat / orangtua wali murid.
- b. Mencetak dan membandingkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, BAGIAN Kurikulum, BAGIAN Kesiswaan, staf T.U, pendidik dan masyarakat / orangtua wali murid.²¹

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik/metode yaitu guna menguji kreadibilitas data kemudian di kroscek dengan melihat data yang telah diperoleh pada saat melakukan obsevasi lapangan.

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Hasil penelitian terhadap konsep strategi pemasaran sekolah yang dimiliki Kepala Madrasah yaitu mengadakan pertemuan agenda tahunan yang diawali dengan pembentukan rapat panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dengan agenda lomba Musabaqoh Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) yang diadakan setiap awal tahun ajaran baru kemudian Kepala Madrasah mengorganisasikan beberapa pendidik yang terlibat untuk segera menyebar brosur ke beberapa lembaga instansi TK di Kabupaten Jember. Kemudian media pemasaran lain seperti *banner* / baliho dipasang disepanjang jalan terutama dipusat kota terkait pendaftaran PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).

Temuan tersebut di golongan berdasarkan beberapa persyaratan dalam Bauran Pemasaran yang di populerkan oleh Jerome McCarthy terdapat empat aspek

¹⁸Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2010), 24

¹⁹Lexy Moleong J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012)

²⁰Observasi. MIMA KH. Shiddiq Kabupaten Jember. (Jember, Rabu 9 Januari 2019)

²¹ Dokumentasi Peneliti dengan Ibu St. Maryam (Staf T.U MIMA KH. Shiddiq Kab. Jember). (Jember, Rabu 9 Januari 2019),

pokok²², diantaranya :

1. Produk (*Product*)

Produk jasa menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Konsumen tidak diperkenankan membeli barang atau jasa tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember menawarkan produk unggulan yang diadakan setiap tahunnya, manfaatnya masyarakat selain mendapatkan pahala dalam melantunkan ayat suci Al-Qur'an dan juga menjalin silaturahmi pada program Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q).

Suatu produk dapat berupa suatu benda, jasa dan keinginan lainnya unruk melukiskan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan. Setiap pengusaha mengetahui perkembangan kebutuhan konsumen melalui penelitian lapangan agar dapat mengetahui dan menyesuaikan kebutuhan produk yang akan di tawarkan.

Kegiatan yang terdapat dalam MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember setiap tahunnya Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB mengadakan program tahunan sekolah dengan melibatkan masyarakat disetiap tahun ajaran baru dan memberikan *reward* bagi calon peserta didik mengikuti *event* tahunan lomba Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) akan dibebaskan serangkaian seleksi PPDB.

2. Harga (*Price*)

Prinsip-prinsip penetapan harga yaitu²³ :

- Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*).
- Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competetion-based pricing*).
- Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based pricing*).

Harga merupakan indikator dari

barang dalam menetapkan harga diperlukan sangat ketelitian dan hati-hati dalam memperhatikan potensi pasar. Kebijakan yang ditetapkan oleh Kepala Madrasah bersama Panitia PPDB memberitahu orangtua calon peserta didik akan dikenakan administrasi awal sebesar Rp. 150.000,- dan bagi calon peserta didik yang dinyatakan juara I akan mendapatkan gratis pendaftaran awal dan SPP selama 9 bulan dan juara II mendapatkan gratis SPP selama 6 bulan pertama di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.

3. Promosi (*Promotion*)

Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kepuasan dalam melibatkan banyak orang.

Penyebaran informasi pemasaran sekolah di MIMA KH. Shiddiq Kabutem Jember dilakukan Panitia PPDB menggunakan media sosial seperti grup *WhatsApp* KKG (Kelompok Kerja Guru) dan pengumuman Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q) Kepala Madrasah dan menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet dan memasang *banner*/baliho di tempat strategis yang dapat dilihat masyarakat sekitar

4. Tempat / Distribusi (*Place*)

Produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan akan lebih berguna bagi konsumen/pembeli apabila produk tersebut tersedia pada tempat dan saat dimana saja dibutuhkan atau mudah dijangkau oleh peminatnya.

Lokasi pendaftaran PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) diadakan di kantor T.U MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember Jln. KH. Shiddiq No. 42 Kulon Pasar Tanjung Jember Kidul Kaliwates Jember.

Untuk menjalain komunikasi yang baik dengan pelanggan (masyarakat) maka diperlukan menjaga hubungan dengan baik. Jika sudah menjalin komunikasi 2 arah dengan positif maka langkah dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tujuan awal. Hal ini sesuaindengan pendapat sebagaimana yang kutip oleh Suryobroto *Public Relations* atau disebut sebagai hubungan masyarakat dalam buku *Hubungan*

²²Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung : Alfabeta, 2008), 161

²³Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13 (Marketing Management Thirteenth Edition) (Terjemahan Nancy)*. (Erlangga : Translitions, 2009)

Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations), hubungan masyarakat adalah salah satu bagian dari upaya membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Keberhasilan atau kegagalan *public relations* bergantung bagaimana kiat membentuk dan memelihara relasi tersebut²⁴ Dalam suatu organisasi pendidikan atau pendidikan Islam, pada hakikatnya tanpa adanya *public relations* sudah dapat berjalan, namun dengan tertatih-tatih dan tidak mampu berkembang dengan baik.

Berdasarkan paparan data diatas konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan adanya konsep perencanaan pemasaran sekolah akan menjadikan pemasaran sekolah menjadi berkualitas.

B. Pelaksanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Untuk mengetahui kegiatan pemasaran sekolah telah diadakan Identifikasi pasar dengan memperhatikan 2 aspek diantaranya Kekuatan (*Strenght-S*), Kelemahan (*Weakness-W*), Peluang (*Opportunities-O*), Ancaman (*Treats-T*) dan terakhir diadakan Segmentasi pasar dan *positioning* dengan menggunakan pendekatan *pertama*, diferensi Produk dan *kedua*, komunikasi pemasaran. Dalam konteks ini MIMA 01 Kh. Shiddiq Kabupaten Jember melakukan berbagai tahapan dalam mendekati pelanggan (masyarakat). Hal tersebut diungkapkan oleh teori yang mendukung terkait dengan rekrutmen peserta didik baru.

Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon peserta didik dan orang tua peserta didik, serta masyarakat luas pada umumnya, Masyarakat luas termasuk di dalamnya pengguna lulusan. Menurut Davies dan Ellison sebagaimana yang kutip dari buku *School Development Planning Market segments in the education sector include internal markets and external markets. The internal market includes school managers and the ranks above, school staff*

(teachers and other education personnel, supervisors, students who are attending school parents of students who are in school. Segmen pasar di sektor pendidikan meliputi pasar internal dan pasar eksternal. Pasar internal meliputi pengelola sekolah dan jajaran di atasnya, staf sekolah (guru dan tenaga kependidikan lainnya), pengawas, siswa yang sedang bersekolah orang tua siswa yang sedang bersekolah.²⁵

Untuk mencapai kontrol baik, masyarakat membutuhkan informasi yang cukup akurat dan memadai dan bagi Madrasah dapat dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan dan evaluasi. Tahapan pelaksana dan pengelolaan dalam strategi pemasaran harus memperhatikan perancangan organisasi pemasaran yang efektif.

Pelaksanaan pemasaran sekolah menurut Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin yang dikutip dari buku *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, yaitu:²⁶

a. Identifikasi Pasar

Dalam tahap ini, MIMA 01 Kh. Shiddiq Kabupaten Jember terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.

Menurut Kompri yang dikutip dari buku *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa* analisis yang strategis yaitu dengan analisis SWOT:²⁷ Dengan memperhatikan aspek :

1. Identifikasi Pasar

1) Kekuatan (*Strenght-S*) :

a) Konsisten terhadap program yang diselenggarakan setiap tahunnya

2) Kelemahan (*Weakness-W*) :

a) Tidak tersedianya struktur kehumasan dalam melaksanakan strategi pemasaran sekolah.

²⁵B. Davies dan Ellison, L. *School Development Planning*. (Essex: LongmaGroupU.K.Ltd, 1992).

²⁶ Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 261 - 262

²⁷ Kompri. *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015), 49 - 50

3) Peluang (*Opportunities-O*) :

- a) Bagi calon peserta didik yang berprestasi di lomba MT2Q diberikan hadiah menjadi calon peserta didik tanpa mengikuti tes.
- b) Calon peserta didik baru mendapatkan hadiah berupa gratis pendaftaran hingga SPP selama 6 – 9 bulan.

4) Ancaman (*Treats-T*) :

Memiliki kesamaan dengan lembaga lain dalam menerapkan konsep strategi pemasaran sekolah.

2. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

a) Diferensi Produk

Terletak pada ciri khas slogan brosur lomba Musabaqah Tartil dan Tahfidh Al-Qur'an (MT2Q), sehingga masyarakat mudah memahami bahwa MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut

b) Komunikasi Pemasaran

- 1) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) : Panitia PPDB membuat teknik menjajaki target sasaran dengan mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta memberdayakan Alumni untuk menyebarkan informasi terkait agenda sekolah dan PPDB
- 2) Penjualan Massal (*Mass Selling*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember.
- 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) : Panitia PPDB menjalin komunikasi dengan masyarakat menggunakan media cetak seperti brosur, *banner* / baliho di pasang di seluruh pemukiman padat

penduduk dan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *website* resmi MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember sebagai sarana penghubung komunikasi untuk masyarakat yang jauh dengan lokasi lembaga kami

- 4) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) ciri khasnya panitia PPDB mengunjungi RA dan TK Se Kabupaten Jember untuk mendekati masyarakat
- 5) Dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sekolah yang dibuat oleh Kepala MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember bersama para pendidik menggunakan komunikasi 2 orang atau lebih disekitar lingkungan tempat tinggal.

Lembaga dikatakan maju apabila sumber daya manusia (pendidik, staf sekolah dan pelanggan jasa pendidikan) yang saling bersinergis dan mendukung keutamaan visi dan misi sekolah dan tujuannya memudahkan akses mencari pendidikan baik religius dan akademiknya. menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*.

Demikian pelaksanaan pemasaran sekolah yang ada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menentukan tahapan dari data bab sebelumnya telah disampaikan bahwa pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik memakai media sosial dan media cetak seperti brosur, baliho/*banner* dan pamflet bahkan promosi melalui para pendidik, perseorangan/kolega dan orang lain menggunakan Identifikasi Pasar dan Segmentasi pasar dan *positioning*.

Berdasarkan paparan data diatas konsep perencanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan adanya pelaksanaan pemasaran sekolah akan menjadikan pemasaran sekolah menjadi berkualitas.

C. Faktor Pendukung dan Kendala Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember

Untuk mengetahui kegiatan pemasaran sekolah telah diadakan perencanaan pemasaran sekolah dan pelaksanaan pemasaran sekolah dan harus memperhatikan lingkungan sekitar seperti faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah.

Lingkungan pemasaran terdiri dari kekuatan dari luar staf bagian pemasaran yang mempengaruhi kemampuan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan sasaran. Kotler dan Amstrong yang dikutip dari buku *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 "The marketing environment consists of a micro environment and a macro environment. The micro environment consists of various forces close to the company that affect its ability to serve its customers, companies, suppliers, marketing channel companies, customer markets, competitors, and society. The macro environment consists of broader community strengths that affect the micro-demographic, economic, natural, technological, political and cultural environment"*.

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro terdiri dari berbagai kekuatan dekat dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya-perusahaan, pemasok, perusahaan saluran pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat. Lingkungan makro terdiri dari kekuatan masyarakat lebih luas yang mempengaruhi lingkungan mikro-demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik dan budaya.²⁸

Demikian pelaksanaan pemasaran sekolah yang ada di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember dalam menentukan tahapan dari data bab sebelumnya telah disampaikan bahwa pelaksanaan pemasaran sekolah dalam rekrutmen peserta didik baru adalah :

1. **Faktor Pendukung Pemasaran:** Terdapat pada ciri khas dalam melayani pelanggan (masyarakat) dan memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01

KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.

2. **Faktor Kendala Pemasaran :** Terdapat pada minimnya akses media social sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

Berdasarkan paparan data diatas konsep perencanaan dan pelaksanaan pemasaran sekolah di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember perlu dilakukan untuk memenuhi dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan (masyarakat). Dengan terdeteksi faktor pendukung dan kendala lembaga dapat menjadikan pemasaran sekolah menjadi pelengkap yang saling mengingatkan satu sama lain dengan tujuan seperti slogan Madrasah, yaitu : Madrasah Hebat Madrasah Bermartabat.

KESIMPULAN

1. **Konsep Perencanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember,**

Perencanaan pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala Madrasah dan Panitia PPDB, yaitu dengan memperhatikan aspek :a) konsep produk (*product*), b) konsep harga (*price*), c) konsep promosi (*promotion*) dan d) konsep tempat (*place*).

2. **Pelaksanaan Pemasaran Sekolah dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember,**

Menggunakan dua model yaitu, :1. **Identifikasi Pasar** dengan memperhatikan aspek : a) kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). dan 2. **Segmentasi pasar dan positioning**, diantaranya: a. Diferensi Produk, b. Komunikasi Pemasaran, diantaranya : 1) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), 2) Penjualan Massal (*Mass Selling*), 3) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), 4) Dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

²⁸Phillip Kotler dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 70-71.

3. Faktor Pendukung Dan Kendala Pemasaran Sekolah Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di MIMA 01 KH. SHIDDIQ Kabupaten Jember,

Faktor pendukung dan kendala pemasaran sekolah yang dibuat oleh Kepala Madrasah dan Panitia PPDB, yaitu dengan memperhatikan aspek :

- a) Faktor Pendukung Pemasaran ciri khas pelayanan masyarakat, memudahkan lembaga dalam menjalin kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat berbondong-bondong datang ke MIMA 01 KH. Shiddiq Kabupaten Jember yang menyelenggarakan *event* tersebut.
- b) Faktor kendala pemasaran terdapat pada minimnya akses media sosial sehingga lembaga mempunyai program untuk terjun langsung ke masyarakat.

