

**STRATEGI PEMASARAN KEPALA MADRASAH  
UNTUK MENINGKATKAN CITRA MADRASAH  
DI LEMBAGA MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 01 JEMBER  
TAHUN AJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**FIRA AYU WJAYANTI**  
**NIM: T20193025**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
NOVEMBER 2023**

**STRATEGI PEMASARAN KEPALA MADRASAH  
UNTUK MENINGKATKAN CITRA MADRASAH  
DI LEMBAGA MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 01 JEMBER  
TAHUN AJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

Di ajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa  
Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

**FIRA AYU WIJAYANTI**  
NIM: T20193025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui pembimbing

  
**SITI AMINAH, M.Pd.**  
NIP. 198405212015032003

**STRATEGI PEMASARAN KEPALA MADRASAH  
UNTUK MENINGKATKAN CITRA MADRASAH  
DI LEMBAGA MADRASAH TSANAWIYAH  
NEGERI 01 JEMBER TAHUN AJARAN  
2022/2023**

**SKRIPSI**

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

Hari : Selasa

Tanggal : 05 Desember 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
Dr. Ahmad Royani, S.Pd. M.Pd.I  
NUP. 20160386

  
Nur Ittihadatul Ummah, S.Sos.I., M.Pd.I.  
NUP. 20160364

Anggota

1. Dr. Subakri M.Pd.I

2. Siti Aminah, M.Pd.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Menyetujui

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si.  
NIP. 097304242000031005

## MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “ Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.\*



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

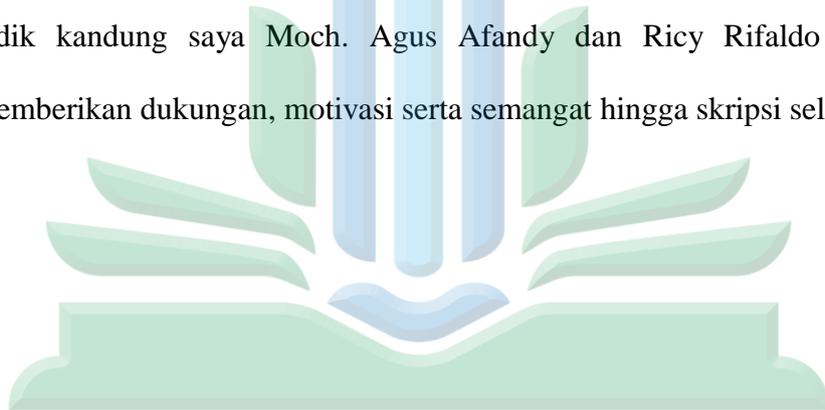
---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al – Qur’an dan Terjemah, ( Bandung : CV. Mikroj Khazanah Ilmu, 2014), 281.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin dalam penyelesaian karya ilmiah penelitian ini banyak sekali pihak yang turut memberikan semangat dan motivasi, maka dengan ini penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Orang tua saya tercinta, Ayah Ahmat Samsuri dan Ibu Suswanti yang begitu tulus dan ikhlas dalam memberikan kasih sayang, memberikan dukungan material maupun moral dengan penuh selama kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai jenjang pendidikan tinggi.
2. Adik kandung saya Moch. Agus Afandy dan Ricy Rifaldo yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat hingga skripsi selesai.



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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan berkat, rahmat, hidayah, serta karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti bisa berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi pemasaran kepala madrasah untuk meningkatkan citra madrasah di lembaga madrasah tsanawiyah negeri 01 Jember”.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada sang revolusioner gerakan dunia yang mulia nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wa Sallam, yang telah menciptakan sumber peradaban dengan budi pekertinya yang luhur sehingga masalah yang dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat alam semesta. Banyak halangan yang peneliti alami selama proses pengerjaan. Akan tetapi, dukungan, bantuan, doa serta motivasi dari semua pihak amat sangat membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Atas segala dukungan dan bantuan dari semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian tugas akhir ini, peneliti ucapkan terimakasih dari dalam lubuk hati. Adapun pihak-pihak yang telah membantu dan memberi motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini yaitu:

1. Bapak Prof Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor UIN KHAS Jember.

2. Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember yang telah meluangkan waktunya dalam menyetujui hasil skripsi yang telah di selesaikan.
3. Bapak Nuruddin, M.Pd.I, S.Pd. selaku kepala jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember.
4. Dr. Ahmad Royani, S.Pd., M.Pd.I, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu keguruan UIN KHAS Jember.
5. Ibu Siti Aminah, M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran, meluangkan waktu, serta memberikan dukungan dari awal hingga terselesainya skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan ibu dosen Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember.
7. Drs. Syaiful Anwar, M.Pd. selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian di sekolahnya.
8. Segenap guru dan MTs Negeri 1 Jember yang telah membantu terlaksanakannya proses penelitian ini.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini.

Oleh karena itu, kritik dan saran secara konstruktif sangat penulis harapkan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dengan pengembangan ilmu pendidikan.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah bapak/ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT

Jember, 05 Desember 2023

Penulis



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

## ABSTRAK

**Fira Ayu Wijayanti, 2023:** *Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Untuk Meningkatkan Citra Madrasah Di Lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember Tahun Ajaran 2022/2023.*

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Kepala Madrasah, Citra

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember yang menjadi salah satu sekolah favorit dan keunggulan di kabupaten Jember, juga seringkali dinilai masyarakat sebagai lembaga yang mampu mewujudkan siswa yang unggul dalam multikompetensi. Hal tersebut dikarenakan strategi pemasaran kepala madrasah untuk meningkatkan citra madrasah.

Fokus Penelitian ini adalah 1) bagaimana citra lembaga menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember? 2) bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember? 3) Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan bagaimana citra lembaga menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember. 2) Untuk mendeskripsikan strategi apa saja yang dilakukan kepala madrasah dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember. 3) Untuk mendeskripsikan Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

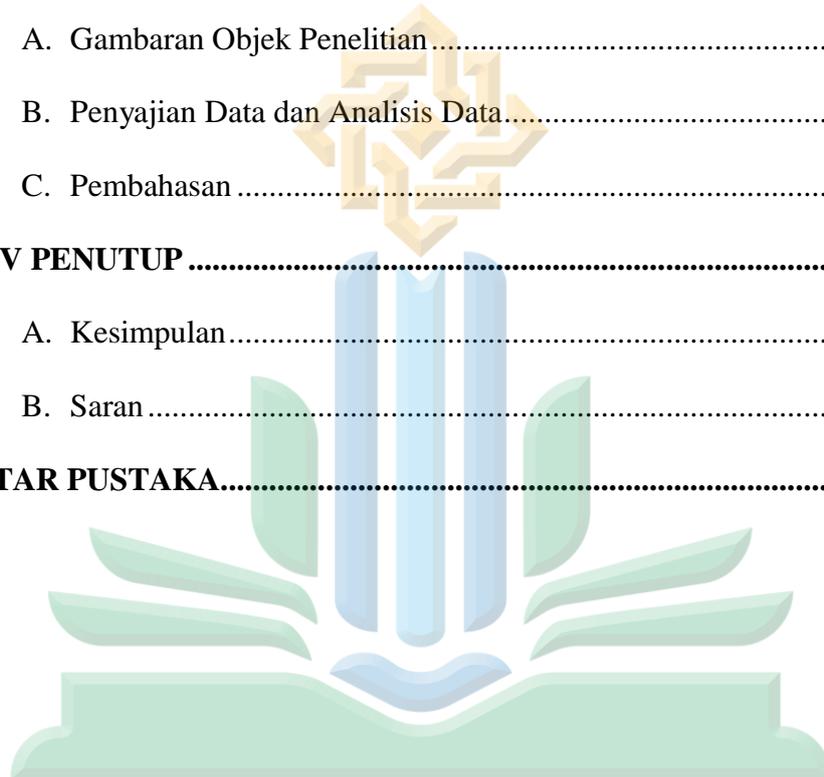
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Teknik analisis data model Miles, Huberman, dan Saldana melalui langkah-langkah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan/verifikasi. Uji keabsahan data menggunakan Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik.

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa : 1. Citra lembaga menurut *stake holder* di MTsN 1 dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya, dan prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di sekolah. Adanya muatan lokal baca kita Ta'limul Muta'alim. 2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu ada tiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTsN 1 Jember yakni meliputi segmentasi, targetin dan postioning. 3. Kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam menjalankan strategi lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu, tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan. Solusi yang dilakukan oleh kepala madrasah terhadap kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan citra di lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu kepala Madrasah harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik lembaga.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENHESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Definisi Istilah .....	14
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>17</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	17
B. Kajian Teori.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	49
B. Lokasi Penelitian .....	49
C. Subjek Penelitian .....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50

E. Teknik Analisis Data .....	54
F. Keabsahan Data .....	56
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	57
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	59
B. Penyajian Data dan Analisis Data .....	69
C. Pembahasan .....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>



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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Masyarakat dan lingkungan sosial tidaklah bisa dipisahkan, sebagaimana kita ketahui bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu dan yang lainnya. Dalam ilmu sosiologi dikemukakan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, manusia harus saling berkomunikasi dan berinteraksi langsung antar sesama. Kehidupan sosial masyarakat saat ini sangat mempengaruhi penilaian atau persepsi dalam beberapa hal, salah satunya citra madrasah.

Penilaian dari persepsi dan pengetahuan informasi-informasi yang dikeluarkan masyarakat tentang madrasah secara tidak sadar akan membentuk suatu citra. Tanpa disadari citra ini melekat erat dengan keberlangsungan penyelenggaraan pendidikan di madrasah. Mau tidak mau, madrasah harus menciptakan sebuah citra yang positif guna mempertahankan reputasi mereka di mata masyarakat dan memenangkan persaingan dengan sekolah lain. Tentunya menciptakan sebuah citra sendiri juga perlu kejujuran dengan apa yang ditampilkan dimasyarakat sehingga harapan masyarakat akan sebanding dengan realitas pelayanan yang diberikan madrasah.

Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2003 tentang system pendidikan nasional pasal 4 ayat 6 yang berbunyi pendidikan diselenggarakan dengan memberdayakan semua komponen masyarakat melalui peran serta dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan.

Oleh karenanya madrasah harus meningkatkan kualitas dan mengoptimalkan fungsi- fungsi manajemen serta mendekatkan kembali relasi madrasah dan masyarakat.<sup>2</sup> Agar bisa bersaing dengan pihak lembaga pendidikan lainnya dengan cara penciptaan citra positif sebagai salah satu strategi menyikapi semakin kompetitifnya persaingan di dalam merekrut dan mengambil perhatian para peserta didik dan orang tua. Dengan penciptaan citra positif diharapkan madrasah semakin kuat yang kemudian akan mempengaruhi calon peserta didik dan orang tua dalam memilih madrasah.<sup>3</sup>

Citra menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Citra ini timbul karena pemahaman seseorang mengenai suatu kenyataan. Namun pemahaman berdasarkan kurang lengkapnya informasi juga akan menimbulkan pencitraan yang tidak sempurna. menurut Yulianita, citra positif yaitu apabila lembaga pendidikan mampu: menciptakan *public understanding* (pengertian publik), memiliki *public confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan), memiliki *support* (adanya unsur dukungan dari publik), memiliki *public corporation* (adanya kerjasama dari publik terhadap lembaga pendidikan).<sup>4</sup>

Citra dibutuhkan lembaga pendidikan agar masyarakat memberi apresiasi sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi

---

<sup>2</sup> Mujibur Rohman, *Format Pendidikan Islam di Era Globalisasi*, dalam Jurnal Insania, Vol. 22. No. 1, hlm. 19

<sup>3</sup> Zainur Roziqin dan Hefni Rozaq, *Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo*, dalam Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA, Vol. 18 No. 2, Februari 2018, hlm, 227.

<sup>4</sup> Yulianita, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas, 2005), hlm. 47.

dunia hubungan masyarakat. Oleh karena itu, citra lembaga sangat penting dijaga agar tetap baik di mata publik. Secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya.<sup>5</sup>

Kepala sekolah merupakan salah satu komponen pendidikan yang paling berperan dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Sebagaimana dikemukakan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 1990 pasal 12 ayat 1 bahwa: "Kepala sekolah bertanggungjawab atas penyelenggaraan kegiatan pendidikan, administrasi sekolah, pembinaan tenaga kependidikan lainnya dan pendayagunaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana".<sup>6</sup> Dengan demikian dalam mengelola sekolah, kepala sekolah memiliki peran yang sangat besar termasuk meningkatkan citra madrasah melalui pemasaran pendidikan untuk menambah daya tarik masyarakat.

Menurut Fandy Tjiptono, bahwa konsep pemasaran dalam pendidikan merupakan kegiatan memberikan layanan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan. Pendapat ini menunjukkan pentingnya lembaga pendidikan untuk terus aktif dan kreatif dalam mengelola pendidikan agar produksi pengetahuan yang dihasilkan sesuai dengan tuntutan dan perkembangan zaman sebagaimana harapan masyarakat. Oleh karena itu, secara sederhana segala bentuk kegiatan atau aktivitas yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada konsumen, inilah yang disebut dengan istilah

---

<sup>5</sup> Rosady Ruslan, *Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 80.

<sup>6</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 1990 pasal 12 ayat 1 Tentang Pendidikan Dasar

jasa.<sup>7</sup>

Pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu kegiatan atau proses sosial yang dilakukan secara manajerial, baik dilakukan oleh individu atau secara kelompok, untuk mendapatkan hasil sesuai yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui bentuk penawaran dengan pihak lain yang berkepentingan. Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan Islam, manajemen pemasaran pendidikan harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Hal ini tentu menuntut lembaga pendidikan agar mampu bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik dengan didukung oleh fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan akan semakin meningkat. Akan tetapi, bila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan prestasinya.<sup>8</sup>

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakkan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun ini banyak terjadi *merger* (penggabungan)

---

<sup>7</sup> Dr. Amiruddin, M.Pd.I, Prof. Dr. H. Ahmad Husein Ritonga, M.A, Samsu, S.Ag., Ph.D, Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam, (Yogyakarta: K-Media, 2018), hlm.43

<sup>8</sup> Mahmud MY, Riftiyanti Savitri, & Lesiana Oktorita, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19*, Vol.6.2021.

dari beberapa lembaga pendidikan. Kemampuan administrator untuk memahami pemasaran pendidikan menjadi persyaratan dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.<sup>9</sup> Pergeseran lingkungan dan kekuatan persaingan dalam pendidikan menyebabkan timbulnya kesenjangan antara tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan satuan pendidikan pada berbagai jenis dan jenjang pendidikan. Situasi ini telah memaksa sebagian satuan pendidikan mengurangi atau menghentikan operasinya. Sebagai contoh, pada sejumlah lembaga pendidikan baik satuan pendidikan dasar, menengah dan satuan pendidikan lainnya. mengalami penurunan jumlah siswanya, bahkan terpaksa ditutup dan atau dicabut ijin operasinya. Fenomena tersebut sangat meluas dan merupakan isu permasalahan yang penting untuk dikaji.

Pemasaran jasa pendidikan perlu belajar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat menjadi sinyal positif dalam peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Sekolah perlu mendapatkan masukan lebih matang (calon siswa potensial) untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan daya saing sekolah. Jadi kepala madrasah membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetensi antar sekolah, serta meningkatkan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah. Program pemasaran jasa pendidikan dapat memengaruhi setiap aspek sekolah. Salah

---

<sup>9</sup> Kacung Wahyudi, 'Manajemen Pemasaran Pendidikan, *Kariman Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*' Volume 05 Nomor 01 (June 2017): 65–66

satu manfaat dari program pemasaran jasa pendidikan adalah terciptanya lingkungan pembelajaran yang baik bagi seluruh siswa.<sup>10</sup>

Islam mengajarkan bahwasanya menjalin hubungan dengan sesama sangatlah penting, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa orang lain, maka sudah sepatutnya manusia selalu menjaga hubungannya baik dengan Allah sang pencipta *Hablumminallah* dan sesama manusia *Hablumminanas*. Sebagaimana yang difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “ Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”. (Q.S. Al-Hujurat 49:13).<sup>11</sup>

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwasanya Islam mengharuskan manusia untuk saling mengenal antara sesama manusia, perkenalan ini dibutuhkan untuk saling menarik pelajaran dan pengalaman pihak lain, guna meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Manusia adalah makhluk mempunyai sifat sosial yang tidak bisa hidup tanpa bantuan dari orang lain, maka manusia mau atau tidak mau, tidak dapat dari melakukan kerjasama dengan orang lain, semakin banyak kebutuhan manusia, semakin sedikit pula kemampuan untuk memenuhinya, dan kita tidak bisa mengelak dari kebutuhan padata bantuan orang lain. Begitu pula dengan sebuah lembaga pendidikan,

<sup>10</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 15

<sup>11</sup> Abie Maulana Al Givari, *Strategi Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Madrasah Unggulan Di Kota Malang*, Vol.4.no.2(September 2020).

tidak akan bisa berkembang atau maju jika tidak melakukan hubungan kerjasama dengan pihak lain, sebuah madrasah sangat lah membutuhkan bantuan dari orang lain, baik itu bantuan berupa materi, pemikiran, maupun dukungan.

Kepala sekolah berperan sangat penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan sebuah lembaga pendidikan yang dikelolanya. Seorang kepala sekolah minimal harus berfungsi sebagai edukator, manajer, administrator, supervisor, leader, inovator, dan motivator (EMASLIM) dalam mengelola sekolah yang dipimpinnya. Salah satu peran kepala sekolah dalam menjalankan fungsinya tersebut adalah mengelola kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk lembaga pendidikan yang dipimpinnya dengan menggunakan strategi yang khas. Strategi yang khas salah satunya yakni dengan menampilkan citra lembaga yang dimiliki oleh sekolah. Maka, hal tersebut akan menarik minat masyarakat sekitar agar menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut atau bahkan anaknya sendiri yang berkeinginan untuk sekolah di sekolah tersebut. Jika citra lembaga baik jelas akan mencerminkan jika sekolah tersebut juga baik dalam kualitasnya.<sup>12</sup>

Menurut penelitian terdahulu yang berbentuk skripsi karangan Desi Maisaroh, yang berjudul “strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra madrasah di MIN 7 Kota Banda Aceh” hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sekolah Islam dan Madrasah ini memiliki citra yang positif bagi masyarakat sekitar, dari data awal yang didapatkan bahwa calon siswa

---

<sup>12</sup> E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006)

baru yang mendaftar dari tahun ajaran 2018-2019 sekitar 318 orang sedangkan yang diterima hanya 207 orang. Dan pada tahun ajaran baru 2019-2020 yang mendaftar pada sekolah tersebut 370 orang, sedangkan yang diterima hanya 185 orang saja. Adapun yang membuat masyarakat tertarik dengan sekolah tersebut dibandingkan dengan sekolah yang lain yaitu bentuk pemasaran yang kreatif dan inovatif.

Dan strategi pemasaran jasa pendidikan di MIN 7 Kota Banda Aceh adalah membina hubungan dan menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua peserta didik serta masyarakat sekitar. selanjutnya faktor pendukung dari pemasaran jasa pendidikan adalah peserta didik, orangtua peserta didik, stacholders, sarana dan prasarana serta masyakat sekitar. adapun faktor penghambatnya adalah dana, sumberdaya manusia dan waktu. Sekolah ini juga menjaga konsistensi pemasaran yang baik, jelas, dan transparan serta banyak perubahan lainnya yang terjadi setiap tahun baik dari sarana prasarananya, media pembelajarannya, peran aktif stacholders dan prestasi para siswa yang gemilang. Dibuktikan dengan MIN 7 Banda Aceh dapat meraih banyak penghargaan baik akademik maupun non akademik. Hal ini berdampak bagi sekolah terhadap kepercayaan orang tua siswa untuk memasukkan anaknya kesekolah tersebut. Jadi dapat dikatakan peran pemasaran sangat dibutuhkan dalam peningkatan citra sekolah di MIN 7 Banda Aceh.<sup>13</sup>

Menurut penelitian yang berbentuk Tesis karangan Ika Putri Rahayu

---

<sup>13</sup> Desi Maisaroh, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di Min 7 Kota Banda Aceh*, 2021

yang berjudul Strategi Pemasaran Program Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (studi kasus di MIN 3 Magetan). Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sebuah Madrasah Ibtidayah yang saat ini menjadi salah satu sekolah favorit dan unggulan di Kabupaten Magetan, di tengah bermunculannya sekolah-sekolah baru yang semakin inovatif. Madrasah tersebut ialah MIN 3 Magetan, sekolah ini terletak di Kecamatan Kota. Sekolah ini dapat dikatakan sekolah favorit dan mendapatkan citra sebagai salah satu madrasah unggul di Magetan, hal ini bisa dilihat dari jumlah keseluruhan siswanya pada tahun ajaran ini sekitar 805 siswa. Selain itu dalam pendaftaran peserta didik baru (PPDP) pada tahun ajaran 2019/2020 MIN 3 Magetan mendapatkan murid sebanyak enam rombongan belajar, yaitu dua kelas unggulan dan empat kelas reguler. Pendaftaran yang telah dilaksanakan pada tanggal 10 April 2019 kemarin hanya dibuka selama satu hari saja, karena dalam satu hari itu kuota pendaftar sudah memenuhi kuota yang ditetapkan sekolah.<sup>14</sup>

Berdasarkan data-data inilah MIN 3 Magetan bisa dikatakan sebagai salah satu MIN favorit di Kabupaten Magetan. Tidak hanya jumlah siswanya yang banyak madrasah ini juga memiliki banyak prestasi di antaranya dari berbagai prestasi yang diperoleh di antaranya yaitu menjadi juara 3 Lomba Inovasi Pengelolaan Madrasah (LIPM) tingkat provinsi pada tahun 2018, menjadi Madrasah Adiwiyata tingkat provinsi, beberapa siswa-siswinya juga mempunyai prestasi tingkat Internasional dengan mendapatkan medali perak

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ridwa, selaku Waka Kesiswaan di MIN 3 Magetan, pada tanggal 21 Mei 2019

dalam Hongkong dan Thailand International Mathematic Olimpiade, menjadi finalis di beberapa perlombaan Robotik tingkat nasional, menjadi juara 1 lomba Taekwondo tingkat provinsi, juara 1 Pildacil tingkat Kabupaten dan lain sebagainya. Strategi pemasaran program pendidikan untuk meningkatkan citra madrasah unggul yang digunakan MIN 3 Magetan adalah strategi pemasaran diferensiasi, dengan mengembangkan berbagai macam program pendidikan pengembangan madrasah yang berbeda dengan sekolah lain.<sup>15</sup>

Jadi hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sebuah Madrasah Ibtidayah yang saat ini menjadi salah satu sekolah favorit dan unggulan di Kabupaten Magetan, di tengah bermunculannya sekolah-sekolah baru yang semakin inovatif. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini yakni Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember yang menjadi salah satu sekolah favorit dan keunggulan di kabupaten jember, juga seringkali dinilai masyarakat sebagai lembaga yang mampu mewujudkan siswa yang unggul dalam multikompetensi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di MtsN 01 Jember mengenai strategi pemasaran kepala madrasah untuk meningkatkan citra madrasah di lembaga madrasah tsanawiyah negeri 01 jember. Peneliti mengamati bahwa MtsN 01 Jember bahwa melaksanakan pemasaran program pendidikannya dapat memenangkan kompetisi yang terjadi antara lembaga pendidikan. Jika pemasaran terus dilakukan dengan baik maka lembaga pendidikan tersebut akan dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga akan lebih

---

<sup>15</sup> Dokumentasi prestasi MIN 3 Magetan

mudah untuk mendapatkan peserta didik. Dan Mengadakan MoU (kerjasama) bersama tingkat perguruan tinggi UIN khas jember, IKIP, UNEJ dan perguruan tinggi lainnya yang ada disekitar Jember. Bekerjasama dengan dunia usaha, kemudian di era globalisasi yang semakin modern dan juga menyuguhkan kegiatan kegiatan yang ada dimadrasah dan share di sosial media MtsN 01 Jember.<sup>16</sup>

Hal ini diperkuat oleh Bapak Drs. Syaiful Anwar, M.Pd selaku kepala madrasah di Mts Negeri 01 Jember, menyatakan bahwasannya:

Peran kepala madrasah yang pertama yang jelas yaitu bertanggung jawab atas seluruh kegiatan. Untuk melaksanakan kegiatan itu kepala madrasah di bantu oleh guru, khususnya yang sering di ajak membantu yaitu para waka. Peran utama di antara dari semua guru yang ada di Mts 1 itu di bagi dalam masing-masing tugas dan perannya. Dan diantaranya juga peran kepala madrasah dalam mengembangkan citra lembaga yaitu menjaga dan selalu monitoring contohnya seperti guru, para staff dan pihak yang terlibat pada lembaga pendidikan di Mts Negeri 01 Jember.

Hal ini juga diperkuat oleh Ibu Yuli selaku wali murid di Madrasah Tsanwiyah Negeri 01 Jember, menyatakan bahwasannya:

Citra lembaga ini menurut saya positif banget. Memberikan keyakinan kepada kami sebagai wali murid untuk menaruh anak kami mencari ilmu di MtsN 01 Jember. Pembiasaan-pembiasaan yang ada di Mts Negeri 01 Jember juga membawa pengaruh baik bagi siswa siswi. Dan bakat yang dikembangkan juga menjadikan anak kami disini juga bisa unggul dibidang non akademik,tidak hanya di akademik saja.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran madrasah untuk meningkatkan citra madrasah dilembaga Mts Negeri 01 jember bahwa pemasaran di lembaga pendidikan berguna untuk mengatasi persaingan antar sekolah yang semakin tinggi dan juga seringkali

---

<sup>16</sup> Observasi di Mts Negeri 01 Jember, 15 Mei 2023

dinilai masyarakat sebagai lembaga yang mampu mewujudkan siswa yang unggul dalam multikompetensi. Bagaimana nantinya sekolah akan mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Pemasaran pendidikan sangatlah penting penerapannya dalam lembaga pendidikan guna membangun citra yang baik di masyarakat. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan sekolah yaitu adalah dengan memasarkan dan juga menawarkan berbagai macam program pendidikan dan prestasi yang akan menarik masyarakat menyekolahkan anaknya ke sekolah/madrasah tersebut karena madrasah sudah mendapatkan citra yang baik di hati masyarakat yaitu sebagai madrasah yang unggul. Dengan demikian maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Untuk Meningkatkan Citra Madrasah di Lembaga MTs Negeri 01 Jember”.

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian.

Adapun fokus penelitian yang akan diangkat dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana citra lembaga menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember?
3. Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam menjalankan startegi lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01

Jember?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan target yang harus dicapai dalam penelitian yang mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana citra lembaga menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.
2. Untuk mendeskripsikan strategi apa saja yang dilakukan kepala madrasah dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.
3. Untuk mendeskripsikan apa saja kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

### D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti yaitu:

1. Manfaat teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang peran kepala sekolah dalam meningkatkan citra madrasah dilembaga.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Sebagai calon tenaga kependidikan peneliti ini diharapkan dapat dijadikan sarana dalam meningkatkan kinerja tenaga kependidikan. Serta menjadi syarat untuk memenuhi tugas skripsi yang selanjutnya dijadikan acuan dalam penyusunan skripsi untuk memperoleh gelar sarjana satu (S1) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan di Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.

### b. Bagi Kepala Madrasah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian dalam meningkatkan kinerja tenaga kependidikan dalam meningkatkan citra madrasah.

### c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan sumber informasi mengenai cara kepala madrasah meningkatkan citra lembaga.

## E. Definisi Istilah

### 1. Strategi Pemasaran Kepala Madrasah

Strategi pemasaran merupakan rangkaian tujuan dan sasaran kebijakan untuk mendapatkan hasil yang optimal. Dalam strategi pemasaran pendidikan, terdapat strategi promosi yang mana promosi ini ialah penunjang kegiatan pemasaran pendidikan yang sering digunakan oleh setiap sekolah. Strategi promosi yang sering ditemui seperti

penyebaran brosur, pamflet, melalui internet, pemasangan iklan, pemasangan baliho, pemasangan spanduk dan yang lainnya. Kepala sekolah harus memiliki kemampuan kepemimpinan dan kewirausahaan. Kemampuan entrepreneur ini mengharuskan kepala sekolah agar dapat menerapkan prinsip – prinsip kewirausahaan di sekolah.

## 2. Citra lembaga

Citra adalah sikap dan persepsi terhadap lembaga atas penilaian, anggapan, dan kesan yang diberikan masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Dengan demikian citra adalah semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat melalui usaha memperkenalkan sekolah dan kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah memperoleh citra positif dari masyarakat. Dan sebuah kesan, gambaran atau impresi yang tepat dengan kenyataan (*real*) mengenai suatu kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan.

## 3. *Stake Holder*

*Stake holder* dalam lingkup sekolah merupakan kumpulan sejumlah orang yang saling berkolaborasi dan berinteraksi demi mencapai tujuan bersama untuk sekolah. Intinya *stake holder* sekolah adalah kumpulan sejumlah individu yang bergabung dan mempunyai komitmen yang sama untuk mencapai tujuan bersama. Stakeholder dalam pendidikan terdiri dari stakeholder internal dan eksternal, pihak internal yaitu pihak yang berada langsung di dalam lembaga sekolah yang dikenal sebagai subjek,

pihak internal dalam stakeholder pendidikan yaitu orang tua siswa, siswa, guru, pegawai sekolah, komite sekolah.

#### 4. Madrasah Tsanawiyah

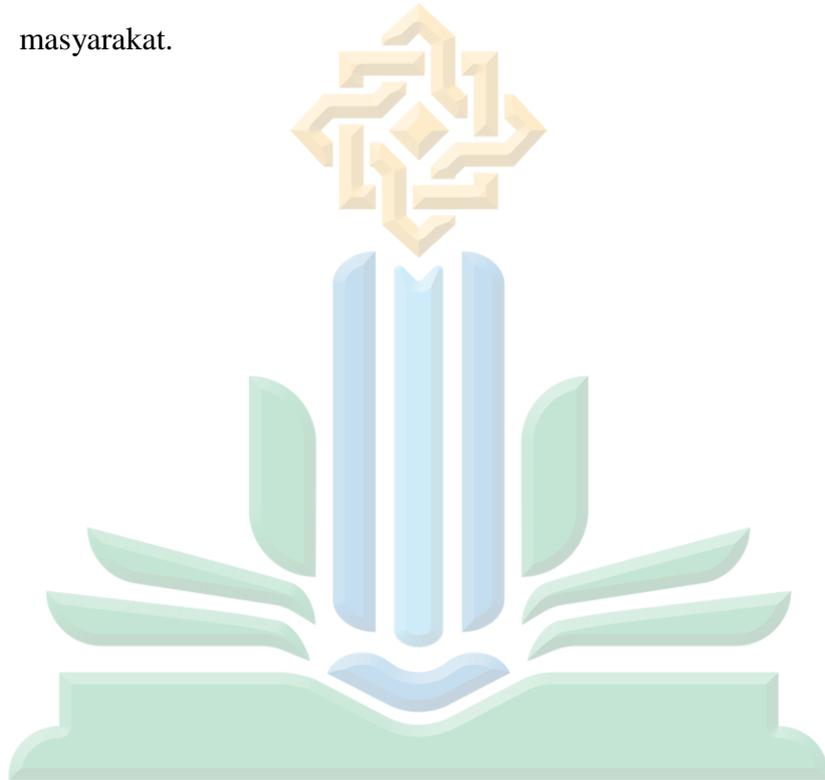
Madrasah Tsanawiyah yaitu satuan pendidikan formal dalam binaan Menteri Agama lembaga yang menyelenggarakan pendidikan umum dan kejuruan dengan kekhasan agama Islam. Namun Madrasah Tsanawiyah ini berbeda dengan SMP karena Madrasah Tsanawiyah adalah satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan umum dengan kekhasan agama Islam yang terdiri dari 3 (tiga) tingkat pada jenjang pendidikan dasar sebagai lanjutan dari Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah. Selain itu MTs berada dibawah naungan Kementerian Agama.

Jadi Kepala sekolah harus memiliki kemampuan kepemimpinan dan kewirausahaan. Kemampuan entrepreneur ini mengharuskan kepala sekolah agar dapat menerapkan prinsip – prinsip kewirausahaan di sekolah. Dengan demikian citra adalah semua aktivitas yang diwujudkan

untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat melalui usaha memperkenalkan sekolah dan kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah memperoleh citra positif dari masyarakat.

Dimana *stake holder* sekolah adalah kumpulan sejumlah individu yang bergabung dan mempunyai komitmen yang sama untuk mencapai tujuan bersama. Namun Madrasah Tsanawiyah ini berbeda dengan sekolah menengah pertama karena Madrasah Tsanawiyah adalah satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan umum dengan

kekhasan agama Islam. Dengan demikian citra adalah semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat melalui usaha memperkenalkan sekolah dan kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah memperoleh citra positif dari masyarakat.



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

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian terdahulu ini sebagai upaya untuk peneliti menemukan perbedaan dan persamaan agar menemukan inspirasi yang baru untuk penelitian selanjutnya. Adapun penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang dilakukan diantaranya yaitu: Syarifa Alfauzia, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, Tahun 2022, Skripsi Dengan Judul *“Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Ma Ma’arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Pringsewu.* tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui Produk (*product*) apa saja yang ditawarkan. 2) Untuk mengetahui penerapan harga (*price*). 3) Untuk mengetahui keadaan tempat (*place*). 4) Untuk mengetahui promosi yang dilakukan. 5) Untuk mengetahui sumber daya manusia (*people*). 6) Untuk mengetahui proses yang dilakukan. 7) Untuk mengetahui bentuk fisik (*physical evidence*). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu: data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data tersebut adalah Kepala Madrasah, Wakil Kepala Bidang Krikulum, Wakil Kepala Bidang Kesiswaan, Guru, Staf TU. Selanjutnya teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) MA Ma'arif

Keputran memiliki program yang di unggulkan yaitu siswa dan siswi yang memiliki banyak keungulan bidang akademik maupun non akademik dari 580 siswa 150 siswa MA Ma'arif Keputran memiliki prestasi dan yang paling menojol adalah prestasi non akademik dalam bidang olahraga dan di topang dengan program bidang akademik yang baik yaitu menerapkan program kurikulum K13 revisi selain itu madrasah memiliki program tambahan yang di tawarkan yaitu program ekstrakurikuler dan intrakurikuler

2) Biaya pendidikan terbilang murah dibayar dalam bentuk triwulan atau satu semester siswa membayar Rp.400.000 dan proses madrasah dalam menetapkan harga dengan cara rapat bersama para jajaran tenaga pendidik beserta komite madrasah.

3) MA Ma,,arif Keputran memiliki lokasi yang stratgis dimana: Sebelah timur berbatasan dengan perumahan warga, Sebelah selatan berbatasan dengan perumahan warga, Sebelah barat berbatasan dengan jalan raya, Sebelah utara berbatasan dengan perumahan warga, maka dari itu MA Ma,,arif Keputran berada di tengah-tengah masyarakat dan jarak MA Ma,,arif Keputran dengan sekolah lainya lumayan cukup jauh 3-3,5 km serta tidak jauh dari pusat kota sehingga memudahkan akses siswa dan terjangkaunya fasilitas umum dengan demikian masyarakat atau siswa mudah mengenali keberadaan madrasah serta memiliki lingkungan yang nyaman.

4) Promosi dilakukan dengan media cetak, media sosial, serta mengadakan event seperti Ma,,arif cup, pawai madrasah dan kegiatan bakti sosial. Dalam melakukan promosi madrasah di bantu oleh siswa dan alumni melalui mulut kemulut. Serta

melakukan kerja sama beberapa pihak lembaga pendidikan MTs/SMP. 5) Sumber daya manusia yaitu siswa, tenaga pendidik, dan wali murid sudah baik. Tenaga pendidik juga sudah memenuhi kriteria kepegawaian, sehingga semua tenaga pendidik telah menempuh S-1 dan beberapa telah menempuh S-2. 6) proses dilakukan ada dua macam yaitu proses administrasi (biaya pendidikan) dan proses awal pembelajaran sesuai dengan pedoman kurikulum sehingga berjalan secara efektif dan efisien dan proses penerimaan peserta didik baru dimulai dengan pembentukan panitia PPDB, seleksi berkas, seleksi tertulis dan lisan, dan proses pengenalan lingkungan madrasah. 7) Fasilitas sarana dan prasarana cukup memadai dalam menunjang kegiatan proses belajar mengajar dan kondisi sarana dan prasarana yang ada di MA Ma'arif Keputran cukup baik, tidak ada yang mengalami kerusakan berat. Akan tetapi madrasah tidak memiliki ruang laboratorium MIPA.<sup>17</sup>

2. Desi Maisarah, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Tahun 2021, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Skripsi yang berjudul "*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MIN 7 Kota Banda Aceh*": skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif dengan teknik pengumpulan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini terkait dengan: a) Bagaimana model pemasaran pendidikan dalam peningkatan citra madrasah di MIN 7 Banda Aceh? b) Bagaimana strategi pemasaran pendidikan dalam peningkatan

---

<sup>17</sup> Syarif Al Fauzia, "Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Ma Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Pringsewu (Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)

citra madrasah di MIN 7 Banda Aceh? c) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan citra sekolah di MIN 7 Banda Aceh?

Berdasarkan hasil penelitian ini ada tiga model pemasaran dalam peningkatan citra madrasah di MIN 7 Kota banda Aceh yaitu: Model eksternal, menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dengan memperlihatkan prestasi yang dimiliki oleh madrasah. Model internal, melatih dan memotivasi para peserta didik dan *stakeholders* yang ada di di madrasah dengan membuat kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan prestasi sekolah. Model interaktif, melakukan interaksi yang baik dengan pihak *stakeholders* maupun masyarakat sekitar. strategi pemasaran jasa pendidikan di MIN 7 Kota Banda Aceh adalah membina hubungan dan menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua peserta didik serta masyarakat sekitar. selanjutnya faktor pendukung dari pemasaran jasa pendidikan adalah peserta didik, orangtua peserta didik, *stakeholders*, sarana dan prasarana serta masyarakat sekitar. adapun faktor penghambatnya adalah dana, sumberdaya manusia dan waktu.<sup>18</sup>

3. Nirmala Diah Agistis, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tahun 2021, Skripsi Yang Berjudul Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Mtsn 8 Kediri. Fokus masalah pada penelitian ini adalah: (1) bagaimana formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga? (2) bagaimana implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra

---

<sup>18</sup> Desi Maisarah, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MIN 7 Kota Banda Aceh*, ( Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021).

lembaga? (3) bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga?. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian ini meliputi: (1) formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri itu dilakukan a) pada rapat awal tahun pelajaran yang dipimpin oleh kepala madrasah b) merumuskan/menerapkan visi, misi, dan tujuan, c) pembentukan tim pemasaran yaitu tim promosi, tim IT, dan tim PPDB, d) menetapkan sasaran/target pemasaran pendidikan, e) menentukan alat atau media promosi, f) menyelenggarakan kegiatan pengenalan lembaga kepada masyarakat dan calon peserta didik dengan mengadakan program-program yaitu Try Out/MIPA, program unggulan/prestasi (akademik atau non akademik), program reguler (tes tulis dan tes lisan) yang akan ditunjukkan kepada siswa-siswi tingkat MI/SD, g) mengenalkan letak geografis yang cukup memadai dan mudah dijangkau, h) menetapkan kebijakan terkait program pemasaran pendidikan yang akan diimplementasikan. (2) implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri dilaksanakan oleh a) tim-tim yang sudah dibentuk meraka saling koordinasi melakukan tugas sesuai tupoksinya, b) implementasi penyebaran menggunakan alat atau media promosi dengan

memperlihatkan program unggulan, ciri khas, dan lokasi/tempat madrasah serta sarana prasarana penunjang proses pembelajaran yang ada di madrasah, c) pelaksanaan program-program yang telah diformulasikan, d) program ini di adakan sebelum pergantian semester pada bulan Maret sampai dengan waktu yang ditentukan madrasah, e) pembiayaan program atau kegiatan implementasi pemasaran pendidikan dan daftar ulang penerimaan peserta didik baru. (3) evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MTsN 8 Kediri yaitu a) melalui rapat semua unsur yang telah ditetapkan oleh lembaga dengan membahas kinerja, b) melaporkan hasil program dan kendala yang diperoleh untuk dibahas lebih lanjut guna dicarikan solusi yang tepat untuk diimplementasikan pada tahun berikutnya, c) menggunakan model memperbaiki serta memperkembangkan program yang telah berjalan untuk meningkatkan citra lembaga.<sup>19</sup>

4. Umi Hani'atus Sa'adah, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Tahun 2021, Skripsi Dengan Judul "Model Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Era New Mave Marketing (Studi Kasus Di Mts Darul Huda Mayak Ponorogo). Penelitian ini bertujuan untuk (1) Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di Mts Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. (2) Bagaimana implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di Mts

---

<sup>19</sup> Nirmala Diah Agistis, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Mtsn 8Kediri*, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021)

Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. (3) Bagaimana nilai pemasaran jasa pendidikan di Mts Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang digunakan sebagai pengumpulan data dan teknik yang dipilih dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan (1) Strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo dimulai dari bagaimana kepala madrasah dan waka Humas dalam menyusun strategi pemasaran, baik itu pemasaran eksternal, internal, maupun interaktif. (2) Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo bagaimana kepala madrasah dan para guru dalam menerapkan strategi yang telah di buat. (3) Nilai dari pemasaran jasa pendidikan di MTs Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo dimulai dari bagaimana cara Madrasah dalam melayani konsumennya.<sup>20</sup>

5. Puji Lestari, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Tahun 2021, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Skripsi yang berjudul “Upaya Pimpinan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Tahfidz Di MI Guppi Jepara Wetan, Binangun, Cilacap”. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui obsevasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dengan: a) Bagaimana Cara

---

<sup>20</sup> Umi Hani“atus Sa“adah, “*Model Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Era New Mave Marketing (Studi Kasus Di Mts Darul Huda Mayak Ponorogo, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo,2021)*

meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Tahfidz di Mi Guppi Jepara wetan?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan kepala madrasah dalam proses meningkatkan citra yaitu: (1) kepala madrasah melakukan persiapan/perencanaan dalam meningkatkan citra madrasah, seperti strateginya untuk meningkatkan promosi madrasah dan pembangunan madrasah. (2) penetapan program tahfidz untuk meningkatkan citra madrasah, yaitu menetapkan pembuatan buku tahfidz siswa. (3) penetapan strategi program tahfidz, yaitu adanya dukungan sarana dan prasarana yang menjadikan faktor penting dalam program tahfidz. (4) pelaksanaan program tahfidz, hal ini kepala madrasah tetap dilaksanakannya program tahfidz terus menerus meskipun mengalami hambatan di masa pandemi dan (5) melakukan evaluasi program tahfidz sebagai program meningkatkan citra madrasah, dalam evaluasi ini kepala madrasah menjadikan program tahfidz sebagai tolak ukur penilaian yang baik dikalangan madrasah dan masyarakat sekitar. Dengan ini keberhasilan upaya ataupun strategi kepala madrasah dalam meningkatkan citra madrasah melalui program tahfidz mendapat perhatian masyarakat. Serta menjadikan ciri khas dan suatu kebanggaan tersendiri baik bagi madrasah, siswa, dan orang tua siswa Mi Guppi Jepara Wetan.<sup>21</sup>

6. Lely Yulia Savitri, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tahun 2021, Skripsi Dengan Judul “Strategi

---

<sup>21</sup> Puji Lestari, *Upaya Pimpinan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melelui Program Tahfidz Di MIGuppi Jepara Wetan, Binangun, Cilacap*, (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Tahun 2021)

Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek”. Fokus masalah pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek ?, (2) Bagaimana implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?, (3) Bagaimana evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, subyek penelitian adalah Kepala sekolah, Waka humas, Komite sekolah. Dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini meliputi: 1) formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di MTsN 1 Trenggalek; a) Merumuskan dan menetapkan visi, misi dan tujuan lembaga. b) Melakukan segmentasi pasar. c) Membuat program MIPA. d) Melakukan strategi pembiayaan. e) Melakukan promosi. f) Memilih lokasi madrasah yang strategis. g) Meningkatkan sumber daya manusia h) Meningkatkan kualitas lulusan. i) Menyediakan sarana prasarana yang memadai. j) Memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. k) Berupaya untuk memperbanyak kerjasama. 2) Implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek; a) Melaksanakan Program

MIPA. b) Melakukan promosi. c) Menyelenggarakan ajang kompetisi. d) Melakukan pembiasaan. e) Meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler. f) Memperbanyak kerjasama. g) Menunjukkan kualitas lulusan. h) Melakukan koordinasi dalam pelaksanaan segala kegiatan. 3) Evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek; a) Melakukan rapat evaluasi setiap sektor kegiatan. b) Evaluasi prestasi produk siswa. c) Melakukan tinjauan minat masyarakat terhadap madrasah.<sup>22</sup>

7. Ika Putri Rahayu 2020, Tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan). Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menjelaskan identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul, (2) Memaparkan analisa program pendidikan yang dilakukan MIN3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul, (3) Menjelaskan tahapan perencanaan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul, dan (4) Menjelaskan strategi pemasaran program pendidikan yang digunakan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan

---

<sup>22</sup> Lely Yulia Savitri, “*Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek*, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021)

verifikasi atau kesimpulan.

Berdasarkan proses pengumpulan dan analisis data, peneliti mendapatkan hasil: (1) Identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan berdasarkan kebutuhan siswa, perkembangan zaman, hasil studi banding yang dilakukan sekolah, dan saran dari wali murid. (2) Analisis program pendidikan di MIN 3 Magetan dilakukan bersamaan dengan kegiatan evaluasi diri madrasah (EDM), analisis yang dilakukan meliputi, analisis internal dan analisis eksternal. (3) Perencanaan program pendidikan yang dilakukan di MIN 3 Magetan melalui empat tahap, yaitu yang pertama penetapan visi, misi, tujuan sekolah, tahap kedua perumusan kondisi madrasah, tahap ketiga identifikasi kekuatan dan kelemahan madrasah, dan tahap keempat yaitu pengembangan rencana kegiatan. (4) Strategi pemasaran program pendidikan untuk meningkatkan citra madrasah unggul yang digunakan MIN 3 Magetan adalah strategi pemasaran diferensiasi.<sup>23</sup>

8. Alfiatus Sa'adah, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Tahun 2018, Tesis yang berjudul "Strategi Pemasaran Madrasah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta". Tesis ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini terkait dengan: a) Apa saja faktor penyebab menurunnya minat masyarakat

---

<sup>23</sup> Ika Putri, *Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan)*. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

terhadap Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Seman Yogyakarta?

b) Bagaimana strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung dalam meningkatkan minat masyarakat dengan pendekatan mutu? c) Apa saja faktor pendukung minat masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Seman Yogyakarta?

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) penyebab menurunnya minat masyarakat terhadap MI Sultan Agung, adalah hilangnya metode Qiraati, sistem keamanan sekolah, kantin madrasah, tidak ada sosialisasi ke RA/TK; (2) Strategi pemasaran pendidikan di MI Sultan Agung dalam menarik minat masyarakat dengan pendekatan mutu, melalui: (a) produk: pengembangan kurikulum, keunggulan budaya lokal, peningkatan mutu akademik, peningkatan mutu non akademik; (b) harga terjangkau, (c) lokasi strategis, (d) promosi secara lisan, media, dan pameran, (e) Memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasana; (g) melibatkan seluruh unsur madrasah; (3) Faktor Pendukung Minat Masyarakat terhadap MI Sultan Agung, yaitu pendidikan agama, pembiasaan ibadah, sistem fullday school, biaya, lokasi, dan kepuasan layanan.<sup>24</sup>

9. Ika Putri Rahayu, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Tahun 2020, Tesis yang berjudul: Strategi Pemasaran Program Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul ( Studi Kasus Di MIN 3 Magetan). Tesis ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara

---

<sup>24</sup> Alfiatus Sa'adah, *Strategi Pemasaran Madrasah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta*, (Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Tahun 2018).

mandalam, dan dokumentasi. Penelitian ini terkait dengan: a) Bagaimana identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul? b) Bagaimana analisa program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul? c) Bagaimana tahapan perencanaan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul? d) Strategi pemasaran program pendidikan apa yang digunakan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul?

Berdasarkan proses pengumpulan dan analisis data, peneliti mendapatkan hasil: Identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan berdasarkan kebutuhan siswa, perkembangan zaman, hasil studi banding yang dilakukan sekolah, dan saran dari wali murid. (2) Analisis program pendidikan di MIN 3 Magetan dilakukan bersamaan dengan kegiatan evaluasi diri madrasah (EDM), analisis yang dilakukan meliputi, analisis internal dan analisis eksternal. (3) Perencanaan program pendidikan yang dilakukan di MIN 3 Magetan melalui empat tahap, yaitu yang pertama penetapan visi, misi, tujuan sekolah, tahap kedua perumusan kondisi madrasah, tahap ketiga identifikasi kekuatan dan kelemahan madrasah, dan tahap keempat yaitu pengembangan rencana kegiatan. (4) Strategi pemasaran program pendidikan untuk meningkatkan citra madrasah unggul yang digunakan MIN 3 Magetan adalah strategi pemasaran diferensiasi, dengan mengembangkan berbagai macam

program pendidikan pengembangan madrasah yang berbeda dengan sekolah lain.<sup>25</sup>

10. Aditia Fradito, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Tahun 2016, Tesis yang berjudul: “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Study Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)”. Tesis ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis studi kasus dengan rancangan desain multikasus. Pengumpulan data digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini terkait dengan: a) Bagaimana layanan jasa pendidikan dalam peningkatan citra di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2? b) Bagaimana strategi pemasaran dalam peningkatan citra di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2? c) Bagaimana dampak strategi pemasaran terhadap pencitraan di SD Islam Surya Buana dan MIN Malang 2?

Berdasarkan hasil penelitian ini adalah: (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 layanan mutu akademik.

b). Kepuasan/kesesuaian standarisasi guru dan Staf sekolah. c).

Kepuasan/kesesuaian mutu lulusan (*output*). (2). Strategi Pemasaran dalam

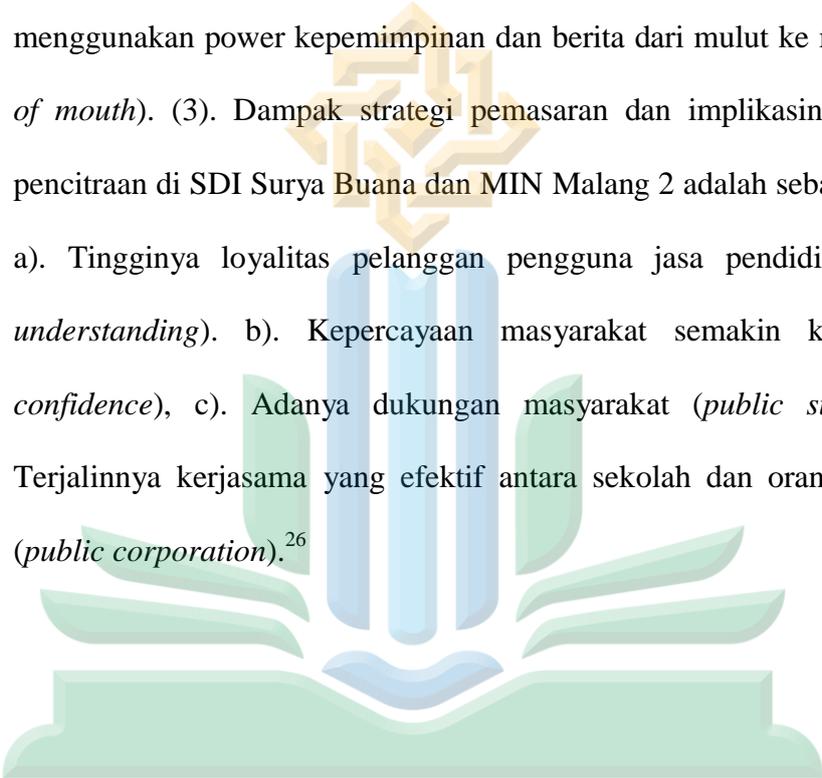
meningkatkan citra dilakukan beberapa strategi yaitu; a). strategi langsung.

b). Strategi tidak langsung. c). Strategi differensiasi. d). Strategi

---

<sup>25</sup> Ika Putri Rahayu, *Strategi Pemasaran Program Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul Studi Kasus Di MIN 3 Magetan*, (Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Tahun 2020).

pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SDI Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan (*output*) dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*), berbeda dengan di MIN Malang 2 yang lebih menggunakan power kepemimpinan dan berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*). (3). Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 adalah sebagai berikut; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan (*public understanding*). b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat (*public confidence*), c). Adanya dukungan masyarakat (*public support*), d). Terjalinnnya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa (*public corporation*).<sup>26</sup>



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

---

<sup>26</sup> Aditia Fradito, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Study Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)*, (Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Tahun 2016)

**Tabel 2.1**  
**Persamaan Dan Perbedaan Kajian Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Syarifa Alfauzia, Tahun 2022, <i>“Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Ma Ma’arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Pringsewu</i>	1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian 2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif 3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi	1. perbedaannya terletak pada tujuan penelitian. dimana tujuan penelitian ini untuk mengetahui 1) Produk (product) apa saja yang ditawarkan. 2) Untuk mengetahui penerapan harga (price). 3) Untuk mengetahui keadaan tempat (place). 4) Untuk mengetahui promosi yang dilakukan. 5) Untuk mengetahui sumber daya manusia (people). 6) Untuk mengetahui proses yang dilakukan. 7) Untuk mengetahui bentuk fisik (physical evidence)
2.	Desy Maysaroh, Tahun 2021, <i>“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Mtsn 8 Kediri”</i>	1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian 2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif 3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi	Formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga? (2) untuk mengetahui implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga? (3) untuk mengetahui evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga 2. Lokasi penelitian ini di MTsn 8 Kediri, sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
3.	Nirmala Diah Agistis Fakultas, Tahun 2021, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MIN 7 Kota Banda Aceh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif</li> <li>3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tujuan penelitian ini untuk mengetahui model pemasaran pendidikan dalam peningkatan citra madrasah di MIN 7 Banda Aceh. b) Untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan dalam peningkatan citramadrasah di MIN 7 Banda Aceh, c) Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan citra sekolah di MIN 7 Banda Aceh.</li> <li>2. Lokasi penelitian ini di MIN 7 Kota Banda Aceh, sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember</li> </ol>
4.	Umi Hani'atus Sa'adah, Tahun 2021, "Model Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Era New Mave Marketing (Studi Kasus Di Mts Darul Huda Mayak Ponorogo)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif</li> <li>3. Jenis penelitian field research</li> <li>4. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan di Mts Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. (2) Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di Mts Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo. (3) Untuk mengetahui nilai pemasaran jasa pendidikan di Mts Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo.</li> <li>2. Lokasi penelitian di Mts darul Huda Mayak ponorogo, sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember.</li> </ol>

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
5.	Puji Lestari, Tahun 2021, <i>“Upaya Pimpinan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Tahfidz Di MI Guppi Jepara Wetan, Binangun, Cilacap</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif</li> <li>3. Jenis penelitian field research</li> <li>4. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana Cara meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Tahfidz di Mi Guppi Jepara wetan.</li> <li>2. Lokasi penelitian di MI Guppi Jepara Wetan, Binangun, Cilacap, sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember.</li> </ol>
6.	Lely Yulia Savitri, Tahun 2021, <i>“Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif</li> <li>3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Bagaimana formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek. (2) untuk mengetahui implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek, (3) Untuk mengetahui evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek</li> <li>2. Lokasi penelitian ini di MtsN 1 Treggalek, sedangkan lokasi penelitian peneliti di MtsN 01 jember</li> </ol>
7.	Ika Putri Rahayu 2020, <i>“Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. penelitian ini difokukan untuk mengetahui strategi pemasaran program</li> </ol>

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
	<i>Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan).</i>	penelitian 2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif 3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi	pendidikan dlam meningkatkan citra Madrasah 2. jenis penelitian ini studi kasus sedangkan penelitian penelitifield research 3. Lokasi penelitian ini di MIN 3 Magetan sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember
8.	Alfiatus Sa'adah, Tahun 2018, "Strategi Pemasaran Madrasah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta	1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian 2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif 3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi	1. Tujuan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apa saja faktor penyebab menurunnya minat masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Seman Yogyakarta b) untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung dalam meningkatkan minat masyarakat dengan pendekatan mutu, c) untuk mengetahui Apa saja faktor pendukung minat masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Seman Yogyakarta. 2. Lokasi penelitian ini di MI Sultan Agung Depok Seman Yogyakarta. sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember
9.	Ika Putri Rahayu, Tahun 2020, Strategi Pemasaran Program	1. Persamaan penelitian ini terletak pada	1. Tujuan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
	Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus Di MIN 3 Magetan).	<ul style="list-style-type: none"> <li>variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif</li> <li>3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan dalam meningkatkan citra madrasah unggul</li> <li>2. Lokasi penelitian di MIN 3 Magetan sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember</li> </ul>
10.	Aditia Fradito, Tahun 2016, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Study Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)".	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian</li> <li>2. metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif</li> <li>3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan penelitian ini difokuskan untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam.</li> <li>2. Jenis penelitian ini studi kasus dengan rancangan desain multikasus sedangkan penelitian peneliti jenis field research</li> <li>3. Lokasi penelitian ini di MIN Malang 2 sedangkan penelitian peneliti di MtsN 01 Jember</li> </ul>

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak pada persamaan variabel penelitian, metode yang digunakan metode kualitatif serta teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus dan tujuan penelitian, serta lokasi penelitian yang dipilih.

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Pemasaran Kepala Sekolah

Pengertian strategi pemasaran kepala sekolah adalah upaya kepala sekolah dalam memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu: Produksi, Pemasaran dan Konsumsi.

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

#### a. Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah:

##### 1) Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

## 2) Kurtz

Menurut Kurtz, pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

## 3) Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

## 4) Tjiptono

Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

## 5) Stanton

Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi. Dr. Ahmad Syarief

Jadi suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran agar mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

## 2. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

### a. Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan

Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.

### b. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

c. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.<sup>28</sup>

3. Konsep Strategi Pemasaran Kepala Sekolah

Banyak ahli marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategy. Dengan

---

<sup>28</sup> Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi.Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.Dr. Heri Erlangga, S.Sos., M.Pd Dr. Ir. H. Nurjaya., SE.,MM.Denok Sunarsi, S.Pd., M.M. CHt., *Buku Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Thn 2021

kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 3 Konsep Strategi Pemasaran. Konsep tersebut digunakan oleh kepala sekolah menjadi strategi yang sangat ampuh untuk meningkatkan citra sekolah, antara lain:

- a. Segmentasi, yaitu cara memandang pasar secara kreatif. Segmentasi disebut juga strategi pemetaan (mapping strategy) dan bermanfaat untuk membagi kelompok pelanggan potensial dengan ciri-ciri perilaku yang serupa.
- b. Targeting, yaitu memilih satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki. Dengan targeting inilah sumber daya perusahaan diberdayakan. Maka, targeting juga dapat disebut fitting strategy (strategi ketepatan).
- c. Positioning, yaitu memastikan keberadaan produk agar selalu diingat pelanggan dalam pasar sasaran. Sehingga, strategi ini dikenal sebagai (strategi keberadaan).<sup>27</sup>

#### 4. Contoh Strategi Pemasaran

Setelah memahami pengertian strategi pemasaran dengan baik dan melakukan analisis, kini saatnya Anda eksekusi ke beberapa strategi yang pas. Beberapa strategi pemasaran yang populer berikut ini bisa Anda terapkan:

a. Partnership

Marketing Partnership memiliki sejumlah keuntungan, contohnya berkolaborasi dengan pihak lain. Strategi pemasaran ini dinilai murah dan lebih berpeluang untuk sukses.

b. Bekerjasama dengan Influencer

Jangan anggap remeh kemampuan influencer sekelas selebgram. Mereka justru banyak memberikan pengaruh pada penjualan Anda, dengan jangkauan follower yang besar, ketika Anda mengontrak influencer untuk mempromosikan produk Anda, tentu bukan hal tidak mungkin mendapatkan keuntungan berlipat- lipat. tidak melulu dari selebgram, tergantung produk Anda juga. Vlogger dan blogger Influencer juga bisa berpengaruh besar.

c. Melibatkan Karyawan

Tidak ada yang salah dengan melibatkan karyawan Anda dalam beberapa projek. Coba sesekali membuat iklan lucu yang melibatkan karyawan. Tentu ini memiliki efek ganda. Mereka akan dengan senang hati share video dengan perusahaan disamping meningkatkan efektifitas kerja. Ratarata karyawan merasa bangga saat dilibatkan dalam proyek seperti ini.

d. Menjaga Pelanggan Lama

e. Nah, ini yang penting. Senantiasa manjakan pelanggan lama

Anda karena mereka adalah yang paling loyal dalam membeli produk. Coba berikan bonus kecil khusus untuk pelanggan lama. Kebanyakan mereka adalah yang paling loyal mempromosikan

produk yang mereka anggap memuaskan.<sup>29</sup>

## 5. Citra Sekolah

### a. Definisi Citra Sekolah

Kotler dan Keller dalam Mutmainnah<sup>30</sup> menjelaskan bahwa citra memiliki makna sebagai kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu layanan/ produk/ organisasi secara keseluruhan kemudian akan tersimpan dalam ingatan mereka. Kasali<sup>31</sup> mengungkapkan bahwa citra sebagai kesan yang timbul akibat dari pemahaman akan suatu kenyataan. Gronroos dalam Jasfar<sup>32</sup> menyatakan bahwa citra sebagai representatif penilaian konsumen, baik konsumen yang puas ataupun kecewa, termasuk kelompok kelompok lain berkaitan dengan organisasi terkait.

Selanjutnya, menurut Bravo et al. dalam Louisrianda dan Tabrani<sup>33</sup> menyatakan bahwa citra diartikan sebagai keseluruhan kesan yang ada dalam benak peserta didik dimana hal tersebut dihasilkan dari perasaan, ide, sikap, dan pengalaman dengan organisasi bersangkutan.

Citra sekolah berkaitan erat dengan kesan yang dimiliki oleh peserta didik terhadap pihak sekolah baik berupa kesan positif maupun kesan

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

<sup>29</sup> Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi.Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.Dr. Heri Erlangga, S.Sos., M.Pd Dr. Ir. H. Nurjaya., SE.,MM.Denok Sunarsi, S.Pd., M.M. CHt., *Buku Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Thn 2021

<sup>30</sup> Mutmainnah, 2017, Pengaruh Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 10, No. 2, 223-237, h. 227.

<sup>31</sup> Kasali, 2008, *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, h. 30.

<sup>32</sup> Jasfar, 2005, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, h.

<sup>33</sup> Tabrani, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Maskapai Garuda Indonesia, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 3, 154-177, h. 155.

negatif. Elgin dan Nedunchezian dalam Louisrianda dan Tabrani<sup>34</sup> menyatakan bahwa citra sebagai persepsi dari suatu organisasi penyedia layanan pendidikan berupa sekolah yang dicerminkan dalam benak peserta didik, dimana hal tersebut dapat membedakan sekolah tersebut dengan sekolah pesaing lainnya.

Citra sekolah diketahui melalui persepsi peserta didik terhadap suatu sekolah yang nantinya akan mempengaruhi secara internal maupun eksternal<sup>35</sup>. Citra sekolah yang melekat dalam benak peserta didik memberikan pengetahuan tentang tingkat kualitas yang ditawarkan oleh sekolah. Citra begitu penting bagi setiap sekolah untuk dapat bersaing dengan sekolah lain. Memenangkan hati peserta didik melalui citra sekolah adalah langkah panjang yang harus ditempuh. Seperti yang telah dijelaskan oleh para ahli di atas mengenai citra, dapat disimpulkan bahwa citra sekolah merupakan gambaran yang ditangkap dan disimpan dalam benak peserta didik mengenai kualitas dari suatu sekolah secara keseluruhan. Dimana citra tersebut diperoleh dari informasi-informasi yang diterima tentang pihak sekolah berkaitan. Oleh karena itu, informasi-informasi tersebut yang perlu disampaikan berupa informasi positif seperti prestasi-prestasi, program-program sekolah, kebijakan, dan sebagainya.

---

<sup>34</sup> Tabrani, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Maskapai Garuda Indonesia, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol. 2, No. 3, 154-177, h. 155.

<sup>35</sup> Zulkarnain, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT Asuransi Jiwasraya (Persero) di Kota Pekanbaru, Jurnal Tepek Manajemen Bisnis, Vol. 9, No. 3, 88-104, h. 90.

b. Proses Pembentukan Citra Sekolah

Terbentuknya citra sekolah dihati para peserta didik membutuhkan proses dalam waktu yang sangat panjang. Citra terbentuk dari persepsi terhadap sekolah yang terkait dalam kurun waktu tertentu dan berifat konsisten. Schiffman dan Kanuk dalam Suryani<sup>36</sup> menyatakan bahwa persepsi adalah proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan mengintepretasikan stimuli menjadi suatu hal bermakna. Sedangkan Rangkuti mendefinisikan bahwa persepsi sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterimanya melalui alat indera menjadi suatu makna.

Suryani<sup>37</sup> menyebutkan bahwa proses persepsi diawali oleh suatu stimuli yang diterima oleh penginderaan seseorang. Penginderaan yang mengenai stimulus baik melalui penglihatan, pendengaran, dan perasaan individu akan menimbulkan persepsi.

Masing-masing orang memiliki kemungkinan untuk mempersepsikan suatu hal dengan berbeda. Hal ini dikarenakan oleh sensitivitas yang berbeda-beda dari masing-masing orang. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi peserta didik diantaranya adalah harga, citra, tahap pelayanan, dan momen pelayanan<sup>38</sup>. Alper dan Kamins

<sup>36</sup> Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, h. 97.

<sup>37</sup> Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* , Yogyakarta : Graha Ilmu, h. 97-98.

<sup>38</sup> Rangkuti, 2002, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN\_JP*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum, h. 33.

dalam Suryani<sup>39</sup> mengungkapkan bahwa peserta didik pada umumnya memiliki persepsi positif pada merek pionir bahkan meskipun merek berikutnya muncul. Ketika peserta didik tidak mempunyai informasi mengenai produk dan merek, mereka akan menggunakan citra sekolah sebagai dasar untuk memilih produk.

c. Indikator Citra Sekolah

Harrison dalam Habibah dan Bayu<sup>40</sup> menyebutkan bahwa indikator citra sekolah, yaitu: (1) *personality*; (2) *reputation*; (3) *value*; dan (4) *corporate identity*. *Personality* merupakan keseluruhan karakteristik dari organisasi/ sekolah yang dipahami oleh publik seperti sekolah dapat dipercaya dan mempunyai tanggung jawab sosial. Kemudian, *reputation* merupakan yang dilakukan oleh sekolah dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi. *Value* merupakan nilai-nilai yang dimiliki oleh sekolah. Budaya sekolah seperti sikap manajemen yang peduli terhadap peserta didik dan kecepatan karyawan menanggapi permintaan ataupun keluhan. Selanjutnya, *corporate identity* berupa komponen-komponen yang mempermudah publik sasaran dalam mengenali sekolah seperti logo, warna, dan slogan.

Universitas Pendidikan Indonesia mengungkapkan citra sekolah sebagai kesan, pesan, dan gambaran peserta didik terhadap sekolahnya yang didasarkan pada pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan

<sup>39</sup> Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, h. 133.

<sup>40</sup> Habibah, dkk, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa pada SMK Swasta Kabupaten Subang. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM* Vol. 02, No. 01, 63-71.

pengetahuan peserta didik terhadap sekolah tersebut. Kemudian disebutkan empat indikator untuk mengukur citra sekolah yaitu: (1) *common product attributes, benefits, or attitudes*; (2) *people and relationship*; (3) *value and programs*, dan (4) *corporat credibility*. Keempat indikator tersebut digunakan untuk mengukur citra sekolah.

*Common product attributes, benefits, or attitudes* merupakan hal-hal yang terkait dengan kualitas sekolah dan inovasi yang dikembangkan oleh pihak sekolah. *People and relationship* meliputi perilaku/ sikap pendidik dan tenaga kependidikan terhadap peserta didik. Selain itu, komunikasi yang terjalin antara pendidik dan tenaga pendidik dengan peserta didik. Selanjutnya, *Corporat credibility*, meliputi kompetensi pendidik, tenaga kependidikan, dan kepala sekolah.

Kemudian, Dardiri<sup>41</sup> menjelaskan bahwa indikator citra sekolah, yaitu: (1) kepemimpinan kepala sekolah dan kualitas pendidikan; (2) kompetensi lulusan dan keberhasilan alumni; (3) sarana dan prasarana sekolah; (4) keterlibatan orang tua dan masyarakat; dan (5) karakter peserta didik/ lulusan. Berdasarkan indikator yang telah disampaikan di atas, dalam penelitian ini digunakan indikator yang disampaikan oleh Harrison dalam Habibah dan Bayu<sup>42</sup> yaitu *personality* (kepribadian), *reputation* (nama baik), *value* (nilai), dan *corporate identity* (identitas

<sup>41</sup> Dardiri, 2015, Optimaliasasi Kejasama Praktik Kerja Industri untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Daya Saing Lulusan SMK, Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, Volume 22, Nomor 2, Oktober 2015, 162- 168, h. 163.

<sup>42</sup> Habibah, dkk, 2018, Pengaruh Kuaitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa pada SMK Swasta Kabupaten Subang. Jurnal Ilmiah Magister Managemen UNIKOM Vol. 02, No. 01, 63-71, h. 65-66.

sekolah). Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai tingkat citra sekolah menurut peserta didik dalam kaitannya dengan kepuasan mereka terhadap sekolah.

## 6. *Stake Holder* Pendidikan

*Stake holder* pendidikan dapat di artikan sebagai orang yang menjadi pemegang dan sekaligus pemberi support terhadap pendidikan atau lembaga pendidikan, *stake holder* adalah orang-orang atau badan yang berkepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan pendidikan di sekolah, karena pada dasarnya stakeholder dalam pendidikan itu sendiri dibagi dalam tiga kategori utama<sup>43</sup>, yaitu:

- a. Sekolah, termasuk di dalamnya adalah para guru, kepala sekolah, murid dan tata usaha sekolah.
- b. Pemerintah diwakili oleh para pengawas, penilik, dinas pendidikan, walikota, sampai menteri pendidikan nasional
- c. Masyarakat, sedangkan masyarakat yang berkepentingan dengan pendidikan adalah orangtua murid, pengamat dan lembaga pendidikan, lembaga swadaya masyarakat, perusahaan atau badan yang membutuhkan tenaga pendidik, took buku, kontraktor pembangunan sekolah, penerbit buku, penyedia alat pendidikan, dan lain-lain

*Stake holder* dalam pendidikan islam adalah berbagai pihak yang memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan sukses tidaknya proses pendidikan yang berlangsung. Pihak-pihak tersebut diantaranya adalah

---

<sup>43</sup> Syaiful, Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2003).

kepala sekolah, guru, wali murid, pemerintah, para tokoh dn masyarakat<sup>44</sup>  
Berdasarkan kekuatan, posisi penting dan pengaruh stakeholder terhadap  
suatu isu, stakeholder dapat dikategorikan kedalam beberapa kelompok,  
yaitu *stake holder* primer, *stake holder* sekunder dan *stake holder* kunci.<sup>45</sup>



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

---

<sup>44</sup> Syaiful, Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2003)

<sup>45</sup> Syaiful, Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2003)

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus.<sup>46</sup> Pendekatan kualitatif studi kasus ini dipilih oleh penulis karena dapat mengungkap data secara mendalam tentang, bagaimana citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember, serta strategi apa saja yang dilakukan kepala sekolah dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember, dan mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember strategi di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember. Jenis penelitian ini adalah *field reseach* yang artinya penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau langsung pada responden.<sup>47</sup>

##### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember Jl. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Kedungpiring, Tegal Besar, Jember, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68133.

##### **C. Subjek Penelitian**

Dalam menentukan obyek dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sebagai sumber

---

<sup>46</sup> Mohammad Kasiram, *Metodelogi Penelitian*, (Malang: UIN Press, 2010), 9.

<sup>47</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data penelitian statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006), 5.

data dengan pertimbangan tertentu.<sup>48</sup> Data yang didapat peneliti di sini adalah pendapat dan pengetahuan terkait strategi kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga. Informan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala Madrasah (Pak Drs. Syaiful Anwar) Tsanawiyah Negeri 01 Jember
2. Waka Humas (Pak Zaenol) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
3. Komite (Pak Dandi) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
4. Guru (Ibu Siti Alfia) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
5. Murid (Verial) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
6. Wali Murid (Ibu Yuli) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
7. Alumni (Ibu Rosita) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam upaya pengumpulan data bagi suatu penelitian diperlukan suatu cara yang dapat menjangkau data dengan tepat sehingga data-data yang diperoleh termasuk data-data yang valid dan akurat yang dapat dipertanggungjawabkan. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

##### **1. Metode Observasi**

Metode observasi menurut Winarno yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subyek yang diteliti baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi sebenarnya maupun dalam situasi yang khusus diadakan.<sup>49</sup> Metode observasi dibedakan menjadi dua,

<sup>48</sup> Sugiyono, Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2018), 225.

<sup>49</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 148.

yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan:

a. Observasi Partisipan

Observasi partisipan yaitu peneliti merupakan bagian dari kelompok yang ditelitinya, dalam artian peneliti terlibat secara langsung dengan objek yang sedang ditelitinya.

b. Observasi Non Partisipan

Observasi non partisipan yaitu peneliti hanya sebagai pengamat objek yang akan diteliti, tanpa terlibat secara langsung.

Dalam teknik observasi ini peneliti menggunakan teknik observasi non partisipan, karena peneliti tidak terlihat secara langsung dengan objek yang menjadi kajian peneliti. Data yang dicari peneliti dari teknik-teknik observasi non partisipan ini adalah menyesuaikan atau membuktikan secara langsung tentang data keadaan Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember, baik dari hasil wawancara dengan dewan pengasuh maupun data-data pendukung lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, selama melakukan observasi peneliti mencari serta mengumpulkan data atau informasi dengan cara melihat dan mencatat tanpa harus mengikuti kegiatan. Adapun data yang diperoleh dari observasi ini meliputi:

- a. Citra lembaga menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- b. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember

- c. Kendala yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam menjalankan startegi lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- d. Solusi yang dilakukan oleh kepala madrasah terhadap kendala startegi pemasaran dalam meningkatkan citra di lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember

Pengamatan ini dilakukan oleh peneliti untuk mengamati semua aspek yang berkaitan dengan strategi kepala madrasah dalam mewujudkan projek penguatan profil pelajar pancasila baik berupa tindakan kepala madrasah dalam menyusun strateginya maupun tingkah laku siswa di MtsN 01 Jember.

## 2. Metode wawancara

Metode wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian dengan jalan mengadakan dialog dengan responden. Sementara itu, dalam buku Burhan mengatakan bahwa wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti.

Secara garis besar, metode wawancara terdapat dua jenis yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak terstruktur.<sup>50</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur dalam proses pengumpulan data. Karena peneliti terlebih dahulu memilih responden atau informan sebagai kuncinya. Dan pertanyaan yang diajukan pun tidak selalu dalam urutan yang sama dengan daftar pertanyaan. Data yang

---

<sup>50</sup> Suryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), 184.

diperoleh peneliti dengan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan citra di lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

Adapun beberapa sumber yang peneliti wawancarai dalam penelitian ini adalah :

- a. Kepala Madrasah ( Drs. Syaiful Anwa) Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- b. Waka Humas ( Pak Zaenol) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- c. Komite ( Pak Dandi) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- d. Guru ( Ibu Siti Alfia) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- e. Murid ( Verial) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember
- f. Wali Murid (Ibu Yuli) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.
- g. Alumni (Ibu Rosita) Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

Berikut yakni hasil wawancara yang dihasilkan:

- a. Mengenai citra lembaga di MTsN 1 Jember
- b. Mengenai fungsi dari citra lembaga di MTsN 1 Jember
- c. Mengenai pendapat *stake holder* tentang citra lembaga
- d. Mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan
- e. Mengenai kendala yang dihadapi kepala madrasah dalam menjalankan strategi pemasaran
- f. Mengenai solusi yang dilakukan oleh kepala madrasah terhadap kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga

### 3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.<sup>51</sup> Dokumentasi digunakan untuk lebih memperkuat data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, sehingga memungkinkan peneliti dapat menganalisis, memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Data yang diperoleh peneliti dari teknik pengumpulan data dokumentasi ini adalah :

- a. Profil lembaga
- b. Stuktur organisasi
- c. Prestasi yang telah diraih siswa di MTsN 1 Jember dalam buku sang juara.

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai dengan pada tahap penulisan laporan.<sup>52</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana yang terdiri dari tiga langkah, yaitu: 1) kondedsasi data (*data condensation*); 2) penyajian data (*data display*); 3) menarik kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verivication*). Kondesnsasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan

<sup>51</sup> Winarmo Surachma, *Dasar dan Tekhnik Research* (Bandung: Cv Tarsito, 2000), 134.

<sup>52</sup> Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 155.

(*focusing*), penyederhanaan (*simplifying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).<sup>53</sup>

#### 1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Merupakan tahap pertama dalam analisis data. Dalam tahap ini, dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan aneka macam cara (observasi, wawancara, intidari dokuman, pita rekaman), dan yang biasanya “diproses” kira-kira sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih tulis).<sup>54</sup>

#### 2. Kondensasi Data (*Data Condensation*) Miles dan Huberman menyatakan bahwa:

“Kondensasi adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi, data aksi dari catatan lapangan, interview, transkrip, berbagai dokumen dan catatan lapangan. Dengan menggunakan data kondensasi data akan menjadi lebih mantap/kuat”.<sup>55</sup>

Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa tahapan yaitu:

##### a. Proses Pemilihan (*Selecting*)

Dalam proses ini peneliti memilih data yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu dari Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember dan hasil dari wawancara.

##### b. Pengerucutan (*Focusing*) dan Penyederhanaan (*Simplifying*) Dalam tahap ini peneliti melakukan reduksi data hasil wawancara.

##### c. Peringkasan (*Abstracting*) dan Transformasi (*Transforming*)

<sup>53</sup> Mththew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Model-model Baru*, terj. Tjetcep Rohidi, (Jakarta: UI-Press, 2014), 15.

<sup>54</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 16.

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2017), 142.

Pada tahap ini peneliti melakukan pemaparan analisis data untuk mengetahui kekonsistenan berdasarkan fakta data dan hasil wawancara.

### 3. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam hal ini, Miles, Huberman, dan Saldana menyatakan bahwa “*The most frequent form of display for qualitative data in the past has been extended text*”, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang diperluas (narasi).<sup>56</sup>

### 4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan pada tahap awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan dirubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat terhadap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkam data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.<sup>57</sup>

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang dimaksudkan adalah untuk mendapatkan tingkat kepercayaan yang berhubungan dengan seberapa jauh tingkat keberhasilan hasil penelitian, memperjelas dan mengungkapkan data menggunakan fakta yang aktual di lapangan. Dalam penelitian kualitatif ini peneliti

<sup>56</sup> Mtthew B. Miles dan A. Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Model-model Baru, terj. Tjetcep Rohidi, 18.

<sup>57</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2018), 217.

menggunakan keabsahan data dengan menggunakan uji kredibilitas secara internal akan dilakukan untuk membuktikan apakah yang diamati benar-benar sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, yaitu dengan beberapa langkah salah satunya menggunakan triangulasi yang sebagaimana sangat penting untuk memeriksa keabsahan data, karena triangulasi sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Triangulasi sumber: peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain.
2. Triangulasi teknik: jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian.<sup>58</sup>

#### **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasannya:

1. Tahap pra lapangan

Tahap penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui oleh peneliti sendiri, adapun enam tahap tersebut yaitu:

---

<sup>58</sup> Helaluddin dan Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), 135-136

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matriks penelitian, selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing akademik (DPA).

b. Memilih objek penelitian

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Dan lapangan penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

c. Mengajukan judul yang diterima oleh DPA kepada Fakultas Tarbiyah yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian.

d. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu, yaitu dengan meminta surat permohonan bimbingan skripsi kepada pihak kampus, setelah itu menyerahkan surat tersebut

kepada dosen pembimbing. Selain itu peneliti mengurus surat permohonan penelitian kepada pihak kampus, yang nantinya diserahkan kepada pihak lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah diperbolehkan melakukan penelitian atau tidak.

e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.

f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing

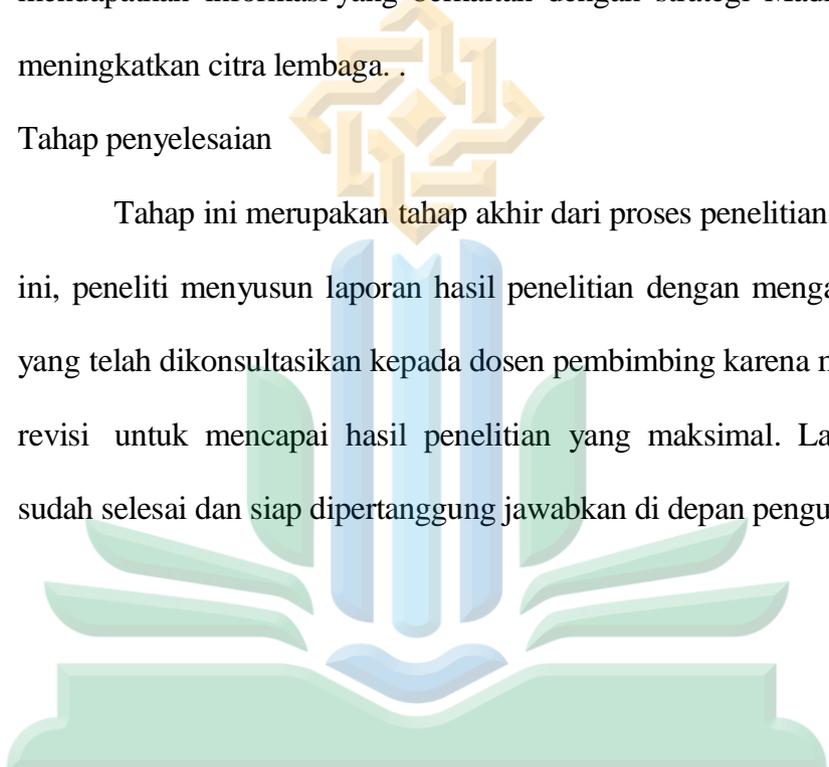
g. Mempersiapkan penelitian lapangan.

## 2. Tahap pelaksanaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan mulai mengumpulkan data –data yang diperlukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan strategi Madrasah dalam meningkatkan citra lembaga. .

## 3. Tahap penyelesaian

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun laporan hasil penelitian dengan menganalisis data yang telah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena mungkin ada revisi untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal. Laporan yang sudah selesai dan siap dipertanggung jawabkan di depan penguji.



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

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember

Cikal bakal Madrasah Tsanawiyah Negeri Jember I, didirikan pada Tanggal 1 Februari 1969 oleh Badan Pendiri Yayasan Pembina IAIN Jember dengan nama Sekolah Madrasah Tsanawiyah Institut Agama Islam Negeri Jember, yang selanjutnya disingkat dengan MTsIAIN Jember, yang berlokasi di jalan WR. Supratman No. 1 Jember ( dalam kompleks Fakultas Tarbiyah IAIN Jember ). Dengan lokal numpang pada Fakultas Tarbiyah IAIN Jember.

a. Waktu Belajar : Pukul 12.10 – 17.00 WIB. (siang hari). Dengan Ketua Yayasan Madrasah Tsanawiyah IAIN adalah Bapak K. A. Muchith Muzadi.

b. Tenaga Pengajar : 1.Bahri Mahalli ( Kepala Madrasah) merangkap Guru dengan dibantu : 1. Zainal Arifin 2.Cholid Dimjati 3.Moh. Mudzar, B Sc 4.Moh. Nuri 5.Mardiyah Busyairi 6. Ahadiyah 7.Ustadz Hadi 8.Masykur. Dengan Murid pertama sejumlah 36 orang anak.

1) Tanggal 4 Februari 1970, MTs IAIN dinegerikan dengan SK. Menteri Agama Republik Indonesia, Nomor : 10 Tahun 1970, ditetapkan di Jakarta, dengan nama : Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Negeri atau disingkat dengan MTsAIN Jember.

2) Tanggal 1 Desember 1971 dengan SK. Direktorat Pendidikan Agama Jakarta dan Surat Jawatan Pendidikan Agama Propinsi

Jawa Timur di Surabaya tanggal 5 Januari 1972, hasil musyawarah Cibogo (Jabar) nama MTsAIN berubah menjadi MMPN atau Madrasah Menengah Pertama Negeri, dan MTsAIN Jember menjadi MMPN I Jember.

- 3) Tanggal 15 Maret 1972 dengan SK. Menteri Agama RI Nomor 31 Tahun 1972 dan Surat Dirjen Bimas Islam tanggal 15 Maret 1972 Nomor : E/III/TU/20001, nama MMPN berubah kembali menjadi MTsAIN.
- 4) Tanggal 1 Oktober 1973, dengan SK. Kepala Jawatan Pendidikan Agama Propinsi Jawa Timur di Surabaya Sdr. Arifin ditunjuk dan diangkat sebagai Pejabat Sementara Kepala MTsAIN Jember menggantikan Pejabat Lama Sdr. Bahri Mahalli, BA.
- 5) 24 Maret 1975, ditetapkan di Jakarta terbitlah Surat Keputusan Bersama Menteri Agama, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan serta Menteri Dalam Negeri, masing – masing dengan Nomor : 6 Tahun 1975, Nomor : 037/U/1975, Nomor : 36 Tahun 1975 tentang Peningkatan mutu pendidikan pada Madrasah, dan
- 6) Masing – masing ditandatangani oleh Amir Machmud sebagai Menteri Dalam Negeri, H. A. Mukti Ali sebagai Menteri Agama dan Sjarif Thajeb sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Bunyi SK. Tersebut pada Bab I pasal 1 ayat 2 butir b. Madrasah Tsanawiyah setingkat dengan Sekolah Menengah Pertama.
- 7) Surat Keputusan Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Timur di Surabaya, tanggal 26 Februari 1976,

Nomor : N/L-lb/434/SK/76 Sdr. Arifin NIP. 150010819 Lh. Jember, 21 September 1933 pangkat Pengatur Tk. I Gol. II/d selaku Pejabat Kepala yang lama diserahkan kepada Pejabat Kepala yang baru Sdr. Dulhalim, BA. NIP. 150048045, Lh. Jember 8 Juni 1944 pangkat Pengatur Muda Tk. I Gol. II/b.

8) Tanggal 4 Mei 1977, MTsAIN Jember yang sementara kegiatan belajar mengajarnya numpang pada gedung Fakultas Tarbiyah IAIN Jember pindah menempati gedung sendiri yang terletak di Tegalboto Kidul Desa Sumbersari hasil dari Rehabilitasi Departemen Agama tahun anggaran 1975/1976 sebesar Rp. 4.600.000,- ( Empat juta enam ratus ribu rupiah ), dengan bangunan 3 lokal ruang belajar, 1 lokal ruang guru, 1 kamar mandi, 1 kamar WC dan 1 kamar gudang. Keadaan personalia pada waktu itu : Guru tetap 7 orang, guru Sependais 1 orang, Guru honorer 5 orang dan TU 2 orang. Keadaan siswa : Kelas I = 64 orang, Kelas II = 55 orang, Kelas III = 25 orang. Putra = 116 orang dan putri = 28 orang. jumlah seluruhnya = 144 orang.

9) Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 1978 tanggal 16 Maret 1978 nama Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Negeri (MTsAIN) berubah menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN). Jember 1.

10) Pada tahun 1984 Kampus Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN). melalui DIPA Depag membeli tanah H Saleh sarpan yang terletak di Kelurahan Tegal besar Kecamatan Kaliwates dan ditempati

hingga sekarang. Sesuai KMA Nomor 673 Tahun 2016 Madrasah Tsanawiyah Negeri Jember 1, berubah kembali menjadi MTs Negeri 1 Jember.<sup>59</sup>

## 2. Letak Geografis dan Identitas Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember

- a. Nama Madrasah : Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember
- b. Nomor Statistik Madrasah : 121135090001
- c. NPSN : 20581496
- d. Alamat Lengkap Madrasah : Jl. Imam Bonjol No.1 Jember, Telp. (0331) 337146 Website: mtsnjember1.sch.id Email : mtsn\_jember 1@yahoo.com
- e. Alamat
  - 1) Jalan/Desa/Kelurahan : Tegal Besar
  - 2) Kecamatan : Kaliwates
  - 3) Kabupaten : Jember
  - 4) NomorTelepon : (0331) 337146
- f. Status Madrasah/Terakreditasi : Terakreditasi “A”
- g. Waktu Belajar

**Tabel 4.1**  
**Jadwal Belajar**

NO	Hari	Mulai	Akhir	Jumlah	Keterangan
1	Senin s/d Kamis	07:00	15:20	8.20	Kelas Unggulan
2	Senin s/d Kamis	07:00	13:30	6.30	Kelas Reguler
3	Jum'at	07:00	10:30	3.30	Semua Kelas
4	Sabtu	07:00	12:00	5	Semua Kelas

<sup>59</sup> Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 jember.

- h. Tahun Berdiri : 1 Februari 1969
- i. Tahun Penegrian : SK Menteri Agama Nomor 16 Tahun 1978 tanggal 16 Maret.<sup>60</sup>

### 3. Identitas Kepala Madrasah

- a. Nama Kepala Madrasah : Drs. Mohamad Iskak, M.Pd.
- b. NIP : 196907021997031002
- c. Pangkat/Gol : Pembina TK 1 – IV/b
- d. TMT : 1 Maret 2016
- e. Pendidikan : S – 2
- f. Alamat : Jombang – Jember
- g. Telepon : (0331) 337146/ +62813-34349383

### 4. Visi Dan Misi Madrasah

#### a. Visi Sekolah/Madrasah

(INOVATIF, CERDAS, MANDIRI DAN ISLAMIS)

#### b. Misi Sekolah/Madrasah

- 1) Mewujudkan pendidikan yang adil dan merata
- 2) Berperan membangun masyarakat sadar pendidikan.
- 3) Mewujudkan siswa yang unggul dalam multi kompetensi
- 4) Mewujudkan sistem kurikulum yang bermutu, efisien dan relevan.
- 5) Mewujudkan madrasah yang menjalankan Sistem Manajemen Mutu Terpadu
- 6) Mewujudkan madrasah yang memiliki *teamwork* yang kompak dan cerdas

<sup>60</sup> Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 jember.

- 7) Mewujudkan madrasah yang memiliki Sistem Transparansi Manajemen yang baik.
- 8) Mewujudkan madrasah yang memiliki sistem monitoring dan evaluasi yang baik terhadap semua aspek pendukung madrasah.
- 9) Mewujudkan madrasah yang akuntabel
- 10) Mewujudkan madrasah yang mampu melahirkan siswa berprestasi pada bidang akademik ataupun non akademik di tingkat regional, nasional dan internasional.
- 11) Mewujudkan madrasah yang memiliki media komunikasi yang efektif
- 12) Mewujudkan madrasah yang memiliki tingkat partisipasi warga madrasah dan masyarakat yang tinggi.
- 13) Mewujudkan budaya dan lingkungan madrasah yang islami, nyaman, aman, rindang, asri, bersih.<sup>61</sup>

## 5. Tujuan

Dari visi-misi atas tujuan Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember

- a. Memberikan pelayanan pendidikan yang bermutu secara adil dan merata.
- b. Mewujudkan sistem dan kerjasama yang efektif dengan lingkungan luar madrasah.
- c. Berperan membangun masyarakat sadar pendidikan.
- d. Mengembangkan sarana, prasarana, bahan ajar, dan sumber belajar yang sesuai dengan standard nasional pendidikan.

---

<sup>61</sup> Dokumentasi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember.

- e. Madrasah dapat melahirkan siswa yang mampu berkomunikasi dalam 2 bahasa (B. Inggris dan Arab).
- f. Madrasah dapat melahirkan siswa yang mempunyai penambahan hafalan 1 juz pertahun.
- g. Madrasah menjuarai lomba-lomba Akademik dan non Akademik.
- h. Madrasah memiliki pendidik dan tenaga kependidikan yang memenuhi standard nasional pendidikan.
- i. Menjadi madrasah yang menjalankan Sistem Manajemen Mutu Terpadu.
- j. Menjadi madrasah yang memiliki sistem kependidikan yang kuat.
- k. Menjadi madrasah yang memiliki sistem Pengelolaan Tenaga Kependidikan yang Efektif.
- l. Menjadi madrasah yang memiliki teamwork yang kompak dan cerdas.
- m. Menjadi madrasah yang memiliki sistem transparansi manajemen yang baik.
- n. Menjadi madrasah yang memiliki sistem monitoring dan evaluasi yang baik terhadap sesama aspek pendukung madrasah.
- o. Menjadi madrasah yang akuntabel.
- p. Mewujudkan madrasah yang mampu melahirkan siswa berprestasi pada bidang akademik dan non akademik di tingkat regional, nasional dan internasional.
- q. Menjadi madrasah yang memiliki tingkat partisipasi warga madrasah dan masyarakat yang tinggi. Mewujudkan madrasah yang memiliki budaya dan lingkungan madrasah yang islami, bersih, aman dan tertib.

## 6. Jumlah Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Terdapat sejumlah pendidik dan Tenaga pendidikan di MTsN 1 Jember. Guru dengan status PNS berjumlah 33. Dan guru Non PNS yakni sejumlah 8. Dengan jumlah staff PNS 8 orang dan yang Non PNS 1 orang. Jadi bisa disimpulkan bahwa jumlah total keseluruhan pendidik dan tenaga pendidikan yakni sebanyak 60 pegawai.

## 7. JUMLAH PESERTA DIDIK

Terdapat peserta didik yang mengempuh pendidikannya di MTsN 1 Jember. Kelas VII dengan jumlah 255 peserta didik yangmana terdapat 126 siswa laki-laki dan 129 siswi perempuan. Kemudian untuk kelas VIII yakni dengan jumlah total siswa 239 peserta didik yangmana terdapat 103 siswa laki-laki dan 136 siswi perempuan. Dan untuk kelas IX yakni dengan total siswa 224 peserta didik dengan 100 siswa laki-laki dan 124 siswi perempuan. Total dari keseluruhan kelas dari kelas VII hingga kelas IX yakni 718 peserta didik.

## 8. DATA SARANA DAN PRASARANA

Luas Tanah : 

7049
2049

 M<sup>2</sup>

Luas Bangunan: 

2049
------

 M<sup>2</sup>

## 9. SARANA PENDUKUNG BELAJAR MENGAJAR

No	Jenis Ruang	Kondisi (Unit)		
		Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
1	Ruang kelas	23	2	
2	Ruang kepala sekolah	1		
3	Ruang guru	2		
5	Ruang laboratorium IPA	1		
6	Ruang laboratorium computer	1		
7	Ruang perpustakaan	1		

No	Jenis Ruang	Kondisi (Unit)		
		Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
8	Ruang UKS	1		
9	Ruang osis / kesenian	1		
10	Ruang Aula	1		
11	Ruang toilet guru	3		
12	Ruang toilet siswa	6		
13	Aula	1		
14	Musholla	1		

## 10. JUMLAH ROMBONGAN BELAJAR

Dalam hal ini terdapat beberapa rombongan belajar dalam setiap tingkatan kelas. Kelas VII, VII dan IX terdapat 8 rombongan belajar. Dengan nama kelas A hingga H.

## 11. JUMLAH RUANG KELAS

Jumlah Ruang Kelas = 24<sup>62</sup>

### B. Penyajian Data dan Analisis Data

Bab ini disajikan data sesuai dengan penelitian, penyajian data oleh peneliti bertujuan untuk menyajikan atau memaparkan data murni yang telah berhasil dihimpun oleh peneliti di MTsN 1 Jember, tentang :

#### 1. Citra Lembaga Menurut *Stake Holder* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01Jember

Citra sebuah lembaga merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Baik buruknya citra suatu lembaga tersebut ditentukan oleh lembaga itu sendiri. Dalam hal ini stake holder yang akan dibahas yakni guru, siswa, komite sekolah dan walimurid. Berikut yakni hasil wawancara dengan komite sekolah tentang citra

<sup>62</sup> Dokumentasi Madrasah Tsabawiyah Negeri 1 Jember.

lembaga di MTsN 1 Jember :

“Pernah mendapat penghargaan dari Menteri agama RI tahun 2023, atas penyediaan prasarana pelayanan umat beragama melalui hibah tanah untuk pembangunan sarana Pendidikan (b) animo masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya ke MTsN 1 jember sangat tinggi terbukti jumlah pendaftar PPDB per tahun rata-rata 600-an. Untuk citra lembaga sekolah ini insyaAllah sangat baik ya mbak. Bisa dilihat dan terbukti bahwasannya banyak calon walimurid yang mempercayakan menitipkan putra-putrinya untuk bersekolah di MTsN 1 Jember. Sekedar info saja peminat dari sekolah ini tak hanya dari kabupaten Jember saja, melainkan papua, bali, lumajang, dan lain sebagainya. Sebagian besar dari mereka mondok disini.”<sup>63</sup>

Dari pendapat waka humas juga dibenarkan oleh bapak zaenol selaku waka humas Mts Negeri 01 Jember:

“Salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Baik buruknya citra suatu lembaga tersebut ditentukan oleh lembaga itu sendiri mbak.”<sup>64</sup>

Dari pendapat komite sekolah juga dibenarkan oleh salah satu guru Ibu Siti Alfiah yang mengajar disana yakni sebagai berikut :

“Citra Lembaga kita harum karna pembiasaan yang kita terapkan seperti sholat dhuha dan dhuhur berjamaah dan banyak lagi kegiatan keagamaan yang kita biasakan kepada anak-anak. Selain itu prestasi keagamaan, akademik dan non akademik telah banyak kita raih. Eh, disini jug ada loh mulok kitab ta’limul Muta’alim. Guru-guru dan siswanya pokoknya berlomba-lomba dalam merai prestasi. InsyaAllah dengan citra lembaga yang sudah harum ditambah lagi strategi pemasaran kami yang bagus. Hasilnya ya menarik minat calon siswa dan calon walimurid. Terbukti loh mbak tiap tahun ini PPDB mencapai rata-rata 600 pendaftar dan hanya 300 yang akan lolos.”<sup>65</sup>

Diperkuat juga oleh pendapat siswi yang bersekolah di MTsN 1 Jember yakni :

“Alasan saya sekolah disini itu karna siswa-siswanya itu terkenal bagus. Ada tetangga saya yang bersekolah disini awalnya sekarang

<sup>63</sup> Wawancara, Komite Sekolah, Bapak Dandi, 08 September 2023.

<sup>64</sup> Wawancara, Waka Humas, Bapak Zaenol, 13 September 2023.

<sup>65</sup> Wawancara, Guru, Ibu Siti Alfiah, 13 Septemberr 2023.

udah lulus itu selalu menang lomba dan diikuti lomba-lomba sama gurunya kak. Prestasinya banyak sekali sekolah ini. Saya sekolah disini tanpa paksaan dan murni keinginan saya sendiri.”<sup>66</sup>

“Bagus, prestasinya banyak, Akreditasinya sudah A. Prestasinya itu ya kak tak hanya sampai kabupaten saja loh hebatnya sampai provinsi. Saya ikut lomba tiap bulan dibimbing oleh salah satu guru disini, Emmhh.. Lomba menulis. Iya, Selalu menang dapat sertifikat. Sertifikatnya itu saya kumpulkan dan bisa buat daftar SMA.”<sup>67</sup>

Diperkuat juga oleh walimurid yang juga alumni MTsN 1 Jember yakni Ibu Rosita sebagai berikut :

“Akreditasi dari dulu bagus sudah A. Pembiasaan dari zamansaya sekolah dulu hingga sekarang tidak luntur salah satunya pembiasaan sholat dhuha dan dhuhur berjamaah. Prestasinya juga banyak yang diraih. Saya tak ingin anak saya hanya berprestasi dalam hal akademik saja. Keagamaan juga perlu dibiasakan sejak dini.”<sup>68</sup>

Dari hasil wawancara dengan *stake holder* diatas bisa disimpulkan bahwa citra lembaga di MTsN 1 Jember yakni sangat harum. Dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya. Jumlah PPDB yang tinggi hingga 600 pendaftar tetapi yang lolos hanya 300 siswa. Prestasi yang telah diraih dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Guru dan siswa berlomba-lomba dalam prestasi. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh dari sejak awal dibangunnya sekolah hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di aula sekolah. Adanya mulok baca kita Ta’limul Muta’alim menjadi daya pikat tersendiri.

Dari hasil wawancara diatas diperkuat oleh hasil observasi yang diperoleh peneliti bahwasannya semua pendapat yang telah dikemukakan oleh *stake holder* benar adanya. Peneliti melihat file dokumen yang

<sup>66</sup> Wawancara, Siswi, Ananda Verial, 12 September 2023.

<sup>67</sup> Wawancara, Siswi, Ananda Nadya, 12 September 2023.

<sup>68</sup> Wawancara, Wali murid sekaligus alumni, Ibu Rosita, 22 September 2023.

berjudul Buku Jejak Sang Juara yang berhalaman hingga ratusan yang berisi prestasi-prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi yang bersekolah di MTsN 1 Jember. Pembiasaan sholat yang dilaksanakan setiap hari dan diimami oleh guru laki-laki secara bergantian di setiap harinya yang diikuti oleh seluruh siswa, staff dan dewan guru yang ada disana.<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara diatas juga diperkuat oleh hasil dokumentasi yang diperoleh selama penelitian yakni sebagai berikut :

**Gambar 4.1<sup>70</sup>**  
**Buku Jejak Sang Juara**



Dari gambar diatas sesuai dengan pernyataan yang dinyatakan oleh stake holder yang mana MTsN 1 Jember memiliki banyak prestasi dibuktikan dengan adanya buku jejak sang juara merupakan salah satu pengangkat citra yang menjunjung MTsN 1 Jember menjadi harum. Akan dilampirkan juga pada bagian lampiran buku sang juara secara keseluruhan dalam 137 halaman.

<sup>69</sup> Observasi, 28 September 2023.

<sup>70</sup> Dokumentasi, 29 September 2023.

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi diatas bisa disimpulkan bahwa citra lembaga menurut *stake holder* di MTsN 1 Jember yakni citra lembaga di MTsN 1 Jember sangat harum. Dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya. Jumlah PPDB yang tinggi hingga 600 pendaftar tetapi yang lolos hanya 300 siswa. Prestasi yang telah diraih dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Guru dan siswa berlomba-lomba dalam prestasi. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh dari sejak awal dibangunnya sekolah hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di aula sekolah. Adanya muatan lokal baca kita Ta'limul Muta'alim menjadi daya pikat tersendiri.

## **2. Strategi Pemasaran Apa Saja yang Dilakukan Kepala Madrasah dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.**

Ada tiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah di MTsN 1 Jember yakni meliputi *segmentasi, targetin dan postioning*. Berikut yakni hasil wawancara dengan Kepala Madrasah yang menjadi fokus informan dari poin ini :

### **a. *Segmentasi***

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Untuk menjadi daya pikat pasar yakni salah satunya menampilkan kebutuhan dan kebiasaan yang akan ditawarkan dalam sekolah. Berikut yakni

hasil wawancara dengan kepala Madrasah :

“Untuk pemasaran *segmentasi* ya mbak, dari brosur si di brosur lengkap tertulis keunggulan, fasilitas, dan lain sebagainya. Disana tertulis dengan jelas bahwa MTsN 1 Jember memiliki porsi lebih banyak pendidikan agama Islam dibandingkan SMP, selain mengajarkan mata pelajaran umum, juga ditambah dengan pelajaran agama seperti Al-Qur’an Hadist. Aqidah Akhlaq, fiqih, Sejarah Kebudayaan Islam dan bahasa Arab. Sehingga MTsN 1 Jember ini adalah pilihan yang tepat bagi lulusan SD atau MI karena siswa mendapatkan paket lengkap ilmu umum dan Ilmu Agama. Tak hanya itu kita juga menuliskan pada brosur ekstrakurikuler yang kita tawarkan yakni sebanyak 18 item.”<sup>71</sup>

Diperkuat juga oleh Waka Humas Mts Negeri 01 Jember yakni

Bapak zaenol sebagai berikut:

“strategi pemasaran diferensiasi, dengan mengembangkan berbagai macam program pendidikan pengembangan madrasah yang berbeda dengan sekolah lain. Sebuah keharusan. Inshaallah, tanpa strategi pemasaran yang baik dan benar minimal tingkat kepercayaan masyarakat akan berkurang mbak.”<sup>72</sup>

Dari hasil wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa dalam brosur lengkap tertulis keunggulan sekolah terutama mata pelajaran yang ditawarkan dan ekstrakurikuler sebanyak 18 item yang ditawarkan.

Dari hasil wawancara diperkuat dengan hasil observasi yakni yang mana peneliti melihat secara langsung brosur dari MTsN 1 Jember.<sup>73</sup>

Hasil dari wawancara dan observasi pun akan diperkuat oleh hasil dokumentasi sebagai berikut :

<sup>71</sup> Wawancara, Kepala Madrasah, Bapak Syaiful Anwar, 08 September 2023.

<sup>72</sup> Wawancara, Waka Humas, Bapak Zaenol, 13 September 2023.

<sup>73</sup> Observasi, 18 September 2023.



Jember.

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi diatas bisa disimpulkan bahwa pada strategi pemasaran tahap segmentasi yakni Kepala Madrasah merujuk pada Brosur yang telah dibuat. Dalam brosur lengkap tertulis keunggulan sekolah terutama mata pelajaran agama tambahan yang ditawarkan seperti Al-Qur'an Hadist. Aqidah Akhlaq, fiqih, Sejarah Kebudayaan Islam dan bahasa Arab dan ekstrakurikuler sebanyak 18 item yang ditawarkan.

#### **b. Targeting**

*Targeting*, yaitu memilih satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki. Dengan targeting inilah sumber daya perusahaan atau lembaga diberdayakan. Maka, targeting juga dapat disebut *fitting strategy* (strategi ketepatan). Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah strategi pemasaran tahap targeting yakni sebagai berikut :

“Melalui *targeting* ini sumber daya sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan pemasaran kami. Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja.”<sup>76</sup>

Dari hasil wawancara diatas disimpulkan bahwa pada tahap strategi pemasaran *targeting* sumber daya sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan pemasaran kami.

<sup>76</sup> Observasi, 29 September 2023.

Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja.

Dari hasil wawancara diatas diperkuat dengan hasil observasi yakni setelah anak-anak sepulang sekolah mereka akan mengikuti pelatihan bina prestasi pada pukul 15:30 hingga pukul 16:30 tergantung jadwal yang sudah ditentukan oleh guru pengampu pelatih bina prestasi yang akan mereka ikuti.<sup>77</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi diatas bisa disimpulkan bahwa pada tahap strategi pemasaran targeting sumber daya sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan

pemasaran kami. Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja.

Berikut yakni hasil dokumentasi dari pemenang lomba dalam

---

<sup>77</sup> Observasi, 29 September 2023.

naungan program sekolah bina prestasi :

**Gambar 4.4<sup>78</sup>**  
**Juara 2 Lomba Atletik PORPROV 2023**



Dari gambar diatas bisa disimpulkan bahwa dokumentasi diatas menjadi bukti dari keberhasilan bina prestasi dalam membimbing siswa dalam meraih kejuaraan tingkat provinsi. Masih banyak kejuaraan lain yang diraih.

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi bisa disimpulkan bahwa tahap strategi pemasaran targetting sumber daya sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan pemasaran kami. Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini

<sup>78</sup> Dokumentasi, 29 September 2023.

tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja.

**c. Positioning**

Tahap terakhir dalam pemasaran ini disebut dengan tahap positioning yang mana dalam tahap ini yaitu memastikan keberadaan produk agar selalu diingat pelanggan dalam pasar sasaran. Sehingga, strategi ini dikenal sebagai being strategy (strategi keberadaan). Dari hasil wawancara dengan Kepala Madrasah diperoleh hasil yakni :

“Dalam tahap ini, kami selalu menjaga ingatan seluruh masyarakat terutama alumni dalam pembiasaan kami dari awal sekolah dibangun dari angkatan pertama sekolah ini hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah setiap mau mulai pembelajaran di hari senin sampai jum’at. Hari sabtu pembacaan surat yasin bersama-sama.”<sup>79</sup>

Pernyataan ini diperkuat oleh Waka Humas dari Mts Negeri 01

Jember yakni Bapak Zaenol sebagai berikut:

“Setiap hari siswa-siswi dibiasakan salat Duha & Duhur berjamaah, memiliki kelas Bina Prestasi Mapel Agama & Umum, Mulok Kitab Ta’limul muta’alim, bertebaran juara baik dari guru maupun siswa-siswinya mbak.”<sup>80</sup>

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari alumni

MTsN 1 Jember yakni Ibu Rosita sebagai berikut :

“Yang selalu saya ingat ya pembiasaan di sekolah sana itu

<sup>79</sup> Wawancara, Kepala Madrasah, Bapak Syaful Anwar, 08 September 2023.

<sup>80</sup> Wawancara, Bapak Zaenol, Waka Humas, 13 September 2023

pembiasaan yang dilakukan seperti sholat dhuha dan dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah sebelum pembelajaran dimulai.”<sup>81</sup>

Dari hasil wawancara diatas disimpulkan bahwa dalam tahap ini, kami selalu menjaga ingatan seluruh masyarakat terutama alumni dalam pembiasaan kami dari awal sekolah dibangun dari angkatan pertama sekolah ini hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah setiap mau mulai pembelajaran di hari senin sampai jum’at. Hari sabtu pembacaan surat yasin bersama-sama.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa pembiasaan-pembiasaan tersebut dilakukan setiap hari dan dipandu oleh guru secara bergantian. Pembacaan surat Al-Waqiah sebelum pembelajaran berlangsung dipandu oleh guru dari ruang guru menggunakan mic yang tersambung dalam speaker pada tiap kelas.<sup>82</sup>

Bisa disimpulkan bahwa pada tahap postioning MTsN 1

Jember selalu menjaga ingatan seluruh masyarakat terutama alumni dalam pembiasaan kami dari awal sekolah dibangun dari angkatan pertama sekolah ini hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah setiap mau mulai pembelajaran di hari senin sampai jum’at. Hari sabtu pembacaan surat yasin bersama-sama.

---

<sup>81</sup> Wawancara, Ibu Rosita, Wali murid sekaligus alumni, 22,26 November 2023.

<sup>82</sup> Observasi, 17September 2023.

### 3. Apa Saja Kendala dan Solusi yang Dihadapi oleh Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.

Pada tahap ini kendala yang dihadapi oleh Kepala Madrasah yakni :

“Kendala yang saya hadapi yakni hanya pada membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus direalisasikan. Untuk masalah yang lain gak ada insyaAllah.”<sup>83</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala madrasah bisa disimpulkan bahwa tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan.

Dari hasil wawancara diatas diperkuat dengan hasil observasi yakni Kepala madrasah selalu mengawasi jalannya semua kegiatan yang dijalankan dalam sekolah. Dan mereliasikan seluruh visi dan misi yang telah dibuat.<sup>84</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bisa disimpulkan bahwa tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan.

Setelah membahas kendala. Peneliti akan pastinya akan mencari tau bagaimana solusi yang dihadapi kepala madrasah. Berikut yakni hasil wawancara langsung dengan Kepala Madrasah :

“Ya saya harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik

<sup>83</sup> Wawancara, Kepala Madrasah, Bapak Syaiful Anwar, 08 September 2023.

<sup>84</sup> Observasi, 10 November 2023.

lembaga. Dan sekolah yang terpendang sangat bagus dan diminati oleh anak-anak maupun walimurid.<sup>85</sup>

Dari hasil wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa Kepala Madrasah harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik lembaga. Dan sekolah yang terpendang sangat bagus dan diminati oleh anak-anak maupun walimurid.

### C. Pembahasan

**Tabel 4.1**  
**Hasil dan Temuan**

No.	Fokus	Hasil
	Bagaimana citra lembaga menurut <i>Stake Holder</i> di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember	ra lembaga menurut <i>stake holder</i> di MTsN 1 Jember yakni citra lembaga di MTsN 1 Jember sangat harum. Dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya. Jumlah PPDB yang tinggi hingga 600 pendaftar tetapi yang lolos hanya 300 siswa. Prestasi yang telah diraih dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Guru dan siswa berlomba-lomba dalam prestasi. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh dari sejak awal dibangunnya sekolah hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di seolah. Adanya mulok baca kita Ta'limul Muta'alim menjadi daya pikat tersendiri.
	Strategi pemasaran apa saja yang dilakukan kepala madrasah dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.	Ada tiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTsN 1 Jember yakni meliputi segmentasi, targetin dan postioning. Pada strategi pemasaran tahap segmentasi yakni Kepala Madrasah merujuk pada Brosur yang telah dibuat. Dalam

<sup>85</sup> Wawancara, Kepala Madrasah, Bapak Syaiful Anwar, 08 September 2023.

	 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER</p>	<p>brosur lengkap tertulis keunggulan sekolah terutama mata pelajaran agama tambahan yang ditawarkan seperti Al-Qur'an Hadist. Aqidah Akhlaq, fiqih, Sejarah Kebudayaan Islam dan bahasa Arab dan ekstrakurikuler sebanyak 18 item yang ditawarkan. tahap strategi pemasaran targeting sumber daya sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan pemasaran kami. Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja. pada tahap postioning MTsN 1 Jember selalu menjaga ingatan seluruh masyarakat terutama alumni dalam pembiasaan kami dari awal sekolah dibangun dari angkatan pertama sekolah ini hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah setiap mau mulai pembelajaran di hari senin sampai jum'at. Hari sabtu pembacaan surat yasin bersama-sama.</p>
<p>Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.</p>	<p>Tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan. Kepala Madrasah harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap</p>	

		menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik lembaga. Dan sekolah yang terpendang sangat bagus dan diminati oleh anak-anak maupun walimurid.
--	--	--

### 1. Bagaimana Citra Lembaga Menurut Stake Holder di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01Jember.

Citra merupakan gambaran diri baik personal, oraganisasi maupun lembaga yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan keperibadian atau ciri khas sehingga muncul persepsi baik tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas lembaga dalam membentuk citra adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Menurut Siswanto Sutojo yang dikutip dalam buku *haandbook of public relation* citra lembaga dianggap sebagai pesepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi.<sup>86</sup>

Dalam menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke arah yang lebih baik dari apa yang telah ada sebelumnya.<sup>87</sup> sedang citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk.

Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas

<sup>86</sup> Sutojo, S, Membangun Citra Perusahaan, (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004), h 34.

<sup>87</sup> [Http://www.artikata.com/arti-381946-Meningkatkan.html](http://www.artikata.com/arti-381946-Meningkatkan.html).

pada umumnya.<sup>88</sup> Sebagaimana dengan upaya dalam membangun citra lembaga, upaya meningkatkan citra bukan merupakan hal yang mudah dilakukan dalam waktu yang singkat. Untuk citra terbentuk dari bagaimana lembaga melaksanakan kegiatan operasional yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Citra juga terbentuk berdasarkan impresi dan berdasarkan pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun suatu sikap mental. Citra yang dibentuk dapat mencerminkan jati diri organisasi yang sebenarnya, tidak lebih tidak kurang. Bila sebuah organisasi ingin mengemukakan bahwa citra sebagai organisasi yang terbaik, maka harus yakin menghasilkan produk yang terbaik untuk segmen sasarannya.<sup>89</sup>

Hasil Temuan yang diperoleh yakni bahwasannya semua pendapat yang telah dikemukakan oleh *stake holder* benar adanya. Peneliti melihat file dokumen yang berjudul Buku Jejak Sang Juara yang berhalaman hingga ratusan yang berisi prestasi-prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi yang bersekolah di MTsN 1 Jember. Pembiasaan sholat yang dilaksanakan setiap hari dan diimami oleh guru laki-laki secara bergantian di setiap harinya yang diikuti oleh seluruh siswa, staff dan dewan guru yang ada disana.

Dari teori dan hasil temuan diatas bisa disimpulkan bahwa citra lembaga menurut *stake holder* di MTsN 1 Jember yakni citra lembaga di MTsN 1 Jember sangat harum. Dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya. Jumlah PPDB yang

---

<sup>88</sup> Rosady, Op,cit; h. 75.

<sup>89</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Humas dan Komunikasi, h. 85.

tinggi hingga 600 pendaftar tetapi yang lolos hanya 300 siswa. Prestasi yang telah diraih dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Guru dan siswa berlomba-lomba dalam prestasi. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh dari sejak awal dibangunnya sekolah hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di sekolah. Adanya mulok baca kita Ta'limul Muta'alim menjadi daya pikat tersendiri.

## **2. Strategi Pemasaran Apa Saja yang Dilakukan Kepala Madrasah dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.**

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

a. Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah:

1) Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

2) Kurtz

Menurut Kurtz, pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

3) Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

4) Tjiptono

Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program

pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

#### 5) Stanton

Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.<sup>90</sup>

Jadi suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran agar mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut

Strategi pemasaran terdiri dari tiga hal, yaitu:

- a) Segmentasi, yaitu cara memandang pasar secara kreatif. Segmentasi disebut juga strategi pemetaan (mapping strategy) dan bermanfaat untuk membagi kelompok pelanggan potensial dengan ciri-ciri perilaku yang serupa.
- b) Targeting, yaitu memilih satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki. Dengan targeting inilah sumber daya perusahaan diberdayakan. Maka, targeting juga dapat disebut fitting

---

<sup>90</sup> Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM. Dr. Heri Erlangga, S.Sos., M.Pd Dr. Ir. H. Nurjaya., SE., MM. Denok Sunarsi, S.Pd., M.M. CHt., *Buku Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Thn 2021

strategy (strategi ketepatan).

- c) Positioning, yaitu memastikan keberadaan produk agar selalu diingat pelanggan dalam pasar sasaran. Sehingga, strategi ini dikenal sebagai being strategy (strategi keberadaan).<sup>27</sup>

Berdasarkan teori diatas sejalan dengan hasil temuan di MTsN 1 Jember. Pada hasil temuan ada tiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTsN 1 Jember yakni meliputi *segmentasi, targeting* dan *postioning*.

Bisa disimpulkan bahwa pada strategi pemasaran tahap segmentasi yakni Kepala Madrasah merujuk pada Brosur yang telah dibuat. Dalam brosur lengkap tertulis keunggulan sekolah terutama mata pelajaran agama tambahan yang ditawarkan seperti Al-Qur'an Hadist. Aqidah Akhlaq, fiqih, Sejarah Kebudayaan Islam dan bahasa Arab dan ekstrakurikuler sebanyak 18 item yang ditawarkan. tahap strategi pemasaran targeting sumber daya

sekolah akan diberdayakan sebagai tolak ukur pertama dalam keberhasilan pemasaran kami. Terletak pada Program Bina Prestasi, semua siswa yang dianggap mampu berprestasi atau yang sebelumnya sudah berprestasi akan dibimbing ketat oleh guru yang bersangkutan di program bina prestasi ini. Banyak prestasi yang akan dibina disini tak heran prestasi kita juga banyak. Salah satunya bina prestasi MIPAS (Matematika, IPA dan IPS), kemudian bina prestasi keagamaan, dan olahraga seperti catur, futsal, atletik, silat dan tenis meja. pada tahap postioning MTsN 1

Jember selalu menjaga ingatan seluruh masyarakat terutama alumni dalam pembiasaan kami dari awal sekolah dibangun dari angkatan pertama sekolah ini hingga saat ini yakni pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah. Pembacaan surat waqiah setiap mau mulai pembelajaran di hari senin sampai jum'at.

Hari sabtu pembacaan surat yasin bersama-sama.

### **3. Apa Saja Kendala dan Solusi yang Dihadapi oleh Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember.**

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pengertian kendala adalah halangan rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran.<sup>91</sup> Dalam hal ini kendala yang akan dikaji adalah kendala yang terjadi dalam citra lembaga.

Berdasarkan hasil temuan yakni Kepala madrasah selalu mengawasi jalannya semua kegiatan yang dijalankan dalam sekolah. Dan mereliasikan seluruh visi dan misi yang telah dibuat.

Berdasarkan teori dan hasil temuan bisa disimpulkan bahwa tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan.

Solusi adalah cara atau jalan yang digunakan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah tanpa adanya tekanan. Maksud tanpa adanya tekanan adalah adanya objektivitas dalam menentukan pemecahan masalah

---

<sup>91</sup> KBBI, 2008, h. 667.

dimana orang yang mencari solusi tidak memaksakan pendapat pribadinya dan berpedoman pada kaidah atau aturan yang ada. Jika tidak demikian maka solusi yang didapat akan sangat subjektif sehingga dikhawatirkan bukan solusi yang tepat. Sehingga masalah-masalah yang ada tidak akan terselesaikan dengan baik. Dan masalah-masalah yang ada hanya akan bersifat negatif saja.<sup>92</sup>

Untuk mendapatkan solusi yang tepat atas suatu permasalahan ada beberapa tahapan yang harus dilalui. Pertama kita perlu mengenali apa sebenarnya masalah yang terjadi. Kemudian kita cari fakta atau bukti mengenai permasalahan tersebut. Setelah itu kita telaah apa yang melatarbelakangi munculnya masalah tersebut. Setelah jelas masalah beserta latar belakangnya barulah kita dapat mempertimbangkan berbagai kemungkinan solusi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Dari sekian banyak alternatif solusi kita pilih salah satu solusi yang dianggap paling tepat.

Berdasarkan hasil temuan ditemukan bahwa Kepala Madrasah sangatlah sibuk dan susah sekali untuk ditemui.

Maka bisa disimpulkan bahwa Kepala Madrasah harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik lembaga. Dan sekolah yang terpendang sangat bagus dan diminati oleh anak-anak maupun walimurid.

---

<sup>92</sup> Nur Rokhmad, dkk, Solusi Terhadap Permasalahan Internal Dan Eksternal Pada Seksi Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Mojokerto, 2020, p-ISSN: 2776-2017 | e-ISSN: 2776-2424 DOI: 10.15642/japi.2020.2.2.157-170.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Citra lembaga menurut *stake holder* di MTsN 1 dibuktikan dengan banyaknya peminat dari luar kota hingga Papua, Bali, dan lain sebagainya, dan prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi dari segi akademik, keagamaan dan non akademik. Pembiasaan keagamaan yang tetap berdiri kokoh pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah di sekolah. Adanya muatan lokal baca kita Ta'limul Muta'alim.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu ada tiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTsN 1 Jember yakni meliputi segmentasi, targetin dan postioning.
3. Kendala dan solusi yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam menjalankan strategi lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu, tidak ada kendala serius yang dihadapi oleh Kepala Madrasah kecuali dalam membagi waktu di tengah banyaknya kegiatan yang harus beliau realisasikan. Solusi yang dilakukan oleh kepala madrasah terhadap kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan citra di lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember yaitu kepala Madrasah harus bisa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin agar bisa menjangkau dan merealisasikan semua tujuan sekolah. Agar tetap menjadi sekolah yang unggul dalam menjaga citra baik lembaga

## B. Saran

### 1. Untuk Kepala Sekolah MTsN 1 Jember

Tetap terus meningkatkan kinerja demi citra lembaga yang bagus dan harum

### 2. Untuk Guru MTsN 1 Jember

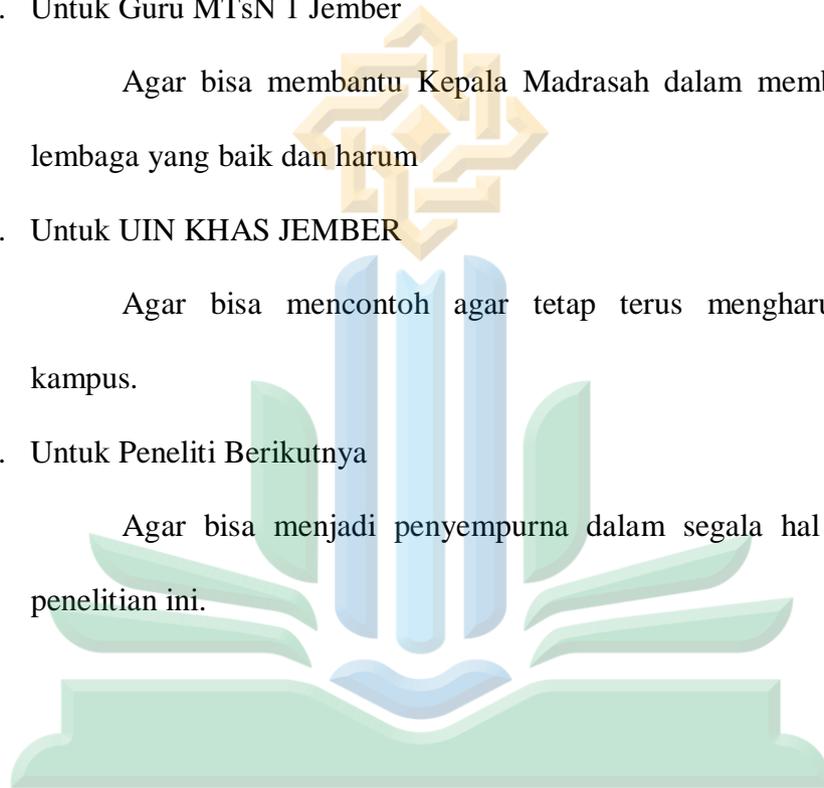
Agar bisa membantu Kepala Madrasah dalam membangun citra lembaga yang baik dan harum

### 3. Untuk UIN KHAS JEMBER

Agar bisa mencontoh agar tetap terus mengharumkan citra kampus.

### 4. Untuk Peneliti Berikutnya

Agar bisa menjadi penyempurna dalam segala hal kekurangan penelitian ini.



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

## DAFTAR PUSTAKA

- Abie Maulana Al Givari, *Strategi Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Madrasah Unggulan Di Kota Malang*, Vol.4.no.2(September 2020).
- Aditia Fradito, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Study Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2,* ( Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Tahun 2016)
- Alfiatus Sa'adah, *Strategi Pemasaran Madrasah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta*, (Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Tahun 2018).
- Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19*, Vol.6.2021.
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 15
- Desi Maisarah, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MIN 7 Kota Banda Aceh*, ( Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,2021).
- Desi Maisaroh, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di Min 7 Kota Banda Aceh*,2021
- Dokumentasi prestasi MIN 3 Magetan
- Dr. Amiruddin, M.Pd.I,Prof.Dr.H. Ahmad Husein Ritonga, M.A,Samsu, S.Ag.,Ph.D,*Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*,(Yogyakarta:K-Media.2018),hlm.43
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi.Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.Dr. Heri Erlangga, S.Sos., M.Pd Dr. Ir. H. Nurjaya., SE.,MM.Denok Sunarsi, S.Pd., M.M. CHt., *Buku Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Thn 2021
- E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006)
- Hasil wawancara dengan Bapak Ridwa, selaku Waka Kesiswaan di MIN 3 Magetan, pada tanggal 21 Mei 2019
- Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray,2019), 135-136
- Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 155.
- Ika Putri, *Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra*

*Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan)*. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

Iqbal Hasan, *Analisis Data penelitian statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006), 5.

Jamal Ma'mur asmani, *Marketing Sekolah (Strategi Menerapkan Jiwa Kompetensi dan Suportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggul)*Thn.2015

Kacung Wahyudi, '*Manajemen Pemasaran Pendidikan, Kariman Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*' Volume 05 Nomor 01 (June 2017): 65–66

Lely Yulia Savitri, "*Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek*, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021)

Mahmud MY, Riftiyanti Savitri, & Lesiana Oktorita, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikandalam Meningkatkan*

Mohammad Kasiram, *Metodelogi Penelitian*, (Malang: UIN Press, 2010), 9.

Mtthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Model-model Baru*, terj. Tjetcep Rohidi, (Jakarta: UI-Press, 2014), 15. Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 16.

Mujibur Rohman, *Format Pendidikan Islam di Era Globalisasi*, dalam Jurnal *Insania*, Vol.22. No.1, hlm. 19

Nirmala Diah Agistis, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Mtsn 8 Kediri*, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021)

Observasi di Mts Negeri 01 Jember, 15 Mei 2023

Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 1990 pasal 12 ayat 1 Tentang Pendidikan Dasar

Puji Lestari, *Upaya Pimpinan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melelui Program Tahfidz Di MI Guppi Jepara Wetan, Binangun, Cilacap*, (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Tahun 2021)

Rosady Ruslan, *Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal.80.

Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta., 2018), 225. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta,2006), 148.

Suryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), 184.

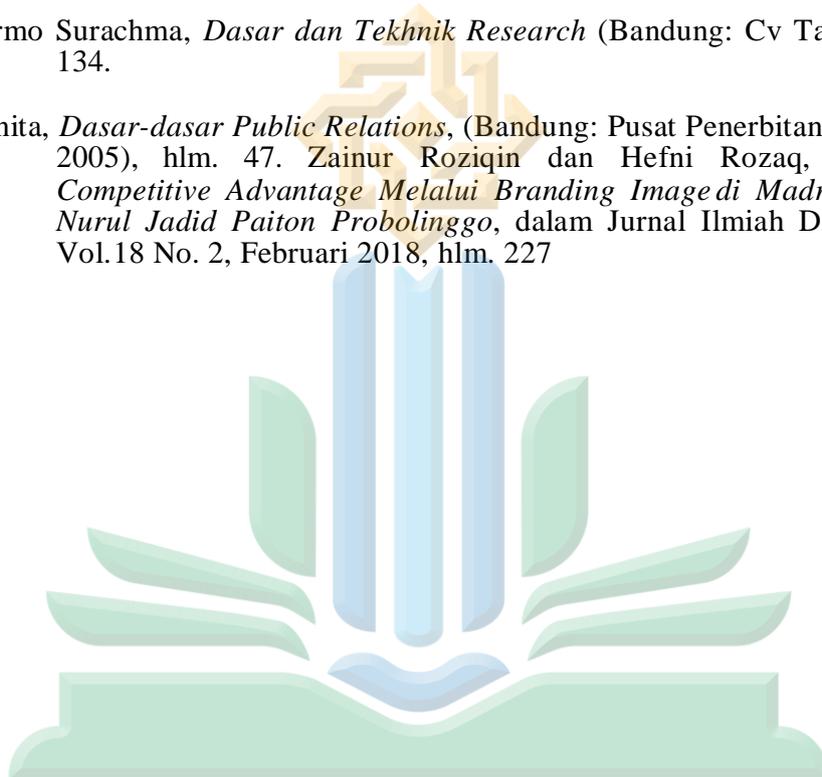
Syarifa Alfauzia, "*Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam*

*Meningkatkan Citra Madrasah Di Ma Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Pringsewu* (Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)

Umi Hani<sup>1</sup>atus Sa<sup>2</sup>adah, *“Model Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Era New Mave Marketing (Studi Kasus Di Mts Darul Huda Mayak Ponorogo, (Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo,2021)*

Winarmo Surachma, *Dasar dan Teknik Research* (Bandung: Cv Tarsito, 2000), 134.

Yulianita, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas, 2005), hlm. 47. Zainur Roziqin dan Hefni Rozaq, *Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo*, dalam Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA, Vol.18 No. 2, Februari 2018, hlm. 227



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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fira Ayu Wijayanti

Nim : T20193025

Program Studi : Managemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu keguruan

Institut : UIN Kiai HJ Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur – unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihaklain maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 21 November 2023

Saya yang menyatakan

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



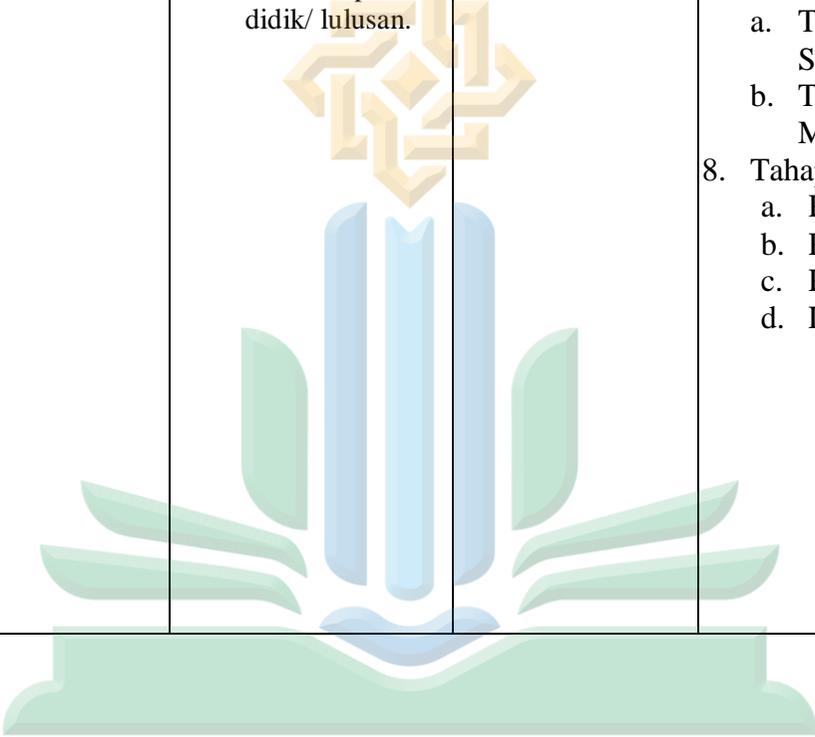
Fira Ayu Wijayanti

T20193025

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variable	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Peneltian
Strategi Pemasaran Kepala Madrasah untuk Meningkatkan Citra Madrasah di Lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategi Pemasaran</li> <li>Citra Madrasah</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aspek-aspek</li> <li>Indikator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segmentasi</li> <li>Targeting</li> <li>Postioning</li> <li>Kepemimpinan kepala sekolah dan kualitas pendidikan</li> <li>Kompetensi lulusan dan keberhasilan alumni;</li> <li>Sarana dan prasarana sekolah</li> <li>Keterlibatan orang tua dan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember</li> <li>Humas</li> <li>Guru</li> <li>Siswa</li> <li>Alumni</li> <li>Wali Murid</li> </ol> </li> <li>Kepustakaan</li> <li>Dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pendekatan penelitian: Metode Kualitatif</li> <li>Jenis Penelitian: Penelitian Lapangan (<i>Field Reseach</i>)</li> <li>Lokasi Penelitian: “Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember”</li> <li>Subjek Penelitian: Purposive Sampling</li> <li>Teknik Pengumpulan Data:               <ol style="list-style-type: none"> <li>Observas</li> <li>Wawancara</li> <li>Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>Analisis Data:               <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengumpulan Data</li> <li>Kondensasi Data</li> <li>Penyajian Data</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bagaimana citra lembaga menurut kepala Stake Holder di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember?</li> <li>Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember?</li> <li>Apa saja kendala yang dihadapi oleh kepala madrasah dalam menjalankan</li> </ol>

			<p>masyarakat; dan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Karakter peserta didik/ lulusan.</li> </ul>	<p>d. Kesimpulan</p> <p>7. Keabsahan Data:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Triangulasi Sumber</li> <li>Triangulasi Metode</li> </ol> <p>8. Tahap Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Persiapan</li> <li>Pelaksanaan</li> <li>Penyusunan</li> <li>Laporan</li> </ol>	<p>startegi lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri Jember? 01</p> <p>4. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh kepala madrasah terhadap kendala startegi pemasaran dalam meningkatkan citra di lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri Jember? 01</p>
--	--	--	---	---	---



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



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

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

Nomor : B-3388/In.20/3.a/PP.009/08/2023

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala MtsN 01 Jember

Jl. Imam Bonjol, Kedungpiring, Tegal Besar, Jember, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68133

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

NIM : T20193025  
Nama : FIRA AYU WIJAYANTI  
Semester : Semester sembilan  
Program Studi : PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Untuk Meningkatkan Citra Madrasah Di Lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember Tahun Ajaran 2022/2023" selama 30 ( tiga puluh ) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu Drs. Syaiful Anwar, M.Pd

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 30 Agustus 2023  
an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



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

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi: MTs Negeri 1 Jember

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	08 September 2023	Wawancara dengan kepala sekolah	SA
2	12 September 2023	Wawancara dengan siswa	SA
3	13 September 2023	Wawancara dengan Humas	SA
4	17 September 2023	Observasi pembacaan al-waqiah	SA
5	18 September 2023	Observasi brosur dan meminta file / data yang dibutuhkan oleh peneliti	SA
6	22 September 2023	Wawancara wali murid	SA
7	26 September 2023	Wawancara alumni	SA
8	28 September 2023	Observasi / Mengamati pelaksanaan pembiasaan sholat duha berjamaah	SA
9	29 September 2023	Observasi / Mengamati dokumentasi pencapaian lomba-lomba	SA
10	02 Oktober 2023	Silaturahmi dan konfirmasi surat izin selesai penelitian	SA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 02 Oktober 2023

Kepala Sekolah MTsN 01 Jember



Dr. H. Anwar, M.Pd.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN JEMBER  
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1**

Jalan Imam Bonjol Nomor. 1 Jember Telpn 0331-337146  
Website: [www.mtsnjember1.sch.id](http://www.mtsnjember1.sch.id) Email: [mts\\_njember\\_1@yahoo.com](mailto:mts_njember_1@yahoo.com)

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN  
Nomor : B- 960 /Mts.13.32.01/TI.00/11/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Drs. Syaiful Anwar, M.Pd  
NIP : 196410121992031003  
Jabatan : Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember

menerangkan bahwa :

Nama : FIRA AYU WIJAYANTI  
NIM : T20193025  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan dan Bahasa  
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq  
Jember

Telah selesai melaksanakan penelitian di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember dari tanggal 31 Agustus 2023 s.d 2 Oktober 2023 dengan judul "Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Untuk Meningkatkan Citra Madrasah di Lembaga Madrasah Tsanawiyah Negeri 01 Jember

Demikian surat keterangan ini, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



FOTO DOKUMENTASI



UNIVERSITAS  
KIAI HAJIA YUNUS  
JEMBER





### Kegiatan Rutin Sholat Duha

Membiasakan siswa/siswi selalu istiqomah dalam hal ubudiyah

MTs Negeri 1 Jember

## BIODATA PENULIS



Nama : Fira Ayu Wijayanti  
NIM : T20193025  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 11 Maret 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Ajisaka Kranjingan Sumbersari Jember  
No. Hp : 085648419529  
Email : firaayuw@gmail.com

### Riwayat Pendidikan:

- TK Harapan Indah : Tahun 2005-2007
- SD Kranjingan 02 : Tahun 2007-2013
- MTs Ashri Jember : Tahun 2013-2016
- MA Ashri Jember : Tahun 2016-2019

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