

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DENGAN MENGGUNAKAN YOUTUBE
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Inayah Nurul Izza
NIM: 202101030101.

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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
MARET 2024**

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DENGAN MENGGUNAKAN YOUTUBE
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Inayah Nurul Izza
NIM: 202101030101.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
MARET 2024**

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DENGAN MENGGUNAKAN YOUTUBE
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

Inayah Nurul Izza

NIM: 202101030101.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



Drs. H. Imam Syafi'i, M.Pd.I

NIP. 196305061987031002

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DENGAN MENGGUNAKAN YOUTUBE
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER

SKRIPSI

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

Hari: Jum'at
Tanggal: 22 Maret 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Rifan Humaidi, M.Pd.I

Rachma Dini Fitria, M.Si

NIP: 197905312006041016

NIP: 199403032020122005

Anggota :

1. Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I., M.Si.
2. Drs H. Imam Syafi'i, M.Pd.I



Menyetujui

Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan



Dr. Muhammad Mu'is, S.Ag., M.Si

NIP: 197304242000031005

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا *

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nissa [5]: 29)



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

* Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an, Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019 Juz 1-10, (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 112.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta saya yakni Bapak Wirawan dan Ibu Evitiriludviana serta kakak laki-laki saya yakni Luthfi Ridho Wicaksono yang mana merekalah yang menjadi pendukung dan motivator saya selama ini mengerjakan skripsi ini dan tak lupa juga doa dari mereka yang tak kunjung henti.

Selanjutnya skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang saya cintai yang selalu memberikan contoh baik terkait kehidupan di dunia dan di akhirat. Mereka manusia yang paling sabar dan disiplin yang saya temui dan selalu memberikan semangat kepada saya untuk bisa lulus dengan tepat waktu.

Semoga skripsi ini mampu menjadi salah satu alasan membuat mereka bangga. Dan untuk kedepannya penulis bisa memanfaatkan setiap detik waktu yang ada dan terus belajar sehingga dapat menebar kebahagiaan untuk orang lain.



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

ABSTRAK

Inayah Nurul Izza, 2024: *Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.*

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu kegiatan yang ada di dalam suatu madrasah yang mempunyai tujuan untuk menarik pengguna jasa layanan pendidikan. Maka dari itu penyelenggara pendidikan diharapkan dapat membuat serangkaian Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan agar dapat memunculkan keunikan serta keunggulan madrasah nya agar diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Dalam penelitian ini Manajemen Strategi yang digunakan yakni melalui youtube, hal tersebutlah yang menjadi salah satu keunikan dalam proses pemasaran jasa pendidikan.

Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: 1.) Bagaimana Formulasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 2.) Bagaimana Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 3.) Bagaimana Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?.

Tujuan Penelitian ini 1.) Untuk Mendeskripsikan Terkait Formulasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember. 2.) Untuk Mempaparkan Terkait Proses Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember. 3.) Untuk Mendeskripsikan Proses Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisis datanya peneliti menggunakan data condensation, data display, dan conclusion drawing/verivication. Kemudian keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) perencanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yakni mulai dari pembentukan panitia PPDB, kemudian dimulai dari pembuatan konten youtube yang akan ditampilkan ke dalam youtube. 2) implementasi Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yakni pelaksanaan program kegiatan podcast yang dilaksanakan setiap minggu untuk membuat konten podcast. 3) evaluasi Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yakni belum sepenuhnya rutin dalam proses penguploadan di youtube dan juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil alamin puji syukur tetap tercurahkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayahnya sehingga skripsi yang berjudul “Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember” dapat disusun oleh penulis sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana pendidikan (S1) dan terselesaikan dengan lancar serta tepat pada waktunya.

Shalawat serta salam juga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi agung kita yakni Nabi Muhammad SAW. Semoga kita menjadi ummat yang taat dan mendapat syafa'atnya kelak diyaumul qiyamah aamin. Skripsi ini dapat penulis selesaikan karena mendapat dukungan dari banyak pihak oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan Terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.SI selaku dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan UIN kiai Haji Ahmad Shidiq Jember yang telah memberikan izin penelitian.
3. Dr. Nuruddin, S.Pd.I, M.Pd.I selaku Kepala Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I M.Pd.I selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan persetujuan penulis melakukan penelitian ini.
5. Drs. H. Imam Syafi'i, M. Pd.I selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar serta ikhlas dalam memberikan bimbingan, arahan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan UIN kiai Haji Ahmad Shidiq Jember yang telah mendidik penulis selama menempuh pendidikan.
7. Drs Moh Iskak M.Pd.I selaku Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yang memberikan izin penulis untuk meneliti di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember. Kasworo S.Pd selaku Waka Kesiswaan, Gimam S.Pd selaku Ketua Panitia PPDB tahun 2023/2024 dan seluruh tenaga pendidikan dan kependidikan yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember
8. Teman-teman seperjuangan manajemen pendidikan Islam terkhusus kelas C4 2020

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun isi dari skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan barokah baik bagi penulis maupun pembaca.

Jember, 01 Maret 2024

Penulis

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

Inayah Nurul Izza

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMBUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	52
B. Lokasi Penelitian	53
C. Subjek Penelitian	54

D. Teknik Pengumpulan Data.....	55
E. Analisis Data	56
F. Keabsahan Data.....	58
G. Tahap-Tahap Penelitian	59
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS	61
A. Gambaran Objek Penelitian	61
B. Penyajian Data Dan Analisis Data.....	76
C. Pembahasan Temuan	109
BAB V PENUTUP	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	125



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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Kajian Terdahuu.....	16
Tabel 2.2 Orientasi Penelitian.....	19
Tabel 4.1 Daftar Nama Kepala Madrasah.....	62
Tabel 4.2 Target Madrasah Tahun Pelajaran 2023/2024.....	65
Tabel 4.3 Status Kepegawaian Pendidik dan Tenaga Pendidik.....	69
Tabel 4.4 Kualifikasi Akademis Pendidik Dan Tenaga Kependidikan.....	69
Tabel 4.5 Sarana Dan Prasarana Madrasah.....	72
Tabel 4.6 Prestasi Siswa/Siswi Madrasah.....	73
Tabel 4.7 Temuan Peneliti.....	105



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategi	22
Gambar 4.1 Visi Misi Madrasah.....	78
Gambar 4.2 Tujuan Madrasah	81
Gambar 4.3 Konten Podcast Kuliah Tamu Kegiatan Prodistik	84
Gambar 4.4 Program Pelaksanaan Kegiatan Podcast	89
Gambar 4.5 Pemotivasian Sumber Daya Manusia	93
Gambar 4.6 Prosedur Pendaftaran Peserta Didik Baru	96
Gambar 4.7 Rapat Evaluasi Diri Madrasah (EDM).....	101
Gambar 4.8 Rapat Penilaian Kinerja	103



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Pernyataan Keaslian Tulisan	125
Matriks Penelitian	126
Instrumen Wawancara	129
Daftar Pertanyaan Wawancara	133
Rekaman Interview	136
Instrumen Observasi	146
Dokumentasi.....	152
Denah dan Gambar Peta MAN 3 Jember	154
Surat Izin Penelitian	155
Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian	156
Jurnal Penelitian	157
Surat Keterangan Turnitin	158
Hasil Cek Turnitin BAB I	159
Hasil Cek Turnitin BAB II.....	161
Hasil Cek Turnitin BAB III	162
Hasil Cek Turnitin BAB IV.....	163
Hasil Cek Turnitin BAB V	164
Biodata Penulis	165

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di zaman serba digital saat ini kita dituntut untuk bisa mengikuti segala perkembangan yang ada salah satunya yakni dalam bidang pendidikan. Setiap lembaga pendidikan pastinya mempunyai strategi tersendiri dalam meenunjukkan eksistensi serta kelebihanya. Maka dari itu setiap madrasah pastinya memeerlukannya inovasi-inovasi baru dalam menarik perhatian masyarakat agar dapat menggunakan jasa layanan pendidikan tersebut. Terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan yakni dengan meenyusun strategi manajemen yang ada dalam sekolah agar dapat mengembangkan suatu lembaga pendidikan.¹

Sebagaimana yang tercantum dalam firman Allah SWT yang tercantum dalamsurat As Shaff ayat 4 yang berbunyi :

مَرَّضُونَ^٤ بَنِيَانٌ كَانَهُمْ صَفًّا سَبِيلَهُ فِي يُفَاتِلُونَ الَّذِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ

¹ Sahra Rohmatus Saidah, Dani Hermawan, and Moh Anwar, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember," *LEADERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (June 2022): 289, <https://doi.org/10.35719/leaderia.v3i1>.

Artinya: “ Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam satu barisan, seakan-akan mereka suatu bangunan yang teersusun kukuh”.²

Madrasah merupakan salah satu lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan islam. Hal tersebut juga meemunculkan kompetensi antara madrasah satu dengan lainnya. Maka dari itu penyelenggara pendidikan diharapkan dapat melakukan perencanaan yang baik dalam strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan agar dapat memunculkan keunikan seerta citra positif madrasahny agar dapat diminati oleh pelanggan jasa pendidikan.

Dalam peenyusunan strategi pemasaran jasa pendidikan kepuasan pelanggan ialah salah satu faktor penting yang perlu benar-benar untuk di perhatikan. Agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya dan juga dapat menarik pada taraf kepuasan pelanggan, maka dari itu perlu adanya kegiatan pelayanan publik yang dilakukan oleh steakholder dalam hal ini salah satunya yakni kegiatan penerimaan peserta didik baru.³

Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Pasal 1 pada ayat 1 yang berbunyi “Pelayanan publik adalah kegiatan

² Tim Penyempurnaan Al-Quran, *Al-Quran Dan Terjemahannya Edisi Penyempurna 2019, Juz 21-30* (Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Quran, 2019), 814.

³ Irwan Fathurrochman et al., “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas,” *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 6, no. 1 (June 2021): 1–12, <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.”⁴

Agar dapat menarik peminat pengguna jasa pendidikan lembaga pendidikan diperlukanya upaya-upaya kreatif untuk menunjukkan keunikan serta keunggulan dari lembaga tersebut. Persaingan antar lembaga pendidikan dapat menyebabkan kekalahan dalam sebuah persaingan salah satu contohnya di Jawa Timur terdapat kurang lebih ratusan sekolah dasar ditutup sebab peserta didiknya kurang dari 20 orang tiap kelasnya salah satu contohnya yakni 47 SD di kota Surabaya, 40 SD di kota Bangkalan, 31 SD di Tulungagung, 30 SD di kota jombang dan masih banyak lagi contoh lainnya. Dalam hal ini agar dapat meminimalisir beberapa kasus di atas maka strategi pemasaran adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat jasa pendidikan dengan metode yang berbeda-beda.⁵

Di daerah tuban jawa timur terdapat dua sekolah tingkat SMA ditutup salah satunya yakni SMAN 1 SENORI Dan SMA 1 WIDANG. Alasan sekolah tersebut yakni karena kurangnya prestasi yang dimiliki, tidak hanya itu sekolah tersebut tidak pernah meloloskan satupun siswanya masuk ke perguruan tinggi negeri.

⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat (1)*, n.d.

⁵ M Ilmil Zawawi and Zainal Abidin, “Strategi Pemasaran Madrasah Ibtidaiyah Di Jember Jawa Timur” 3, no. 1 (June 2022), <https://doi.org/10.35719/leaderia.v3i1>.

Beberapa pertimbangan telah dilakukan dengan berbagai Upaya namun tetap saja memiliki jumlah pendaftar yang sangat minim.⁶

Sebagaimana yang dapat kita lihat banyak sekali sekolah yang memanfaatkan media sosial seperti website sekolah, Instagram sekolah maupun media sosial lainnya sebagai salah satu strategi pemasaran. Salah satunya yakni lembaga pendidikan yang terletak di daerah Surabaya. Sekolah ini menerapkan situs website sekolah dalam strategi pemasarannya karena dengan adanya website tersebut dapat memperkenalkan sekolah tersebut secara lebih luas. Maka dari itu lembaga pendidikan perlu melakukan inovasi dalam mengelola pemanfaatan media sosial sebagai bahan promosi yang mana juga sebagai pelayanan yang dapat memberikan informasi juga dapat di jadikan sebagai bahan komunikasi antara pihak sekolah dan pihak wali murid maupun masyarakat lainnya. Jadi dalam hal ini wali murid tidak perlu datang langsung ke sekolah tetapi bisa melihat profil sekolah dari website tersebut.⁷

Youtube menjadi ialah salah satu media sosial yang mengalami peningkatan yang sangat pesat pada beberapa tahun terakhir tercatat sebanyak 2,68 miliar pengguna youtube di seluruh dunia. Sementara pengguna aktif youtube

⁶ Indra Gunawan, "Tak Ada Prospek, Dua SMA Tuban Tutup Tahun Depan," Radar Bojonegoro, accessed November 25, 2023, <https://radarbojonegoro.jawapos.com/bojonegoro/711314332/tak-ada-prospek-dua-sma-tuban-tutup-tahun-depan>.

⁷ Nurul Hidayati, "Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya," *Jurnal Kependidikan Islam* 11, no. 1 (2021): 111–33, <https://doi.org/10.15642/jkpi.2021.11.1.111-133>.

pengguna terus meningkat 9.17% di bandingkan pada tahun sebelumnya.⁸ Terdapat beberapa negara di dunia yang tercatat menjadi pengguna terbanyak di seluruh dunia, pertama di negara india yang mana pengguna youtube nya mencapai 467 juta pengguna. Kedua yakni dari negara amerika serikat tercatat sebanyak 246 juta pengguna pemakaian youtube. Ketiga yakni negara brazil tercatat sebanyak 142 juta pengguna. Dan pada peringkat keempat terbanyak di dunia yakni negara Indonesia tercatat sebanyak 139 juta pemakaian youtube terbanyak di tingkat dunia.⁹

Pada tahun 2023 Indonesia tercatat terdapat 167 juta pengguna media sosial, salah satunya yakni pada sosial media youtube. Di Indonesia sendiri youtube menjadi media sosial pertama yang banyak di gunakan dengan total pengguna sebanyak 139 juta pada awal tahun 2023.¹⁰ Di kabupaten Jember terdapat beberapa sekolah yang mempunyai youtube yang mana terdapat beberapa jumlah subscriber terbanyak salah satunya yakni SMA Negeri Umbulsari, SMAN 1 Jember, SMAN Pakusari, SMAN 3 Jember, MTSN 1 Jember. Dari beberapa

⁸ Cindy Mutia Annur, "Terus Bertambah, Jumlah Pengguna Youtube Di Dunia Capai 2,68 Miliar Orang per Kuartal I-2023," Databoks, accessed November 25, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/terus-bertambah-jumlah-pengguna-youtube-di-dunia-capai-268-miliar-orang-per-kuartal-i-2023>.

⁹ Cindy Mutia Annur, "Pengguna YouTube Di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak Di Dunia Pada Awal 2023," Databoks, accessed November 25, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20terbaru%20We%20Are,pengguna%20YouTube%20terbanyak%20di%20dunia>.

¹⁰ Agnez Z Yonatan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026," GoodStats, accessed November 25, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUALp#:~:text=Melansir%20Statista%2C%20di%20tahun%202017,total%20pengguna%2081%2C82%25>.

sekolah tersebut yang memiliki jumlah subscriber terbanyak dengan menampilkan video profil sekolah masing-masing dan juga telah di tonton sebanyak ribuan penonton.¹¹

Maka dari itu peneliti tertarik untuk untuk menjadikan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini sebagai tempat penelitian dikarenakan peneliti menemukan salah satu manajemen strategi jasa pemasaran pendidikan yang menggunakan salah satu media sosial yakni youtube. Jika dilihat dari tahun-tahun sebelumnya strategi pemasaran yang dilakukan ini menggunakan brosur serta benner yang di sebar di sekitar madrasah. Namun pada terakhir belakang ini ditemukan strategi yang berbeda dalam pemasaran jasa pendidikan. Di dalam strategi ini yakni menampilkan sebuah podcast dan film pendek di dalam youtube yang terdapat di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember. Dari hal tersebut dapat di ketahui bahwa hal ini lah yang menjadi salah satu strategi yang dilaksanakan oleh madrasah untuk menarik perhatian masyarakat melihat dari sisi positif lembaga tersebut. Adapun di dalam isi konten yang ditampilkan di dalam podcast maupun film pendek tersebut masih tersirat seputar tentang pendidikan yang di kemas secara menarik sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat dan juga dapat menambah citra positif dari suatu madrasah tersebut.

¹¹ Edy Wihardjo, "Video Profil Sekolah Di Jember," MAT: Mathematics Assesment Technology, accessed November 26, 2023, <https://mat.or.id/blog/video-profil-sekolah-di-jember/>.

B. Fokus Penelitian

Dengan adanya konteks penelitian yang telah di paparkan di atas, maka dirumuskan fokus penelitian yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana Formulasi Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ?
2. Bagaimana Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ?
3. Bagaimana Evaluasi Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan adanya fokus penelitian di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan terkait formulasi manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember
2. Untuk memaparkan terkait pengimplementasiannya dengan menggunakan media youtube dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember
3. Untuk mendeskripsikan evaluasi dari pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

D. Manfaat Penelitian

Dari adanya tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas dalam hal ini peneliti berharap penelitian dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat menambah wawasan keilmuan serta dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam bidang keilmuan khususnya pada bidang manajemen pendidikan, terutama terkait strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan, serta dapat memberikan kontribusi bagi lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi :

a. Bagi Peneliti.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tolak ukur kemampuan penulis dalam menyusun karya tulis ilmiah serta menjadi wawasan baru dan referensi yang relevan dalam penelitian selanjutnya khususnya dalam konteks strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

b. Bagi Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

Penelitian ini dapat menjadi referensi ataupun rujukan baru bagi lembaga pendidikan lainnya, sehingga dapat juga dijadikan acuan dalam menentukan suatu strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan. Selain itu penelitian ini dapat menjadi tolak ukur apakah proses strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di madrasah Aliyah negeri 3 jember sudah tepat sasaran atau belum.

c. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan rujukan baru bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember dan juga kepada mahasiswa manajemen pendidikan islam khususnya, terkait Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

d. Bagi Masyarakat Umum.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi masyarakat umum dalam memilih lembaga pendidikan untuk anak-anaknya serta juga menjadi acuan dalam memilih lembaga pendidikan

E. Definisi Istilah

a. Strategi Manajemen

Pada penelitian yang di maksud dengan strategi manajemen ialah perumusan visi misi yang digunakan dalam lembaga pendidikan melalui proses yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur, sehingga dapat

mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat beberapa Langkah dalam mengembangkan manajemen strategi yakni mulai dari perencanaan, pengimplementasian, dan evaluasi dari adanya pelaksanaan manajemen strategi tersebut.

b. Pemasaran Jasa Pendidikan

Manajemen pemasaran jasa pendidikan ialah proses melaksanakan kegiatan dimulai dari menganalisa, merencanakan, mengimplementasi serta mengawasi seluruh kegiatan (program) untuk mendapatkan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan suatu organisasi.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disini sebagai bentuk penjabaran terkait tatanan pembahasan pada skripsi ini yang dimulai dari bab pendahuluan sampai kepada bab terakhir yakni penutup, yang diuraikan sebagai berikut:

Bab 1 pendahuluan

Di dalam bab 1 pendahuluan ini berisi tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah sampai pada sistematika pembahasan.

Bab 2 kajian pustaka

Berisi tentang penelitian terdahulu yang menjadi intipembahasan baik dari segi perbedaan, kesamaan hingga pada permasalahan yang ditulis oleh penelitian sebelumnya dan terdapat kajian teori terkait Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Youtube Di Madrasah

Aliyah Negeri yang nantinya dijadikan bahasan referensi pada penelitian berikutnya.

Bab 3 metode penelitian

Memberikan penjelasan tentang jenis penelitian dan pendekatan, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data keabsahan data serta tahap-tahapan yang ada didalam penelitian ini.

Bab 4 penyajian dan analisis data

Menyajikan dan menguraikan terkait gambaran objek penelitian, penyajian data dengan analisis serta pembahasan temuan hasil penelitian.

Bab 5 penutup.

Pada bagian ini berisi terkait kesimpulan pada penelitian ini serta dapat memberikan saran kepada pihak-pihak yang ada, terkait Strategi Manajemen

Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri.¹²

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹² Tim Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (UIN Kiai Achmad Siddiq Jember, 2021).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang dipaparkan oleh Asep Supriyanto, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada tahun 2020. Dengan judul *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Muaro Jambi*.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan skripsi ini mengkaji terkait strategi yang digunakan dalam pemasaran jasa pendidikan melalui proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi hingga sampai pada tahap faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

Dalam perencanaannya skripsi ini melibatkan seluruh stakeholder yang ada yakni mulai dari kepala sekolah, waka kurikulum, waka kesiswaan, hingga sampai membentuk panitia penerimaan Peserta didik baru, sehingga dalam strategi pemasaran jasa pendidikannya dilakukan secara internal dan eksternal. Pada tahap pelaksanaannya penelitian ini menerapkan sistem zonasi, dan juga melakukan pendekatan ke beberapa sekolah dengan menawarkan keunggulan dari sekolah tersebut. Evaluasi yang dilakukan dalam penelitian ini melakukan sebuah kegiatan rapat bersama dewan guru terkait kekurangan yang

terjadi pada tahap pelaksanaan PPDB serta meninjau juga terkait faktor penghambat dan pendukung dari adanya kegiatan PPDB.¹³

2. Skripsi yang ditulis oleh Desi Afriwanti, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, pada tahun 2021. Yang berjudul *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di SMP-IT INSAN CENDEKIA BOARDING SCHOOL Payahkumbuh.*

Berdasarkan hasil pemaparan skripsi yang di tulis oleh desi afriwanti secara keseluruhan skripsi ini mengkaji terkait strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang dilaksanakan di SMP-IT INSAN CENDEKIA BOARDING SCHOOL Payahkumbuh. Dalam pelaksanaanya lembaga pendidikan ini melakukan promosi di beberapa sekolah dengan memperkenalkan kegiatan serta program unggulan seperti program birrul walidin, dan kegiatan yang kaitannya dengan bidang IT. Selain itu strategi marketing mix yang diterapkan di sekolah ini meliputi 8 p yakni strategi produk, price (harga), place(tempat), promosi, people, physical evidence, proses.¹⁴

3. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Syahrial Labaso, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2018. Dengan judul

¹³ Asep Supriyanto, “Manajemen Pemasaran JASA Pendidikan DI Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Muaro JAMBI” (Skripsi, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI, 2020).

¹⁴ Desi Afriwanti, “Strategi Pemasaran JASA Pendidikan DI SMP-IT INSAN Cendekia Boarding School PAYAKUMBUH” (Skripsi, IAIN BATUSANGKAR, 2021).

Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan jurnal pada penelitian ini membahas terkait strategi pemasaran yang mana dengan melihat segmentasi pasar yang di perlukan oleh pengguna jasa pendidikan. Dalam penelitiannya MAN 1 Yogyakarta ini mengklasifikasikan beberapa karakter tertentu yang dilihat dari ciri khas pengguna jasa pendidikan. Sehingga menghasilkan dua kelompok yakni kelompok islam tradisional dan kelompok islam modern. Dengan adanya perbedaan dari kedua karakter tersebut MAN 1 Yogyakarta memunculkan beberapa program terbarunya yakni program keagamaan khusus dan program madrasah riset. Adapun tujuan dari adanya program tersebut dapat menjawab kebutuhan yang di perlukan oleh kalangan islam modern dan kalangan islam tradisional. Selain itu pada proses pelaksanaanya strategi pemasaran jasa pendidikan ini menerapkan sistem marketing mix yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi bukti fisik, dan strategi proses.¹⁵

4. Skripsi yang di tulis oleh Muhammad Ulin Nuha, Fakultas Keagamaan. Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap, tahun 2021.

¹⁵ Syahrial Labaso, "Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta," *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 289–311, <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.

Dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MTS Kesugihan Cilacap.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan pada penelitian ini membahas terkait strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menerapkan 3 tahapan yakni dimulai dari tahapan segmentasi, yang mana pada tahap ini membuat beberapa pendekatan salah satunya yaitu pendekatan demografi, psikografi, geografi, dan manfaat. Sedangkan pada tahap targetting sekolah ini mengambil dari kalangan santri serta siswa/siswi SD/MI yang ada di sekitar wilayah kesugihan. Dan tahap yang terakhir yakni tahap positioning, yang mana memperkenalkan beberapa program unggulan untuk menarik daya tarik masyarakat seperti program unggulan kelas mulai dari kelas Bahasa Inggris, kelas tahfidz, dan program pembinaan karakter.¹⁶

5. Jurnal penelitian yang dipaparkan oleh Neneng Nurmalasari dan Imas Masiloh, Universitas Galuh, tahun 2020. Dengan judul *Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan jurnal ini membahas tentang strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial yang mana dalam pelaksanaannya berfokus pada tiga media sosial yakni Facebook, Instagram, dan YouTube. Dengan berfokus pada tiga media sosial tersebut dapat dijangkau oleh masyarakat, orang tua, bahkan calon siswa yang menjadi objek strategi

¹⁶ Muhammad Ulin Nuha, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Mts Minat Kesugihan Cilacap" (SKRIPSI, UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI (UNUGHA), 2021).

pemasarannya. Adapun beberapa faktor penghambat yakni salah satunya kurangnya fasilitas fisik yang lengkap, sedangkan faktor pendukungnya yakni sumber daya manusia sebagai pengelolanya sudah memadai.¹⁷

Tabel 2.1

Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Muaro Jambi.	Sama-sama membahas tentang tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan.	Perbedaannya terletak pada rumusan masalah yakni meliputi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan faktor penghambat serta faktor pendukung, sedangkan dalam penelitian ini tidak mencantumkan faktor penghambat dan faktor pendukungnya.	Perencanaan yang ada dalam penelitian ini dimulai dengan cara membentuk panitia peserta didik baru. Pada tahap pelaksanaannya penelitian ini menerapkan sistem zonasi. Evaluasi dalam penelitian ini dilakukan setiap saat pada proses pelaksanaan. Sedangkan faktor penghambatnya secara keseluruhan berjalan dengan baik begitupun faktor pendukungnya.
2.	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di SMP-IT INSAN CENDEKIA BOARDING	Sama-sama membahas tentang tentang pemasaran jasa pendidikan.	Perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni strategi pemasaran	Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran bauran (marketing

¹⁷ Neneng Nurmalasari and Imas Masitoh, "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial," *Journal of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543–48, <http://dx.doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>.

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	SCHOOL Payahkumbuh.		jasa Pendidikan, sedangkan dalam penelitian ini variable yang digunakan terkait Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Menggunakan Youtube	mix) yang memadukan antara strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat, strategi sumber daya manusia, sarana dan prasarana yang mana dalam keseluruhan sudah berjalan dengan baik dan sebagaimana mestinya.
3.	Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta.	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif	Perbedaannya terletak pada penerapan marketing mix dalam pemasaran jasa Pendidikan, sedangkan penelitian ini mengacu pada manajemen strategiyang digunakan dalam proses Pemasaran Jasa Pendidikan	Hasil penelitian dalam penelitian ini MAN 1 Yogyakarta dapat menerapkan model dari teori marketing mix dalam ruang lingkup strategi pemasaran pada lembaga Pendidikan islam, meskipun terdapat beberapa bagian yang perlu untuk di kembangkan Kembali contohnya seperti dalam hal sarana dan prasarana.
4.	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MTS Kesugihan Cilacap.	Persamaannya sama-sama membahas tentang pemasaran jasa pendidikan	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni terletak pada jenis penelitiannya yang menggunakan pendekatan lapangan.	Strategi dalam penelitian ini meliputi segmentasi, targeting, dan positioning dalam memaksimalkan kegiatan pemasaran jasa Pendidikan. Dalam hal ini mts

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
			Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	minat mengalami proses yang sangat Panjang sehingga perlu dilakukan secara bertahap dan tetap Batasan yang telah mereka tetapkan.
5.	Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial.	Sama-sama membahas strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial	Perbedaanya terletak pada media sosial yang digunakan. Dalam penelitian ini berfokus pada media sosial berbasis youtube	Dalam penelitian ini strategi pemasaran Pendidikan memiliki media yang dianggap paling efektif dalam kegiatan pemasaran yakni facebook, Instagram, dan youtube karena di anggap efektif dan efisien sehingga dapat di jangkau oleh banyak kalangan mulai dari masyarakat, orang tua, dan calon peserta didik.

Dengan adanya penelitian terdahulu yang telah di paparkan di atas maka dapat diambil kekurangan dari penelitian sebelumnya yakni lebih berfokus pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan metode marketing mix dan produk. Jika di amati lebih lanjut dalam sebuah kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang di perlukan yakni lebih memerhatikan kepada manajemen strategiyang digunakan dalam proses

pemasaran jasa pendidikan yakni dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga sampai pada tahap evaluasi.

Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk melakukan pembaharuan serta orsinalitas penulis dalam mengkaji Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yang didasarkan pada tahapan manajemen strategimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga sampai pada tahap evaluasi.

Tabel 2.2
Orientasi Penelitian

Nama Peneliti	Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian
Inayah Nurul Izza	Manejemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Formulasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ? 2. Bagaimana Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan 	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif artinya peneliti menggambarkan seluruh kegiatan penelitian dengan menggunakan penjabaran yang dituangkan dalam bentuk narasi text. Dalam penelitiannya peneliti mendatang secara lansung lokasi yang dijadikan sebagai penelitian dengan melakukan wawancara observasi dan dokumentasi yang diperlukan sebagai data penunjang dalam penelitian ini.

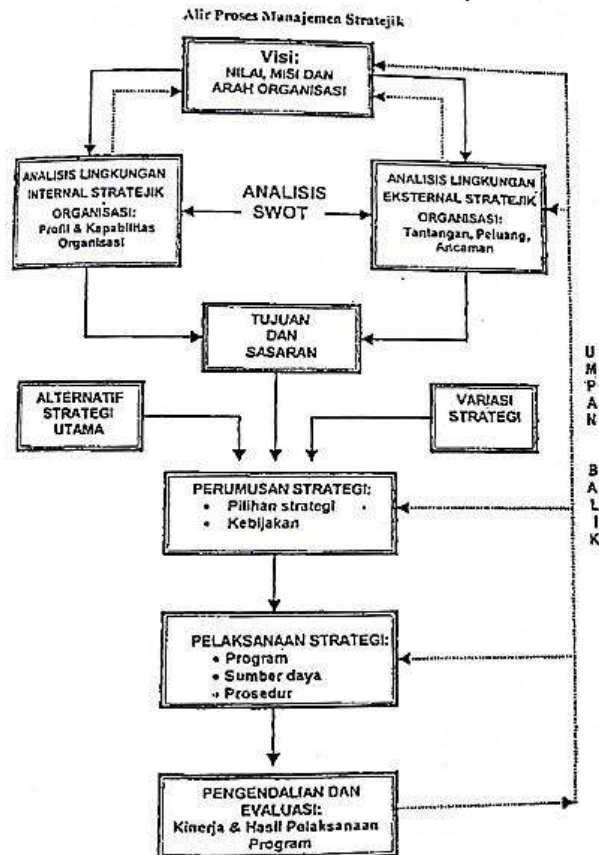
Nama Peneliti	Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian
		<p>Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ?</p> <p>3. Bagaimana Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ?</p>	

B. Kajian Teori

1. Manajemen Strategi

Dalam hal ini terdapat dua pengertian yakni dari kata Strategi dan Manajemen. Strategi berasal dari kata Bahasa Yunani yakni, “strategos” yang mempunyai arti militer dan ag mempunyai arti memimpin. Secara etimologi arti kata strategi dalam manajemen ialah kiat, cara, atau taktik utama yang dirancang secara sistematis dan terstruktur dalam melaksanakan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen, yang pada dasarnya mengarah kepada

tujuan dari sebuah organisasi. Adapun persepektif lain yang dipaparkan oleh beberapa ahli yakni salah satunya pendapat dari Kotler yang mengemukakan bahwa strategi merupakan suatu penetapan serta penempatan misi dalam suatu organisasi yang dapat digunakan untuk menggapai sasaran dan memastikan kembali proses pengimplementasinya secara tepat sehingga tujuan dan sararan dari organisasi tersebut dapat tercapai. Sedangkan kata manajemen berasal dari kata “to manage” yang mempunyai arti mengatur, mengurus, atau mengelola. Menurut Hasibuan manajemen yakni sebuah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia yang dilakukan secara efektif dengan didukung oleh sumber-sumber lain seperti pemanfaatan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.



Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategi

Adapun proses strategi manajemen diatas menunjukkan kepada proses pendekatan yang di atur secara sistematis dan dikondisikan oleh suatu organisasi, sehingga mengarah kepada tujuan sekolah yang dapat memberikan suatu keberhasilan sekolah. Jadi manajemen strategi ialah suatu proses dimana mengendalikan organisasi agar dapat mengarah kepada tujuan dan sasarannya sehingga rencana tersebut disusun secara sistematis dan efisien. Dalam hal ini manajemen stratejik mempunyai

kaitan kepada permasalahan pada strategi perencanaan serta bagaimana pelaksanaan strategi tersebut.¹⁸

Adapun pendapat dari wheelen dan hunger menyatakan bahwa manajemen strategisebagai berikut :

“Strategic management is that set of managerial and action that determines the long term performance of a corporation. It includes strategy formulation, strategy implementation, and evaluation”.

Dalam hal ini manajemen strategi ialah rangkaian kegiatan pengambilan keputusan manajerial serta kegiatan yang di dalamnya menentukan keberhasilan suatu organisasi. Adapun beberapa kegiatan di dalamnya yakni mulai dari perumusan atau perencanaan strategi, pelaksanaan, serta, evaluasi kegiatan yang ada dalam suatu organisasi. Wheelen dan Hunger menyatakan bahwa manajemen strategi yakni suatu pengambilan keputusan yang diperoleh secara manajerial yang bertujuan untuk memperoleh suatu keberhasilan suatu organisasi yang terjadi dalam jangka panjang. Dengan mengacu pada analisa perencanaan, implementasi, serta evaluasi dan pengawasan yang terencana. Dalam hal ini penerapan manajemen strategiterletak pada rangkaian kegiatan yang

¹⁸ Nur Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 5-17.

dilakukan secara tepat pada persoalan lingkungannya untuk mengkaji terkait ancaman dan peluang yang berfungsi bagi kemajuan suatu organisasi¹⁹

Adapun pendapat lain dari para ahli manajemen yakni yang ditulis dari pendapat Terry bahwa manajemen ialah sebuah proses mulai dari perencanaan (planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakan (Actuating), dan pengawasan (Controlling) dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Kootz dan Wehrich manajemen ialah proses dari suatu rancangan yang dapat bekerjasama dengan orang lain maupun kelompok.²⁰

Berdasarkan beberapa pemaparan beberapa pendapat ahli di atas manajemen strategi ialah perumusan visi misi yang digunakan dalam lembaga pendidikan melalui proses yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur, sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini terdapat beberapa langkah dalam mengembangkan manajemen strategi yakni mulai dari perencanaan, pengimplementasian, dan evaluasi dari adanya pelaksanaan manajemen strategi.

¹⁹ Nazarudin, *MANAJEMEN STRATEGIK* (Palembang: NoerFikri Offset, 2020), 3-5.

²⁰ Suhadi Winoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Bildung, 2020), 2.

1) Perencanaan Manajemen Strategi

Planning berasal dari kata. plan yang artinya rencana kemudian di terjemahkan menjadi planning yang mempunyai arti perencanaan. Dalam hal ini sebuah kegiatan yang ada dalam manajemen pendidikan islam salah satunya yakni berkaitan dengan penentuan awal tujuan sebuah kegiatan di bentuk kemudian menghasilkan kebijaksanaan yang mengarah pada prosedur pelaksanaan dalam mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Dalam kegiatan perencanaan terdapat beberapa langkah yang harus diperhatikan oleh manajer dan pengelola pendidikan. Hal tersebut dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi sebelumnya dalam tahap pelaksanaan pengelolaan pendidikan.²¹

Dalam tahap perencanaan diperlukan sebuah kegiatan untuk memikirkan dan membuat serangkaian kegiatan yang tujuannya untuk mencapai goals yang diinginkan sebelumnya. Dengan membuat serangkaian kegiatan dalam proses perencanaan didapatkan beberapa tahapan yakni dengan cara mengidentifikasi masalah, membuat penetapan tujuan, mengidentifikasi masalah hingga sampai pada tahap pemilihan

²¹ Boedi Abdullah, *Manajemen Pendidikan Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 211-214.

alternatif yang kemudian akan digunakan dalam proses pelaksanaan pendidikan.²²

Menurut Wendy Sepmandy Hutahean dalam bukunya yakni Dasar Manajemen dijelaskan bahwa perencanaan yang ada dalam manajemen ialah suatu proses dimana suatu organisasi merealisasikan tujuan yang telah di rumuskan. Adapun tujuan dari perencanaan yakni untuk meminimalisir suatu hambatan serta ancaman yang ada pada suatu organisasi. Pada dasarnya perencanaan di bentuk menjadi dua yang mana disesuaikan dengan tingkatan manajemen yakni rencana operasional dan rencana strategis. Rencana operasional adalah suatu rencana dimana perencanaan ini dimulai dengan adanya perincian dari suatu pelaksanaan rencana strategis baik dari rencana sekali pakai (single use) dan rencana baku (standing use) yakni rencana yang dapat di pakai secara berulang-ulang. Sedangkan rencana strategis yakni suatu rencana yang dibuat untuk menentukan visi misi organisasi, sasaran dan program kerja untuk mencapai tujuan daripada organisasi tersebut.²³

²² Imron Fauzi, *Manajemen Pendidikan Ala Rasulullah* (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2019), 37.

²³ Wendy Sepmandy Hutahean, *Dasar Manajemen* (Malang: Ahlimedia Press, 2018), 12-13.

Johnson berpendapat bahwa perencanaan adalah suatu rangkaian tindakan yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan perencanaan disusun berbagai visi, misi, strategi, tujuan dan sasaran organisasi yang pada tingkat awal menggunakan pengambilan keputusan (decision making) yang juga merupakan inti dari manajemen.

Menurut Candra Wijaya Dan Muhammad Rifa'i perencanaan merupakan langkah awal kegiatan manajemen dalam setiap organisasi, karena melalui perencanaan ini ditetapkan apa yang akan dilakukan, kapan melakukannya, dan siapa yang akan melakukan kegiatan tersebut. Akan tetapi sebelum sampai pada langkah-langkah ini diperlukan data dan informasi yang cukup serta analisis untuk menetapkan rencana yang konkrit sesuai kebutuhan organisasi.²⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa perencanaan ialah suatu tindakan dimana sebelum menentukan suatu kegiatan perlu melakukan perencanaan yang matang seperti menentukan strategi pelaksanaan dalam organisasi dimulai dari penentuan visi misi, tujuan kegiatan tersebut dibentuk hingga sampai pada tahap penentuan sasaran.

²⁴ Candra Wijaya and Muhammad Rifa'i, *Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif Dan Efisien* (Medan: Perdana Publishing, 2016), 28.

a. Visi Misi Organisasi.

Dalam perumusan visi misi langkah awal yang dilakukan yakni dengan mengasesmen lingkungan sekolah ataupun madrasah yakni dengan cara menganalisis kebutuhan dasar yang dibutuhkan dalam lingkungan pendidikan. Dalam pemenuhan visi misi perlu melakukan penyusunan tata kelola madrasah maupun tata kelola pelajaran, hal tersebut dilakukan untuk membuat sejumlah program kegiatan dalam strategi manajemen.²⁵

Menurut Freed R. David visi disini salah satu bentuk gambaran terkait suatu kondisi yang ada pada lembaga yang mana diwujudkan di masa yang akan datang, sedangkan misi yakni sebuah susunan rencana yang akan dicapai dalam mencapai tujuan yang ada di suatu lembaga.²⁶

Menurut Kotler Visi disini diartikan sebagai tujuan dari suatu organisasi yang dituangkan dalam bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat yang mana didalamnya berisi tentang aspirasi dan cita-cita di masa depan.

Dalam hal ini visi disini sebagai bentuk pandangan jauh kedepan untuk memberikan gambaran bagaimana cita-cita dari sebuah

²⁵ Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2017), 133.

²⁶ Citra Ayu Anisa, "Visi Misi Menurut Freed R David Dalam Persepektif Pendidikan Islam," *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (March 2020): 74–77, <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>.

organisasi. Sedangkan misi ialah suatu bentuk nyata yang dapat memberikan garis besar tentang cara mencapai suatu visi yang telah dirumuskan.²⁷

Dari beberapa pendapat di atas bahwa visi misi ialah suatu pandangan sekolah terhadap pencapaian tujuan yang di inginkan oleh sekolah kemudian dituangkan dalam bentuk kegiatan serta pelayanan yang ada di sekolah. Setiap lembaga pendidikan visi misi disini menjadi salah satu tujuan dalam proses pencapaian lembaga pendidikan dalam beberapa tahun kedepan.

b. Tujuan Perencanaan

Jika dilihat secara umum tujuan sebuah organisasi merupakan keadaan atau sebuah tujuan yang hendak di capai dalam suatu organisasi melalui sebuah kegiatan yang ada dalam sebuah organisasi. Terdapat beberapa prinsip dalam menentukan tujuan di sebuah organisasi salah satu diantaranya yakni dalam perumusan tujuan yang jelas perlu menentukan tujuan kemana organisasi tersebut akan di bawa setelah itu perlu adanya pembagian tugas sehingga dapat mengetahui tugasnya masing-masing.²⁸

Adapun tujuan dari perencanaan manajemen menurut

Arifin dan Hadi yakni (1) mengurangi resiko dan perubahan

²⁷ Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 12-14.

²⁸ Anam Miftakhul Huda and Diana Elvianita Martanti, *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK* (Bali: JAYAPANGUS PRESS, 2018), 20-21.

yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang (2) memfokuskan kegiatan sasaran yang telah ditetapkan (3) menjamin proses pencapaian tujuan dan terlaksana secara efektif dan efisien (4) memudahkan dalam kegiatan pengawasan.²⁹

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari adanya perencanaan dalam manajemen strategi yakni untuk mencapai apa yang telah dirumuskan sebelumnya dalam proses perencananan sehingga dapat memfokuskan kegiatan sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga yang ada dalam bidang pendidikan. Dalam hal ini tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya haruslah jelas dan tepat sehingga dapat membuat rancangan kegiatan yang mengarah pada

sasaran suatu organisasi

c. Sasaran Organisasi

Sasaran ini yakni hasil dari aktivitas yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam hal ini pencapaian dari sasaran haruslah berlandaskan misi suatu organisasi, Terdapat perbedaan antara tujuan dan sasaran. Istilah tujuan lebih mengacu pada

²⁹ Abd Rohman, *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (Malang: Intelegensia Media, 2017), 71.

pernyataan open-ended yakni tentang apa yang orang inginkan untuk mencapai kualifikasi yang hendak dicapai.³⁰

Adapun pengertian sasaran yang di sampaikan oleh kasmir yakni dalam menentukan sasaran dapat dilihat dari dengan cara mengevaluasi keaktifan setiap segmen dan kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian segmen sasaran. Dalam memilih segmen sasaran yang dapat dijadikan sebagai fokus upaya pemasaran yakni berpacu dalam 3 hal pertama segmentasi geografi yakni mengidentifikasi lingkungan sekolah dan sekitarnya, kedua segmentasi demografi yakni dapat berupa mengidentifikasi agama, umur dan pendidikan dan yang terakhir yakni segmentasi perilaku yang didapat dari perilaku calon peserta didik dan perilaku orang tua calon peserta didik.³¹

Dapat disimpulkan bahwa sasaran ialah sebuah penentuan segmen pasar yang tujuannya untuk menarik peminat dengan cara mengembangkan kegiatan yang berorientasi pada sasaran yang diinginkan. Dalam hal ini terdapat 3 fokus Upaya dalam memilih

³⁰ Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)*.

³¹ Andi Cahyo Purnomo, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran," *INOVASI: Jurnal Sosial Humainora Dan Pendidikan* 1, no. 2 (May 2022): 131–37, <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>.

segmen pasar dalam bidang pendidikan yakni segmentasi geografi, segmentasi demografi dan segmentasi perilaku.

2) Implementasi Manajemen Strategi

Implementasi ialah salah satu perwujudan dari adanya perencanaan tujuan serta rumusan-rumusan strategik yang sebelumnya sudah ditentukan. Implementasi dalam manajemen sering disebut dengan tahapan aksi dari perencanaan manajemen strategik yakni berupa program-program yang telah ditetapkan dalam proses perumusan strategik. Oleh karena itu terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan para stakeholder pendidikan yakni mulai dari program, anggaran, dan prosedur pelaksanaan. Jadi implementasi manajemen strategik ialah sebuah proses manajemen dalam mewujudkan strategi dan kebijakannya melalui tindakan pengelolaan sumber daya organisasi.

Dalam proses pengimplementasian manajemen strategimelibatkan Upaya besar yang mana tujuannya di lakukan dalam bentuk penyelenggaraan program sekolah. Adapun pendapat ahli yakni menurut Schendel dan hofer implementasi manajemen strategidapat dilakukan jika dikelompokkan ke dalam kategori alat administrasi yakni dimulai dari pembentukan struktur pengelolaan pendidikan. Kedua menjalankan segala proses yang telah dibuat mulai dari tugas di setiap masing-masing bidang pengelolaan pendidikan hingga sampai pada tanggung jawabnya sendiri-

sendiri. Ketiga melakukan pemotivasian sumber daya manusia dengan menggambarkan semangat kerja, penghargaan atas suatu pencapaian, pendisiplinan dalam bekerja, dan perlakuan etika dan moral. Dengan begitu proses pengimplementasian manajemen strategidapat menggait seluruh jajaran kegiatan manajerial yang ada di dalam pengelolaan lembaga pendidikan.³²

Padadasarnya implementasi strategi ialah sebuah tindakan pengemim plementasian strategi yang telah disusun ke dalam berbagai alokasi sumber daya secara optimal. Implementasi strategi menggambarkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya melalui sebuah kegiatan yang ada pada suatu organisasi. Terdapat lima Langkah dalam mengimplementasikan manajemen strategis yakni yang pertama menganalisis dan merencanakan perubahan-perubahan yang ada. Kedua mengomunikasikan perubahan. Ketiga mendorong perubahan. Keempat mengembangkan inisiasi masa transisi dan yang terakhir yakni mengondisikan kondisi baru dan tindak lanjut.³³

Menurut Anam Miftkhul Huda dan Daiana Elvianita Martanti Implementasi strategi ialah jumlah keseluruhan aktivitas dan pilihan yang

³² Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, 139.

³³ Ahmad Ahmad, *MANAJEMEN STRATEGIS* (Makasar: CV Nas Media Pustaka, 2020), https://books.google.co.id/books?id=DgQLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Manajemen+Strategis+2020&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwipk_6R0YaEAxXJ1zgGHYAhATAQ6wF6BAgJEA#v=onepage&q=Manajemen%20Strategis%202020&f=false.

sangat dibutuhkan untuk dapat melaksanakan proses perencanaan strategis. Kunci kesuksesan dari adanya perumusan strategi yakni dapat dilihat dari pengimplentasian yang di jalankan dalam manajemen strategik. Implementasi strategis merupakan proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan ptosedur.³⁴

Dapat disimpulkan bahwa implementasi manajemen strategiialah suatu aksi yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari suatu lembaga pendidikan. Proses ini mencakup perubahan-perubahan di dalam budaya, struktur serta sistem manajemen secara menyeluruh dalam organisasi. Dalam hal ini perwujudan implementasi dapat berupa kebijakan yang ada melalui pengembangan program, anggaran biaya dan prosedur pelaksanaan.

a. Program

Program ialah merupakan salah satu pernyataan tentang aktivitas atau bisa dikatakan sebagai langkah-langkah yang digunakan untuk menjadikan suatu rencana yang digunakan sehingga dapat menjadikan sebuah strategi dalam pengimplementasian manajemen dan berorientasi kepada suatu aksi yang dijalankan. Dalam hal ini program meliputi

³⁴ Miftakhul Huda and Martanti, *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK*, 38.

pengontruksian organisasi, perubahan budaya internal organisasi, atau memulai suatu upaya pembahasan yang baru. Tujuan dari adanya program dalam implementasi manajemen strategi disini untuk membuat tindakan yang berorientasi pada strategi yang diinginkan sebelumnya.³⁵

Dapat disimpulkan bahwa program ialah salah satu kegiatan yang di rancang oleh sekolah untuk menjalankan suatu rencana yang telah di rumuskan sebelumnya, kemudian dijalankan untuk mencapai tujuan yang ada pada suatu organisasi maupun lembaga pendidikan.

b. Anggaran Biaya

Anggaran biaya ialah pernyataan tentang program-program yang ada di dalam suatu organisasi dan dihitung menggunakan rupiah, pembuatan daftar secara rinci di setiap biaya yang ada pada suatu program sehingga dapat digunakan baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan maupun pada proses pengendalian. Di dalam anggaran biaya tidak hanya berpacu pada pemberian uraian rencana terperinci melainkan kepada strategi baru dalam aksi dan juga dalam perincian pernyataan finansial yang diharapkan sehingga dapat berdampak pada kondisi finansial yang ada dalam suatu organisasi. Proses anggaran dimulai setelah program

³⁵ Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)*, 19.

dikembangkan. Dalam suatu perencanaan kemudian sebuah anggaran tersebut di proses sehingga pada tahap pengecekan akhir dapat menjadi hal yang nyata dari sebuah korporasi terhadap kelayakan strategi yang dipilihnya.³⁶

Dapat disimpulkan bahwa anggaran biaya ialah suatu daftar yang dilakukan secara terperinci yang mana di dalamnya berisi tentang penggaran dana yang dikalkulasikan kedalam bentuk rupiah sehingga dapat menunjukkan daftar program-program yang memerlukan penganggaran dana di dalam suatu organisasi maupun lembaga pendidikan.

c. Sumber daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia ialah salah satu ilmu yang didalamnya berbicara tentang hubungan dan peranan sumber daya yang dimiliki oleh suatu individu secara efisien dan efektif sehingga dapat mencapai apa yang menjadi tujuan di dalam suatu organisasi. Adapun pengertian lain menurut pakar manajemen yakni menurut Melayu SP. Hasibuan mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia ialah suatu seni yang mengatur terkait hubungan dan peranan tenaga kerja agar berjalan efektif dan

³⁶ Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)*, 19.

efisien sehingga dapat mewujudkan tujuan dari suatu organisasi maupun lembaga.³⁷

Menurut T Hani Handoko manajemen sumber daya manusia ialah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan pengadaan, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar dapat mencapai tujuan individu, organisasi dan Masyarakat. Sumber daya yang baik yang mana di Kelola oleh manusia maka akan menentukan kesuksesan suatu organisasi tersebut. Namun sebaliknya jika manajemen sumber daya organisasi tersebut tidak dikelola dengan baik maka efektivitas organisasi tersebut tidak akan tercapai dengan baik.³⁸

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sumber daya ini ialah suatu hubungan antara manusia satu dengan manusia yang lain untuk mencapai efektivitas yang ada dalam suatu organisasi. Adapun peran penting dari adanya sumber daya manusia dalam manajemen disini ialah bagaimana cara manusia untuk mengelola

³⁷ Ni Wayan Dian Irmayani, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), https://books.google.co.id/books?id=KadcEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=sumber+daya+manusia+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiiJS3z-6DAxXT2DgGHZr4CuYQ6AF6BAgMEAI#v=onepage&q=sumber%20daya%20manusia%20adalah&f=false.

³⁸ I Gusti Ketut Purnaya, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), https://books.google.co.id/books?id=OC03DgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=sumber+daya+manusia+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiiJS3z-6DAxXT2DgGHZr4CuYQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=sumber%20daya%20manusia%20adalah&f=false.

dengan baik agar dapat menjadi penentuan dan pencapaian suatu organisasi.

d. Prosedur Pelaksanaan

Dalam hal ini prosedur adalah suatu sistem terkait langkah-langkah yang diuraikan secara rinci bagaimana suatu tugas ataupun program telah dilaksanakan atau belum. Jika dilihat secara tidak langsung prosedur disini merinci aktivitas yang harus dilakukan Setelah anggaran diprogram, divisional dan Perusahaan disetujui, maka prosedur operasi standar harus dikembangkan. Diperinci secara khusus dalam berbagai aktivitas untuk dapat menyempurnakan program-program korporasi. Tetapi juga harus melakukan pembaharuan untuk mewakili beberapa perubahan teknologi.³⁹

Dapat disimpulkan bahwa prosedur pelaksanaan ialah suatu tahapan yang ada pada suatu pengimplementasian pelaksanaan dalam manajemen strategiyang mana diuraikan secara rinci terkait progress daru suatu program yang telah atau sedang dilaksanakan.

³⁹ Miftakhul Huda and Martanti, *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK*, 40-41.

3) Evaluasi Manajemen Strategi

Secara harfiah kata evaluasi berasal dari Bahasa Inggris yakni *evaluation* sedangkan dalam Bahasa Arab kata evaluasi berasal dari kata *Al-Taqdir* yang artinya penilaian. Menurut Lessinger evaluasi yakni sebuah proses penilaian dengan cara membandingkan antara tujuan yang diharapkan dengan prestasi nyata yang telah di capai. Sedangkan menurut Wysong evaluasi adalah proses menggambarkan, memperoleh, atau menghasilkan informasi yang berguna untuk mempertimbangkan suatu keputusan.⁴⁰

Evaluasi ini sebuah proses dimana pemantauan dan penilaian aktivitas kinerja organisasi di lapangan terhadap aktivitas kinerja yang diinginkan sebelumnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa evaluasi dan pengendalian ini unsur pokok dari strategi manajemen. Selain itu hal ini juga dapat menunjukkan kelemahan dari rencana-rencana strategi yang dilaksanakan sebelumnya, dengan demikian menstimulasi keseluruhan proses untuk memulainya kembali.⁴¹

Dapat disimpulkan bahwa evaluasi yakni suatu proses dimana suatu organisasi memerlukan sebuah penilaian atas pelaksanaan yang telah di rencanakan sebelumnya pada proses perencanaan dalam manajemen

⁴⁰ Sukantin Sukantin, *Manajemen Dan Evaluasi Kerja* (Yogyakarta: Deepublish, 2022).

⁴¹ Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)*, 18.

strategik. Dengan adanya proses evaluasi ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dan pengambilan keputusan pada proses perencanaan selanjutnya.

Dalam evaluasi dan pengendalian terdapat beberapa indikator yakni kinerja dan hasil pelaksanaan program yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Hasil Pelaksanaan Program

Evaluasi program ialah suatu upaya untuk menentukan secara jelas terkait implementasi kebijakan dengan cara mengetahui efektivitas dari suatu komponen program yang di jalankan. Evaluasi program adalah suatu penerapan metode yang dirancang secara sistematis yang digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang operasi dan hasil pelaksanaan suatu program sehingga dapat menjadi pemantauan berkelanjutan. Artinya hasil pelaksanaan evaluasi disini berupa outcomes atau hasil suatu program yang mempunyai jangka waktu yang tidak terbatas.⁴²

Evaluasi program sangatlah penting untuk menilai sebrapa jauh program tersebut telah dilaksanakan, maka dari itu tujuan dari adanya hasil pelaksanaan evaluasi program ini untuk merancang program di masa yang akan datang agar mempunyai prencanaan yang matang ketika ingin menjalankan program itu kembali. Adapun hasil pelaksanaan evaluasi

⁴² Pinton Setya Mustafa, "Model Discrepancy Sebagai Evaluasi Program Pendidikan," *PALAPA: Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* 11, no. 1 (May 2021): 183–98, <https://doi.org/10.36088/palapa.v9i1.1067>.

program ini berupa bahasan yang ada pada forum rapat mengenai perkembangan yang ada di dalam suatu program. Proses pelaksanaan evaluasi program yang telah dilaksanakan oleh suatu lembaga pendidikan haruslah dinilai apakah program tersebut telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang sudah dirumuskan sebelumnya.⁴³

Dapat disimpulkan bahwa hasil pelaksanaan evaluasi program merupakan suatu penilaian hasil yang telah di terapkan dalam pengimplementasian strategi manajemen. Dengan begitu program yang telah dilaksanakan dapat dilihat seberapa jauh program tersebut telah terlaksanakan. Hasil pelaksanaan evaluasi program ini didapat dari kegiatan rapat yang mana didalamnya membahas terkait perkembangan yang ada di dalam suatu program.

b. Kinerja

Kinerja berasal dari Bahasa Inggris yang artinya “performance” yang artinya pekerjaan, perbuatan, dan penampilan. Menurut Krikpatrick dan Nixon kinerja ialah sebuah tolak ukur kesuksesan suatu organisasi dalam suatu pencapaian tujuan yang telah ditetapkan atau direncanakan sebelumnya. Menurut Harris, Meintyre, Litleton dan Long mengatakan bahwa kinerja ialah sebuah sikap yang menunjukkan suatu kompetensi

⁴³ Mustangin Mustangin, Muhammad Fauzan Akbar, and Wahyu Novita Sari, “Analisis Pelaksanaan Program Pendidikan Nonformal Bagi Anak Jalanan,” *International Journal Of Community Service Learning* 5, no. 3 (August 2021): 235–41, <https://doi.org/10.23887/ijcs.v5i3.38821>.

yang dimiliki oleh seseorang melalui tugas serta gambaran perilaku yang difokuskan pada konteks pekerjaan yakni dari tingkah laku untuk mewujudkan kebutuhan organisasi yang dibutuhkan.⁴⁴

Menurut Bernadin dan Russel mendefinisikan bahwa kinerja ialah suatu catatan tentang hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu selama kurun waktu yang telah ditentukan. Sedangkan menurut gomes kinerja adalah suatu prestasi kerja yang di capai oleh seseorang yang dilihat dari ukuran atau tolak ukur yang telah di tentukan.⁴⁵

Dapat disimpulkan bahwa kinerja disini ialah suatu proses pencapaian atas perilaku ataupun perbuatan seseorang terkait hasil prestasi seseorang maupun suatu kelompok organisasi dalam mewujudkan apa yang dibutuhkan pada tahap perencanaan sebelumnya. Adapun tujuan dari adanya proses kinerja yakni untuk melihat sebrapa jauh pelaksanaan telah tercapai melalui penilaian kinerja yang ada pada suatu organisasi maupun jasa pendidikan.

Dalam kegiatan evaluasi terdapat 3 penerapan dalam evaluasi yakni yang pertama evaluasi menjadi suatu proses yang dilakukan secara terus menerus bukan hanya dilaksanakan pada akhir saja namun tetap dimulai

⁴⁴ Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*.

⁴⁵ Akhmad Fauzi and Rusdi Hidayat Nughroho, *Manajemen Kinerja* (Surabaya: Ailangga Universty Press, 2020), https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hMjjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kinerja+&ots=GqnnDM0RpK&sig=A3wQVV2W1nagu1rZyas7I4xSIBw&redir_esc=y#v=onepage&q=kinerja&f=false.

dari awal kegiatan dengan melihat evaluasi yang telah di lakukan sebelumnya. Kedua evaluasi haruslah mengarah pada tujuan tertentu guna untuk memberikan hasil penilaian untuk memperbaiki kegiatan selanjutnya. Ketiga evaluasi dapat menggunakan berbagai alat ukur yang akurat sebagai proses pengumpulan informasi yang tujuannya untuk membuat keputusan.⁴⁶ Pada hakikatnya evaluasi ini suatu proses yang digunakan untuk memastikan tujuan-tujuan yang telah di tetapkan dapat tercapai:

- a. Kegiatan evaluasi Strategi Mengkaji landasan strategi bisnis/perusahaan
Membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa kinerja sesuai dengan rencana
- b. Kriteria Evaluasi Strategi Adapun kriteria evaluasi strategi adalah: (1) Konsistensi; sebuah strategi tidak boleh memiliki tujuan dan kebijakan yang tidak konsisten. (2) Kelayakan; sebuah strategi tidak boleh terlalu banyak membebani sumber daya yang ada, serta tidak boleh menciptakan sub masalah yang tidak dapat dipecahkan. (3) Kesesuaian; kesesuaian mengacu pada kebutuhan para perencana strategi untuk mengkaji serangkaian tren maupun masingmasing tren dalam mengevaluasi strategi. Dan (4) Keunggulan; sebuah strategi harus

⁴⁶ Dina Febriana, *Evaluasi Pembelajaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=moM_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=evaluasi+&ots=VAUZ5z2LJx&sig=3f4RDz9rnBWGaKzcaqMX3BU4OgI&redir_esc=y#v=onepage&q=evaluasi&f=false.

mendorong penciptaan dan/atau mempertahankan keunggulan kompetitif dibidang kegiatan tertentu.

c. Alasan perlunya Evaluasi Strategi Semakin kompleknya masalah lingkungan, maka semakin sulit memprediksi masa depan organisasi. Berkurangnya rentang waktu dimana perencanaan dapat dilakukan dengan tingkat ketepatan tertentu.

d. Proses Evaluasi Strategi Evaluasi strategi harus mempertanyakan harapan dan asumsi manjerial, harus memicu tinjauan sasaran dan nilai dan harus merangsang kreativitas dalam menghasilkan alternatif dan memformulasikan kreteria evaluasi.Evaluasi strategi harus dilak asnakan secara berkelanjutan, bukannya diakhir periode waktu tertentu atau setelah terjadi masalah. 95 Manajemen Strategik: Konsepsi Dasar dan

Praktis

e. Mengkaji ulang Landasan strategi dengan Mengembangkan matrik External Factors Evaluation (EFE) dan Internal Factors Evaluation (IFE).

f. Mengukur Kinerja Organiasi Aktifitas ini termasuk membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Sasaran jangka panjang dan sasaran tahunan biasanya

dipakai dalam proses ini. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan.⁴⁷

Dalam kegiatan evaluasi terdapat 3 penerapan dalam evaluasi yakni yang pertama evaluasi menjadi suatu proses yang dilakukan secara terus menerus bukan hanya dilaksanakan pada akhir saja namun tetap dimulai dari awal kegiatan dengan melihat evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya. Kedua evaluasi haruslah mengarah pada tujuan tertentu guna untuk memberikan hasil penilaian untuk memperbaiki kegiatan selanjutnya. Ketiga evaluasi dapat menggunakan berbagai alat ukur yang akurat sebagai proses pengumpulan informasi yang tujuannya untuk membuat keputusan.⁴⁸

2. Pemasaran Jasa Pendidikan

Dalam hal ini kotler mendefinisikan bahwa pemasaran ialah serangkaian proses sosial yang di dalamnya terdapat individu ataupun kelompok yang tujuannya untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Sedangkan menurut beberapa ahli manajemen yang di nyatakan oleh William J. Stanton menyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah sistem serangkaian kegiatan pemasaran mulai dari merencanakan, menentukan harga, hingga pada tahap mempromosikan sehingga dapat memuaskan

⁴⁷ I Nengah Suardhika, *Manajemen Strategik Konsepsi Dasar Dan Praktis* (Bali: CV NOAH ALETHEIA, 2018), 92-95.

⁴⁸ Febriana, *Evaluasi Pembelajaran*, 1.

keinginan dan jasa baik konsumen. Sedangkan menurut Johan Backbro dan Hampus Nystrom menyatakan bahwa pemasaran ialah suatu kegiatan penyaluran barang ataupun jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.⁴⁹

Manajemen pemasaran ialah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang serta jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Sedangkan pasar yakni sekelompok individu/organisasi yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang dipuaskan disertai daya beli untuk memiliki daya jual yang ditawarkan.⁵⁰

Manajemen pemasaran jasa pendidikan menurut Kotler dalam jurnal yang ditulis oleh Mahmud ialah suatu kegiatan dimana suatu lembaga pendidikan melakukan sebuah penawaran yang tujuannya menarik pengguna jasa pendidikan. Tawaran tersebut dibentuk melalui sebuah penawaran yang mana dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dengan pihak terkait yang menjadi sasaran.⁵¹

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran yakni suatu proses yang dilakukan pada suatu kelompok organisasi dimana didalamnya terjadi proses kegiatan pemasaran yakni salah satunya seperti kegiatan

⁴⁹ Amirudin and Ahmad Husein Ritonga, *MANAJEMEN PEMASARAN JASA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM* (Yogyakarta: K-Media, 2021), 25.

⁵⁰ Sepmandy Hutahean, *DASAR MANAJEMEN*, 48.

⁵¹ Mahmud MY, Riftiyanti Savitri, and Lesiana Oktirita, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19," *JMiE: Jurnal of Management in Education* 6, no. 1 (2021): 33–44, <https://doi.org/10.30361/jmie.2021.61>.

merencanakan, menentukan harga hingga sampai pada tahap mempromosikan suatu barang ataupun jasa pendidikan.

Dalam konteks pemasaran dalam bidang pendidikan terdapatnya yang dinamakan bauran pemasaran jasa pendidikan atau yang sering kita kenal dengan marketing mix. Bauran pemasaran jasa pendidikan atau marketing mix merupakan alat kontrol institusi pendidikan untuk memenuhi target yang di inginkan. Zeithaml & bitner berpendapat bahwa unsur-unsur yang ada dalam bauran pemasaran terdaoat tujuh hal yang biasa dikenal dengan 7P yaitu terdiri dari 4P tradisional yakni product (jasa yang ditawarkan), price (strategi penentuan harga), place (tempat yang digunakan dalam pemasaran jasa pendidikan), promotion (promosi yang dilakukan), sedangkan 3P lainnya yakni people, pysical evidence (fasilitas atau sarana prasarana), process (proses). Berikut beberapa dimensi yang ada dalam bauran pemasaran jasa pendidikan atau marketing mix yakni sebagai berikut:

1. Product (jasa yang ditawarkan)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, serta dibeli, serta digunakan oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan pengguna jasa pendidikan. Lembaga pendidikan mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan apabila memiliki reputasi yang baik dan peluang yang cerah untuk menentukan pilihan yang diinginkan.

2. Price (strategi penentuan harga)

Price merupakan suatu elemen yang berjalan sejajar dengan mutu pendidikan dimana jika produk yang ditawarkan bermutu maka calon siswa akan berani membayar lebih tinggi dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Akan tetapi jika ingin menentukan harga hendaknya memperhatikan aspek sebagai berikut: (1) sasaran yang berorientasi pada keuntungan bertujuan mencapai target pengembalian investasi, untuk memperoleh laba maksimum. (2) sasaran berorientasi pada penjualan, meningkatkan volume penjualan mempertahankan/meningkatkan market. (3) sasaran yang berorientasi yang tujuannya untuk menstabilkan harga dan menghadapi pesaing.

3. Place (tempat)

Place merupakan letak sekolah yang mempunyai peranan sangat penting yang dirasa lingkungannya merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa pendidikan yang cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

4. Promotion (promosi).

Promosi ialah suatu strategi mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian promosi dalam bauran pemasaran melibatkan pelanggan sehingga mendapatkan tempat dan harga yang sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa layanan

pendidikan. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh madrasah dapat menunjukkan keunggulan madrasah dibandingkan dengan Lembaga pendidikan lainnya.

5. People (sumber daya manusia)

Sumber daya manusia disini sangat penting karena sumber daya manusia ini merupakan pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa konsumen, seperti para personal penyedia jasa, pelanggan, dan para pelanggan lainnya yang kaitannya dengan jasa tersebut.

6. Psycal Evidence (Fasilitas/Sarana Fisik)

Psycal Evidence (Fasilitas/Sarana Fisik) merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya tujuan lembaga kepada pelanggannya. Menurut palmer, salah satu faktor yang perlu untuk di perhatikan dalam marketing mix ini sarana dan prasarana dari jasa pendidikan. Karena suatu penyampaian jasa dapat berjalan efektif dan efisien dilihat dari fasilitas yang ada.

7. Process (proses)

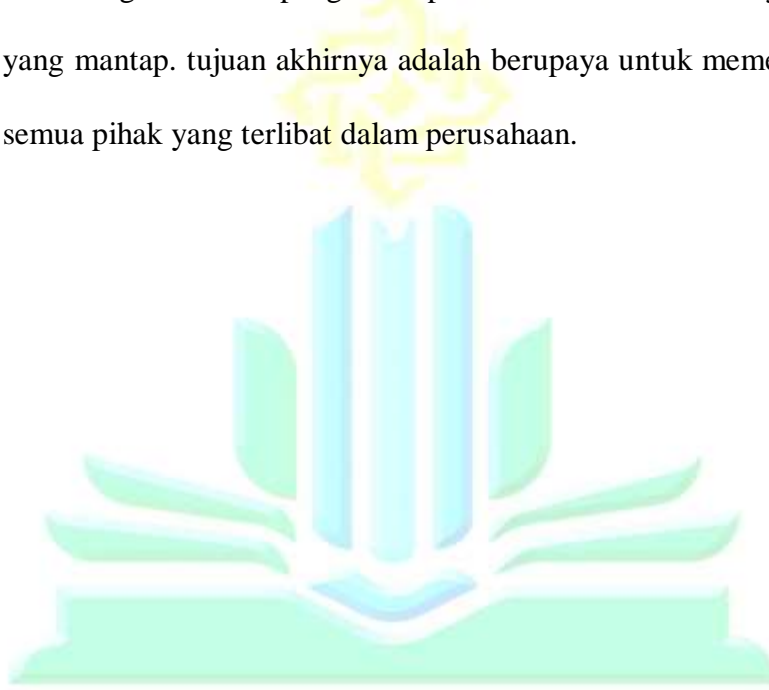
Proses jasa pendidikan yakni sistem operasi Lembaga pendidikan untuk mengatur pemasaran jasa pendidikan dengan dampak yang jelas terhadap penempatan karyawan Lembaga pendidikan dalam hal pembagian

tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran pengguna jasa layanan pendidikan.⁵²

Sistem pemasaran yakni sebagai salah satu kumpulan dari Lembaga-lembaga yang membuat kegiatan berupa tugas pemasaran mulai dari barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling berkaitan sehingga dapat memberikan pengaruh positif terhadap sasarannya. Maka dari itu dalam kegiatan pemasaran terdapat enam konsep dasar dalam pelaksanaannya yakni mulai dari konsep produksi. Dimana konsep produksi ini orientasinya mengarah kepada segenap upaya yang dilakukan untuk mencapai efisiensi dari suatu produk serta dapat mendistribusikannya secara luas. Kedua yakni konsep produk, konsumen akan menyukai suatu produk atau jasa yang akan di tawarkan jika memiliki mutu dan performansi yang baik. Ketiga yakni konsep penjualan sebuah organisasi ataupun Lembaga pendidikan hendaknya melaksanakan upaya untuk melakukan kegiatan penjualan dan promosi yang agresif. Keempat terdapat konsep pemasaran mengatakan bahwa suatu organisasi akan dapat mencapai tujuannya hendaknya memerlukan penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kelima yakni konsep pemasaran sosial yang mana dalam hal ini sebuah organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar

⁵² Imam Junaris and Nik Haryanti, *Manajemen Pemasaran Pendidikan* (Purbalingga: EURIKA MEDIA AKSARA, 2022),46-52.

dan juga diharapkan dapat memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien. Dan yang terakhir yakni konsep pemasaran global. Dalam hal ini suatu kegiatan mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif ialah salah satu metode penelitian dimana dalam pengaplikasiannya menggunakan latar belakang yang di susun secara alamiah dengan cara menceritakan fenomena yang sedang terjadi atau yang sedang di teliti. Dalam penelitian kualitatif konteks penggambaran nya dijadikan secara naratif yang mana menceritakan awal kejadian penelitian tersebut dilakukan serta menjelaskan terkait beberapa kegiatan yang dilakukan dalam sebuah penelitian.

Jenis penelitian yang terdapat di dalam pendekatan kualitatif ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yang mana penelitian lebih banyak menginterpretasikan kata dan gambar daripada menggunakan angka. Jika dilihat dalam penulisan laporan nya peneliti memasukkan fakta yang terjadi pada saat penelitian. Dengan begitu tujuan dari adanya penelitian dengan menggunakan metode kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan terkait kegiatan yang ada di lapangan yang diperoleh dari persepektif partisipan.⁵³

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini peneliti dapat mengamati secara langsung terkait manajemen strategipemasaran jasa pendidikan

⁵³ Albi Anggito and Johan Setiawan, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 7-15.

menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember kemudian menarasikannya dalam bentuk tulisan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini terletak jauh dari pusat kota yang mana beralamatkan di Jl. A.Yani No.76, Krajan II, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68168. Meskipun madrasah ini berada jauh dari pusat kota namun tidak menurunkan eksistensinya dalam melakukan strategi pemasaran khususnya dalam hal jasa pendidikan.

Alasan lain peneliti memilih tempat ini untuk dijadikan lokasi penelitian yakni adalah peneliti menemukan sebuah keunikan membuat strategi pemasaran melalui media sosial youtube yang mana melalui salah satu kegiatan yang berbentuk podcast, film pendek, dan segala pencapaian prestasi madrasah. Sepertihal pada umumnya strategi pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti memasarkan melalui media sosial seperti facebook, Instagram ataupun media sosial lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan pada madrasah ini seperti tahun-tahun sebelumnya yakni menggunakan baliho yang akan ditempatkan di area sekitar madrasah, kemudian membuat pamflet yang akan di sebar melalui media sosial madrasah dan juga melalui peserta didik yang mana setiap peserta didik dapat turut serta memasarkan jasa pendidikan madrasah ini. Melalui peserta didik diharapkan peserta didik mampu untuk menarik calon anggota baru setidaknya minimal 1 siswa/siswi membawa 1 calon peserta didik baru. Tidak hanya sampai disitu saja di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini juga

memasarkan jasa pendidikannya dengan memperkenalkan kepada calon peserta didik baru terkait prestasi, juga segala ekstrakurikuler yang ada di madrasah ini. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini dalam menarik masyarakat agar dapat menggunakan jasa pendidikan ini.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa informan yang akan dijadikan sebagai sumber data tujuannya untuk menggali data yang hendak dicari, sehingga kesasihannya dapat dipertanggungjawabkan.⁵⁴

Dalam penelitian ini penelitian ini peneliti sudah menentukan beberapa informan yang hendak dijadikan sebagai informan yang mana dengan adanya informan ini peneliti dapat mengetahui informasi yang hendak diteliti. Adapun beberapa informan yang hendak di jadikan subjek penelitian untuk menggali beberapa informasi yakni sebagai berikut :

1. Dr. Mohammad Iskak M.Pd.I (Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember)
2. Gimani S.Pd (Ketua Panitia PPDB)
3. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember)
4. Ari Ramdhan Singgih, S.Pd. (Pembina Podcast)

⁵⁴ Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan KARYA ILMIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian terdapat salah satu langkah yang paling penting untuk diperhatikan yakni teknik pengumpulan data. Adapun tujuan utama dari penelitian ialah untuk mendapatkan data yang hendak dicari. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam sebuah penelitian wawancara ialah suatu aktivitas dimana seorang peneliti berusaha mencari data yang akan disajikan dalam penelitiannya untuk memperoleh terkait pembahasan yang sedang peneliti cari. Adapun cara yang dapat peneliti lakukan yakni dengan cara tanya jawab dengan beberapa informan atau narasumber yang dijadikan sebagai subyek penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah kegiatan dimana didalamnya berisi terkait catatan yang tersusun secara sistematis melalui gejala-gejala yang sedang diteliti. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif ataupun non partisipatif. Dalam hal ini yang dimaksud dengan observasi partisipatif ialah peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang dilaksanakan, sedangkan observasi non partisipan ialah partisipan atau peneliti tidak turut serta dalam kegiatan penelitian yang sedang dilaksanakan artinya peneliti hanya mempunyai peran mengamati saja tetapi tidak turut serta dalam sebuah kegiatan dalam penelitian tersebut.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode dokumentasi agar dapat mengumpulkan beberapa data yang sudah ada. Adapun penjelasan terkait metode dokumentasi ini ialah salah satu metode dalam penelitian yakni dengan cara melakukan pengambilan data yang didapat dari dokumen-dokumen tertulis maupun tidak tertulis berupa gambar yang kaitannya dengan penelitian ini.⁵⁵

E. Analisis data

Menurut miles dan Huberman analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Terdapat beberapa analisis data yakni meliputi data condensation, data display, dan conclusion drawing/verivication sebagai berikut:

1. Data Condensation (Kondensasi Data)

Menurut miles dan Huberman dalam bukunya yakni *Qualitative Data Analysis A Method Sourcebook* sebagai berikut:

“Data condensation to the refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and transforming the data in full corpus (body) of written up field notes, interview transcripts, documents and other empirical materials.”⁵⁶

Pada tahap ini seorang peneliti berpacu pada proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan tranformasi data yang muncul pada

⁵⁵ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Ilmu Pustaka Grup, 2020), 120-149.

⁵⁶ Mathew B. Milles, A Michael Huberman, and Johanny Saldana, *Qualitative Data Anlysis A Methods Sourcebook* (Baverly Hill: Sage Publication, 2014), 31.

catatan lapangan tertulis transkrip wawancara, dokumen dan data empiris lainnya.

2. Data Display (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

3. Conclusion Drawing/Verivication (Pengarikan Kesimpulan)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remangremang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data

maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁷

F. Keabsahan Data

Keabsahan data ialah suatu konsep yang menyatakan kesasihan dan keadaan yang ada pada penelitian. Dalam hal ini keabsahan data dapat di uji menggunakan teknik triangulasi dan teknik pengumpulan data yang mana sifatnya menjadikan satu dari berbagai sumber yang ada. Maka dari itu peneliti dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber yang dijelaskan sebagaiberikut:

1. Triangulasi sumber ialah sebuah teknik pengumpulan data yang bisa didapatkan melalui berbagai sumber dengan menggunakan metode yang sama. Dengan adanya teknik ini peneliti dapat membandingkan data hasil wawancara yang disampaikan oleh beberapa informan.
2. Triangulasi teknik merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana dengan menggunakan metode yang berbeda namun masih tetap pada beberapa informan yang sama. Dalam hal ini seorang peneliti menggunakan teknik wawancara yang mendalam juga sebagai observasi partisipan pasif. Namun selain itu peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi pada informan yang sama secara bersamaan.⁵⁸

⁵⁷ Zuhri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makasar: Syakir Media Press, 2021), 162.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

G. Tahap-Tahap Penelitian

Pada bagian ini peneliti memaparkan beberapa tahapan pelaksanaan yang telah dilakukan dimulai dari beberapa penelitian dahulu yang telah di sebutkan, tahap pengembangan desain, proses melaksanakan penelitian hingga sampai pada penulisan laporan.⁵⁹ Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyusunan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap ini adalah sebuah Langkah Dimana sebelum melakukan penelitian peneliti Menyusun beberapa rancangan kegiatan setelah itu melakukan penelitian dengan cara mengunjungi secara langsung ke tempat penelitian, melakukan perizinan, memilih informan hingga sampai pada tahap penyusunan instrumen penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti melakukan tahap pelaksanaan dimana dengan melakukan beberapa kegiatan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi selanjutnya peneliti melakukan penyajian data hingga sampai pada tahap penarikan kesimpulan.

3. Tahap Pelaporan

Pada tahapan ini peneliti menulis laporan hasil penelitiannya dengan cara menguraikan hasil penelitian yang telah didapatkan dalam bentuk laporan

⁵⁹ Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan KARYA ILMIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER*.

skripsi yang di susun sesuai dengan buku pedoman karya tulis ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember.



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah MAN 3 Jember

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ialah salah satu lembaga pendidikan islam yang terletak di jombang kabupaten jember tepatnya di Jl. A.Yani No.76, Krajan II, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Adapun Nomor Statistik Madrasah yakni 131135090003, sedangkan Nomer Pokok Sekolah Nasional yakni 20580293. Madrasah ini telah mempunyai akreditasi A yang mana tidak kalah bersaing dengan madrasah-madrasah lainnya.

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember merupakan salah satu lembaga pendidikan formal yang dinaungi langsung oleh Kementrian Agama. Awal mula lembaga pendidikan ini berdiri berkat inisiasi dari beberapa tokoh masyarakat diantaranya bapak Iskandar Tasfrif , bapak M Thohir Djazuli, Bc. Hk (alm), bapak mahali (alm), bapak H Alwi Usman (alm). Pada tahun 1997 beberapa tokoh ini mendirikan Lembaga pendidikan islam yang mampu mengakomodasi kepentingan Masyarakat dalam mencerdaskan generasi mudanya yang mana pada mulanya di beri nama MA ITTIHADIAH. Sampai akhirnya pada tahun 1982-1983 lembaga ini menggabungkan diri dengan man jember (sekarang MAN 1 JEMBER).

Seiring berjalannya waktu MAN 3 JEMBER terus maju demi mengembangkan potensinya mengimbangi seiring nya perkembangan zaman khususnya dalam bidang pendidikan. Adapun program unggulan yang ada di MAN 3 JEMBER ini yakni program terapan prodistik yang mana prodistik ini salah satu ilmu yang ada dalam bidang komputer. Program prodistik ini merupakan hasil Kerjasama MoU dengan ITS Surabaya, sehingga lulusan dari MAN 3 Jember tidak hanya mempunyai ijazah MA saja namun juga mempunyai sertifikat (setara dengan D3) sebagai tanda bukti bahwa siswa tersebut pernah mengikuti kegiatan prodistik.

Tabel 4.1
Daftar Nama Kepala Madrasah

NO	NAMA KEPALA SEKOLAH	PERIDOE
1.	Nursalim	1982-1997
2.	Drs. HM. Badjuri	1997-1999
3.	Drs. Ach. Dimjati	1999-2003
4.	Drs. H.Achmad Makmur, SH.M.Pd.I	2003-2007
5.	Drs.M.Anwari SY, MA	2007-2009
6.	Drs.EK. Abdul Wahid	2009-2012
7.	Drs. Suharno, M.Pd.I	2012-2016
8.	Drs. Ashar, M.Pd.I	2016-2019
9.	Ir Haroyanto, M.Pd	2020-2021
10.	Drs. Mohammad Iskak, M.Pd.I	2022-Sekarang

Seiring berjalannya waktu madrasah Aliyah negeri 3 jember memiliki beberapa prestasi yakni diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pada tahun 2015 mendapatkan piagam penghargaan dalam kategori penyampaian laporan keuangan secara besar dan benar dan tepat waktu.
- 2) Pada tahun 2021 mendapatkan peringkat 1 dalam kategori satker pagu kecil dalam keakuratan dan kecepatan BAR e-Rekon&LK.
- 3) Pada tahun 2021 mendapatkan peringkat 2 kategori satker pagu kecil dalam keakuratan dan kecepatan penyampaian LPJ Bendahara.
- 4) Pada tahun 2021 kategori satker pagu kecil dalam indicator kinerja pelaksanaan anggaran (IKPA).
- 5) Pada tahun 2022/2023 menjadi pendelegasian siswa terbanyak pertama Institut Agama Islam Al-Fallah As-Sunniyyah Kencong Jember.

2. Visi Dan Misi Madrasah

a. Visi Madrasah

Terwujudnya lulusan madrasah yang unggul, berakhlak mulia, disiplin, cerdas, terampil, kreatif, dan berwawasan kebangsaan (ADICTIF WANGSA).

b. Misi Madrasah

- Membiasakan civitas akademika berperilaku sesuai dengan ajaran islam dan norma yang berlaku di Masyarakat.
- Mentaati peraturan yang berlaku di lingkungan madrasah dan lingkungan Masyarakat.
- Mentaati peraturan yang berlaku di lingkungan madrasah dan lingkungan Masyarakat.
- Melaksanakan pembelajaran yang aktif, kreatif dan menyenangkan.
- Menumbuhkan semangat berprestasi bagi seluruh civitas akademika.
- Melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler sesuai bakat dan minat
- Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi bagi seluruh civitas akademika.
- Meningkatkan kesadaran berwawasan lingkungan.
- Menumbuhkembangkan kesadaran dan tanggung jawab bermasyarakat dan berbangsa.

3. Tujuan Madrasah

Tujuan sebagai bagian dari tujuan pendidikan nasional adalah meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut. Secara lebih rinci tujuan MAN 3 Jember adalah sebagai berikut :

1. Membiasakan bersalaman dan mengucapkan salam
 2. Memtuhi semua peraturan dan tata tertib di madrasah.
 3. Mewujudkan kepedulian kepada lingkungan.
 4. Mewujudkan pembelajaran yang aktif, kreatif, dan menyenangkan.
 5. Melaksanakan program pengembangan prestasi bagi civitas akademika.
 6. Melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler sesuai bakat dan minat siswa.
 7. Menyusun dan melaksanakan program pemanfaatan Teknologi Informasi dan komunikasi.
 8. Menyusun program pembiasaan untuk menumbuh jiwa nasionalisme.
4. Target Madrasah

Tabel 4.2

Target Madrasah Tahun Pelajaran 2023/2024

NO	TARGET MADRASAH	UPAYA YANG DILAKUKAN
1	65% siswa yang mendaftar di SNMPTN, SBMPTN, dan SPANPTKIN/UMPTKIN dapat di terima	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan kelas khusus di tiap program peminatan 2. Penambahan jam Pelajaran peminatan 3. Pemenuhan buku suplemen peminatan 4. Pemberian motivasi dan informasi masuk PTN/PTKIN 5. Memaksimalkan bimbingan intensif
2	Meningkatkan KKM dari 70 menjadi 72	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan profesionalitas guru dengan workshop,

NO	TARGET MADRASAH	UPAYA YANG DILAKUKAN
		diklat, terkait pembelajaran 2. Mengintensifkan pembelajaran 3. Melengkapi fasilitas pembelajaran seperti buku, alat peraga, perlengkapan laboratorium
3	Masuk 3 besar KSM tingkat Kabupaten dan Masuk 10 Besar KSM tingkat Provinsi	1. Menjaring siswa berprestasi dari SMP/MTS 2. Pembimbingan secara intensif diluar jam pembelajaran 3. Membentuk kelompok sesuai minat dan bakat 4. Pemanfaatan teknologi informasi secara optimal 5. Bekerjasama dengan perguruan tinggi/Lembaga yang kompeten
4	Masuk 3 besar lomba-lomba yang diselenggarakan perguruan tinggi	1. Pembuatan grup sesuai minat 2. Penambahan waktu pembelajaran materi KSM 3. Bekerjasama dengan perguruan tinggi
5	Masuk 3 besar kompetisi Robotika tingkat Jawa Timur	1. Pelaksanaan ekstrakurikuler robotic lebih intensif 2. Pembelian alat 3. Menambah instruktur

NO	TARGET MADRASAH	UPAYA YANG DILAKUKAN
6	Memberikan life skill (Tata boga, tata busana, wirausaha mandiri, tata rias, dan pertanian) pada siswa yang tidak melanjutkan kuliah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin Kerjasama dengan BLK 2. Menjalin Kerjasama dengan usaha dan dunia industry (magang)
7	Masuk 3 besar PORSENI tingkat kabupaten 10 besar provinsi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaring siswa berprestasi dsri SMP/MTS dibidang olahraga dan seni 2. Pembinaan secara intensif diluar jam pembelajaran 3. Pemberian sarana dan prasarana yang memadai dibidang olahraga dan seni

5. Struktur Organisasi Madrasah

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember merupakan salah satu lembaga pendidikan yang ada di kabupaten jember, lembaga ini berada di bawah naungan Kementrian Agama. Madrasah ini mempunyai 3 jurusan di dalamnya yakni jurusan IPA, IPS, dan IAGA. Adapun struktur kelembagaan yang ada di MAN 3 JEMBER sebagai berikut :

- 1) Kepala Madrasah : Drs. Mohammad Iskak, M, Pd,I
- 2) Kepala Tata Usaha : H. Rudy Hartono A.Md
- 3) Komite : Kh. Abdullah Ubaid Syafawi S,Ag
- 4) Bendahara : 1. Sri Mujayanti

2. Drs Hj. Munasikah

- 5) Waka Madrasah Kurikulum : Kasworo S.Pd
- 6) Waka Madrasah Sarpras : Supriyadi S.Pd
- 7) Waka Madrasah Kesiswaan : Bibit Wahyuningsih S.Pd
- 8) Waka Madrasah Humas : Supriyadi S.Pd
- 9) Bidang Pelayanan Pembelajaran : Imam Syahroni, S.Pd., M.Si
- 10) Bina Prestasi : Sri Hidayati, S.Pd
- 11) Perpustakaan : Supriyadi, S.Pd (Fis)
- 12) Bidang Program Kemitraan : Imam Syafi'I, S.Pd
- 13) Bidang Pengelolaan Data : Usman Affan Irdo'I, S.Pd
- 14) Bidang Organisasi : Ririn Indrayati, S.Pd
- 15) Bidang SIM : Abdul Jalil, S.Pd
- 16) Bidang UKS : Eli Rachmawati, S.Pd
- 17) Bidang Eskul : Mohammad Junaidi, S.Pd
- 18) Bidang BSM : Imam Hanafi, S.Pd
- 19) Bidang Koperasi : G Aris Sulistiyorini, S.Pd
- 20) Kepala laboratorium : Bibit Wahyuningsih, S.Pd
- 21) Tatib : Moh Muhtad, S.Pd

6. Sumber Daya Manusia

Dalam manajemen pendidikan sumber daya manusia menjadi hal yang sangat penting karena mempunyai kontribusi penting serta dapat

meningkatkan mutu pendidikan berkat adanya pengelolaan yang baik dari lembaga pendidikan itu sendiri. Madrasah Aliyah negeri 3 jember menjadi sekolah yang berbassis agama di kabupaten jember yang mana didirikan mulai dari 1982 pada masa bapak nursalim hingga bisa bertahan sampai saat ini. Terdapat 59 pendidik yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember hal tersebut dapat dilihat pada lampiran. Berikut terdapat beberapa daftar jumlah tenaga pendidik dan pendidik di madrasah Aliyah negeri 3 jember tahun Pelajaran 2023/2024:

1) Status Kepegawaian Pendidik Dan Tenaga Kependidikan

Tabel 4.3

Status Kepegawaian Pendidik Dan Tenaga Pendidik

Status Kepegawaian	Pendidik			Tenaga Kependidikan		
	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah
PNS	18	19	37	2	2	4
Non PNS	15	3	18	4	6	10
Jumlah	33	22	56	6	8	14

2) Kualifikasi Akademis Pendidik Dan Tenaga Kependidikan

Tabel 4.4

Kualifikasi Akademis Pendidik Dan Tenaga Kependidikan

No.	Kualifikasi Pendidikan	Tenaga Pendidik			Tenaga Kependidikan		
		L	P	Jumlah	L	P	Jumlah

1	S2	2	1	4			
2	S1/A4	31	21	51		5	5
3	D1/D2/D3				1		1
4	SMA/MA				3	2	5
5	SMP/MTS					1	1
6	SD/MI				2		2
	Jumlah	33	22	55	6	8	14

7. Sarana Dan Prasarana Madrasah

Sarana dan prasarana dalam bidang pendidikan sangatlah menjadi hal yang sangat penting. Sarana merupakan salah satu barang yang bisa dipakai untuk menca[ai suatu tujuan dalam dunia Pendidikan. Sedangkan prasarana adalah penunjang dan umumnya merupakan fasilitas yang tidak bergerak, misalnya gedung dan ruangan. Berdasarkan analisis situasi yang di lakukan peneliti selama observasi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember, maka di peroleh data prasarana sebagai berikut :

a. Ruang Administrasi

- 1) Ruang kepala sekolah
- 2) Ruang guru
- 3) Ruang Waka
- 4) Ruang bimbingan dan konseling
- 5) Ruang tata usaha
- 6) Ruang MGMP
- 7) Ruang Perpustakaan
- 8) Ruang Lab Komputer

- 9) Ruang Tata Busana
- 10) Ruang OSIM dan MPK

b. Ruang Pengajaran

1) Ruang Kelas

Ruang belajar yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember memiliki 30 ruang kelas untuk proses belajar mengajar dengan rincian sebagai berikut:

- a) 10 kelas untuk kelas X
- b) 6 kelas untuk kelas XI IPA 1 – IPA 6
- c) 3 Kelas untuk Kelas XI IPS 1 – IPS 3
- d) 1 Kelas untuk kelas XI AGAMA
- e) 6 kelas untuk kelas XII IPA 1 – IPA 6
- f) 3 Kelas untuk Kelas XII IPS 1 – IPS 3
- g) 1 Kelas untuk kelas XII AGAMA

c. Ruang laboratorium

- 1) Rung Laboratorium Teknologi Informasi dan Komunikasi

d. Ruang dan Fasilitas Penunjang

- 1) Ruang Audio Visual Fasilitas: LCD Projector, ruang ber-AC, dan komputer terkoneksi internet
- 2) Unit Kesehatan Sekolah (UKS)
- 3) Fasilitas Olah Raga Fasilitas Olah Raga meliputi: Lapangan futsal, Lapangan Voli, Lapangan Bulu Tangkis.

- 4) Tempat Ibadah
- 5) Kantin
- 6) Akses HOTSPOT (WIFI) seluruh lingkungan sekolah

Tabel 4.5
Sarana Dan Prasarana Madrasah

No	Keterangan	Jumlah
1.	Gambar Presiden	30
2.	Gambar Wakil Presiden	30
3.	Gambar Garuda	30
4.	Jam Dinding	30
5.	LCD Proyektor	27
6.	Sound	29
7.	Kipas Angin	33
8.	Lampu	29
9.	Sapu	33
10.	Keset	8
11.	Cikrak	33
12.	Meja	772
13.	Kursi	772

8. Prestasi

Terdapat banyak sekali prestasi yang pernah di raih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember mulai dari peserta didik, hingga sampai pendidik yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Daftar prestasi siswa siswi MAN 3 JEMBER sebagai berikut:

Tabel 4.6

Prestasi Siswa/Siswi MAN 3 Jember

No.	Jenis Perlombaan	Juara	Tingkat	Tahun
1.	KSM 2021 Mata pelajaran Geografi	Juara 3	Kabupaten	2021
2.	KSM 2021 Mata Pelajaran Fisika	Juara 2	Kabupaten	2021
3.	KSM 2021 Mata Pelajaran Matematika	Juara 3	Kabupaten	2021
4.	KSM 2021 Mata Pelajaran Ekonomi	Harapan 1	Kabupaten	2021
5.	KSM 2021 Mata	Juara 1	Kabupaten	2022

No.	Jenis Perlombaan	Juara	Tingkat	Tahun
	Pelajaran Kimia			
6.	KSM 2021 Mata Pelajaran Ekonomi	Juara 3	Kabupaten	2022
7.	Tenis Meja talent cup 2022	Juara 2	Kabupaten	2022
8.	Tenis Meja talent cup 2022	Juara 3	Kabupaten	2022
9.	Singer/menyanyi	Juara 3	Kabupaten/Porseni	2022
10.	Bulu Tangkis	Juara 3	Kabupaten/Porseni	2022
11.	Lari 5000 M Putri	Juara 2	Kabupaten/Porseni	2022
12.	Lari 100 M Putra	Juara 3	Kabupaten/Porseni	2022
13.	Silat Seni Putra	Juara 2	Kabupaten/Porseni	2022
14.	Volly Putra	Juara 3	Kabupaten	2023
15.	Volly Putri	Juara 1	Kabupaten	2023
16.	Futsal Putra	Juara 2	Kabupaten	2023
17.	KSM 2021 Mata pelajaran Astronomi	Harapan 1	Kabupaten	2023

No.	Jenis Perlombaan	Juara	Tingkat	Tahun
18.	Pencak Silat Malang Championship	Juara 2	Provinsi	2023
19.	Pencak Silat Malang Championship	Juara 3	Provinsi	2023
20.	Futsal Putri	Juara 2	Kabupaten	2023
21.	Tenis Meja Beregu	Juara 2	Provinsi	2023
22.	Tenis Meja Tunggal Putri	Juara 1	Kabupaten	2023
23.	Tenis Meja Tunggal Putra	Juara 1	Kabupaten	2023
24.	Volly Putri	Juara 1	Kabupaten	2023
25.	KSM 2023 Mata Pelajaran Biologi	Juara 2	Kabupaten	2023

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi teknik yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan menggunakan ketiga triangulasi teknik tersebut, maka didapat data terkait Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember. Berikut beberapa penyajian data dan analisis data dari beberapa fokus penelitian yang ada sebagai berikut :

1. Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Untuk memperoleh data terkait Perencanaan Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dapat di peroleh melalui observasi, wawancara serta dokumentasi sebagai berikut:

a. Visi Misi Perencanaan Strategi Manajemen

Proses pembentukan visi misi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember telah di rumuskan kembali pada tahun 2020 yang mana seperti yang di samapaikan oleh kasworo selaku waka kesiswaan sebagai mana berikut :

Penetapan visi misi ini kami masih menggunakan visi misi yang disusun 2 tahun lalu yakni pada tahun 2020 kami merumuskan visi misi ini hingga pada akhirnya terbentuklah visi misi yang ada saat ini. Tujuan dari pembentukan visi misi disini pastinya untuk

bagaimana kedepannya lembaga kita ini jadi bisa dikatakan sebagai proses pencapaian di dalam suatu Lembaga pendidikan Nah di tahun 2020 juga selain merumuskan visi misi saya juga memunculkan ide kreatif sebagai salah satu bentuk pencapaian visi disitu tertera terdapat kata kreatif nah dari hal tersebut sebagai perwujudan visi misi saya membentuk kegiatan podcast.⁶⁰

Hal tersebut juga selaras dengan yang dikatakan oleh Gimman selaku ketua panitia PPDB di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember terkait perumusan visi misi madrasah sebagai berikut :

Untuk penetapan visi misi madrasah ini sudah pernah kita rumuskan Kembali pada tahun 2020. Yang mana pada proses perumusan visi misi ini kita perlu rumuskan Kembali setelah pergantiannya kepala sekolah mulai dari kepemimpinan pak ashari kemudian sampai pada pak ishak saat ini. Yang terlibat dalam perumusan visi misi madrasah ini tentunya seluruh komponen madrasah yakni mulai dari guru yang ada di man 3 jember, kemudian wakil kepala madrasah, kepala umum tata usaha, kemudian komite madrasah dan masih banyak lagi.⁶¹

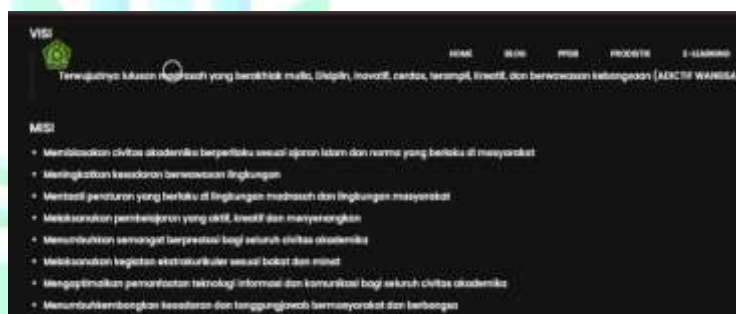
Hal tersebut juga selaras dengan yang dikatakan oleh Ari Ramadhan Singih selaku pembina podcast di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember terkait perumusan visi misi madrasah sebagai berikut :

⁶⁰ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁶¹ Gimman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

“Visi misi ini memang mengikuti pada visi misi yang dirumuskan pada tahun 2020. Jadi kita tetap mengacu pada visi yang dirumuskan pada tahun 2020 lalu.”⁶²

Berikut dokumentasi visi misi yang tertulis di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember sebagai berikut:



Gambar 4.1

Visi Misi Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

Sumber: <https://man3jember.sch.id/tentang/man-3->⁶³

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dalam penentuan visi misi dalam manajemen strategitelah diadakannya perumusan visi kembali yakni pada tahun 2020 yang mana pada saat rapat perumusan visi misi dibawah kepemimpinan bapak Iskak yakni pada tahun 2020 sampai

⁶² Ari Ramadhan Singgih, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

⁶³ MAN 3 Jember, ” Visi Misi Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember”, 20 Oktober 2023.

sekarang. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudannya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Pada tahun 2020 ini sebagai program perwujudan dari visi misi waka kesiswaan membentuk kegiatan podcast yang mana hasilnya akan di upload melalui youtube sehingga video konten tersebut juga dapat dinikmati dan dilihat oleh masyarakat lain.

b. Tujuan perencanaan Strategi Manajemen

Untuk memperoleh data terkait tujuan perencanaan strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan peneliti melakukan wawancara kepada kasworo selaku waka kesiswaan yang disampaikan sebagai berikut:

Tujuannya disini yang pasti untuk memperkenalkan lembaga kita yakni Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yang mana lembaga kita melalui youtubanya MAN 3 meskipun berada di desa tidak menurunkan eksistensinya untuk memperkenalkan kepada masyarakat akan keadaan fisik man 3 jember. Dan yang kedua untuk menggait anak-anak yang setelah lulus SMP, MTS agar mempunyai keinginan untuk melanjutkan ke MAN 3 Jember. Maka dari itu kita bentuk kepanitiaan terkait kegiatan PPDB dimulai dari Ketua panitia ppdb, tim yang melakukan promosi terlebih dalam kegiatan pembuatan konten youtube

yakni anak-anak yang mengikuti kegiatan pocast, dan kepanitian lainnya.⁶⁴

Demikian pula yang disampaikan oleh giman selaku ketua panitia PPDB di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember, sebagai berikut:

Dalam hal ini tujuannya pasti untuk mempromosikan lembaga yang kita miliki maka dari itu saya pada waktu itu membentuk tim yang mana tim ini pastinya dalam bentuk kepanitiaan mulai dari ketua panitia PPDB, sekertaris panitia PPBD, bendahara panitia PPBD, jajaran tim yang ditugaskan untuk promosi atau istilah nya di kenal dengan tim pemasaran jasa pendidikan yang mana tugasnya mereka disini untuk memperkenalkan man 3 jember ke beberapa sekolah melalui video profil madrasah, program kegiatan yang ada di madrasah, ruang lingkup madrasah dan masih banyak lagi.⁶⁵

Hal tersebut juga selaras dengan yang dikatakan oleh

Ari Ramadhan Sinngih selaku Pembina podcast di Madrasah

Aliyah Negeri 3 Jember terkait perumusan tujuan perencanaan

manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan dengan

menggunakan youtube sebagai berikut:

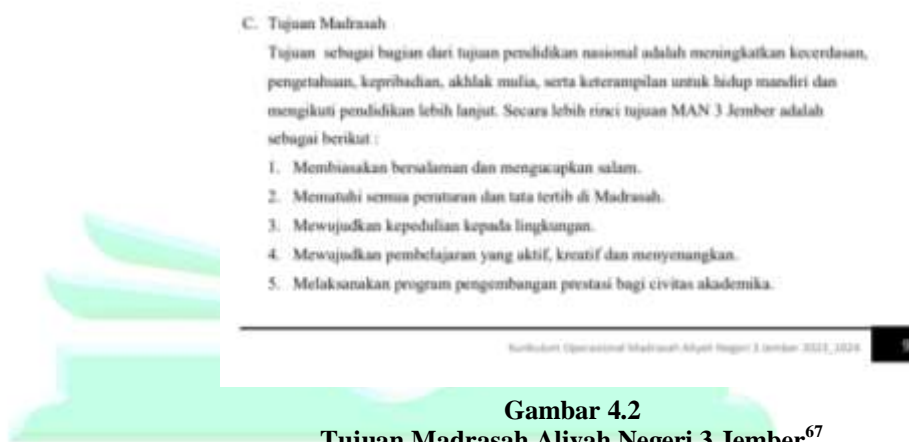
Tujuan dari adanya kegiatan pemasaran jasa pendidikan pastinya untuk menarik minat calon peserta didik baru terkait bagaimana sih kondisik fisik yang ada di man 3 jember maka dari itu dibentuknya kegiatan podcast yang mana podcast ini lahir pada tahun 2020 meskipun tidak secara langsung kegiatan pemasaran jasa pendidikan tertuang di youtube tetapi setidaknya dengan adanya kegiatan podcast ini kami

⁶⁴ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁶⁵ Giman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

lebih dapat lebih jauh memperkenalkan madrasah kami ke masyarakat yang lebih luas. Selain itu juga podcast ini juga sebagai bentuk kegiatan yang menarik mereka dapat belajar bagaimana cara membuat konten yang baik bisa dibidang sebagai pembelajaran lifeskill nya mereka.⁶⁶

Dokumentasi wawancara terkait tujuan perencanaan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan



Gambar 4.2
Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dari tujuan perencanaan Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Tujuan Diadakan Proses Pemasaran Jasa Pendidikan yakni untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait keadaan fisik yang ada di man Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dan juga memperkenalkan beberapa program dan kegiatan yang ada di man 3 jember melalui kegiatan podcast dan video profil madrasah. Selain itu juga

⁶⁶ Ari Ramadhan Singgih, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

⁶⁷ MAN 3 Jember, "Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember", 19 Oktober 2023.

membentuk kepanitian dalam kegiatan proses pemasaran jasa pendidikan dimulai dari pembutukan ketua panitia PPDB, sekertaris, bendahara sampai pada tahap pembentukan tim yang melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hingga terbentuknya tim promosi.

c. Sasaran Manajemen strategi

Sasaran dalam hal ini ialah manusia. Maksudnya dalam memasarkan jasa pendidikan madrasah Aliyah negeri 3 jember melakukan kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah yang menjadi sasarnya sebagaimana yang disampaikan oleh kasworo sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

“Dalam hal ini yang menjadi sasaran pastinya sekolah-sekolah yang jangkauannya dekat dari Man 3 Jember kemudian kami menjangkau di tingkat kecamatan hingga sampai pada tingkat kabupaten jember.”⁶⁸”

Hal tersebut juga di sampaikan oleh ketua panitia

PPDB tahun 2023/2024 yakni giman sebagaimana berikut:

Dalam hal ini yang menjadi sasaran dalam perencanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni mulai dari SMPN 1 Jombang, SMPN 1 kencong MTSN 9 Jember, MTSN 7 Jember, MTSN 8 Jember,

⁶⁸ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

MTSN 3 Jember, SMPN 1 semboro, dan beberapa sekolah yang ada di daerah tanggul dan ambulu. Namun tidak hanya sampai disitu waktu pendaftaran ppdb kemarin ada salah satu pendaftar yang dari luar pulau jawa yang mendaftar ke sekolah kami meskipun 1 sampai 2 anak tetapi kami bangga ternyata kegiatan pemasaran yang kami lakukan mulai dari sosialisasi ke beberapa sekolah juga menggunakan sosial media dapat menggait anak yang jangkauannya jauh dari man 3 jember.⁶⁹

Hal tersebut juga selaras dengan yang di sampaikan oleh Ari

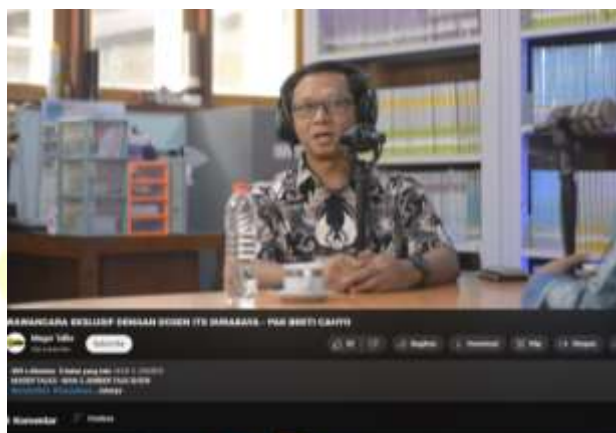
Ramadhan Singgih selaku Pembina podcast sebagai berikut:

Tentunya sasaran yang kami inginkan pastinya jangkauannya lebih luas tidak hanya di sekitar man 3 jember saja namun juga di luar area jember. Maka dari itu dengan adanya kegiatan podcast ini kami mampu mengenalkan bagaimana sih man 3 ini, meskipun dalam kegiatan ppdb kemarin video profil man 3 jember yang seharusnya di upload di youtube malah tidak terupload karena beberapa kendala yang tidak bisa dijelaskan. Namun dalam hal ini kita terus berbenah bagaimana kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.⁷⁰

Dokumentasi terkait sasaran perencanaan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan.

⁶⁹ Gimán, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

⁷⁰ Ari Ramdhan Singgih diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 oktober 2023



Gambar 4.3

Konten Podcast Kuliah Tamu Kegiatan Prodistik⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi terkait sasaran manajemen strategipemasaran jasa pendidikan dilakukan yakni sekolah-sekolah yang letaknya dekat dari MAN 3 JEMBER tidak sampai disitu saja bahkan juga menarik calon peserta didik baru yang ada di jember atau luar kabupaten jember melalui konten youtube man 3 jember. Selain itu kegiatan pemasaran juga dilakukan pada umumnya yakni dengan mendatangi beberapa sekolah yang di anggap sebagai sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Tidak hanya sekolah yang jangkauannya dekat dari man 3 jember namun juga beberapa sekolah yang letaknya jauh dari man 3 jember seperti beberapa smpn dan mtsn yakni SMPN 1

⁷¹ SMPN 1 Jombang, “Sosialisasi Kegiatan Pemasaran Jasa Pendidikan”, 20 Oktober 2023.

Jombang, SMPN 1 kencong MTSN 9 Jember, MTSN 7 Jember, MTSN 8 Jember, MTSN 3 Jember, beberapa sekolah yang ada di daerah tanggul dan ambulu.

Dari hasil temuan peneliti terkait manajemen strategipemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di man 3 jember dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat di tarik sebuah kesimpulan sementara bahwa, perumusan visi misi ini direncanakan kembali pada tahun 2020, yang mana pada saat rapat perumusan visi misi dibawah kepemimpinan bapak Iskak. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudan nya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Pada tahun 2020 ini sebagai program perwujudan dari visi misi waka kesiswaan membentuk kegiatan podcast yang mana hasilnya akan di upload melalui youtube sehingga video konten tersebut juga dapat dinikmati dan dilihat oleh masyarakat lain.

Adapun tujuan dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait keadaan fisik yang ada di man Madrasah Aliyah Negeri 3

Jember dan juga memperkenalkan beberapa program dan kegiatan yang ada di man 3 jember melalui kegiatan podcast yang di upload di youtube dan video profil madrasah. Selain itu juga membentuk kepanitian dalam kegiatan proses pemasaran jasa pendidikan dimulai dari pembutukan ketua panitia PPDB, sekertaris, bendahara sampai pada tahap pembentukan tim yang melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hingga terbentuknya tim promosi.

Terdapat beberapa tempat yang di jadikan sasaran dalam proses startegi manajemen pemasaran jasa pendidikan yakni sekolah-sekolah yang letaknya dekat dari MAN 3 JEMBER tidak sampai disitu saja bahkan juga menarik calon peserta didik baru yang ada di jember atau luar kabupaten jember melalui konten youtube man 3 jember.

2. Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Dalam hal ini peneliti menggali data terkait Implementasi Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember menggunakan data observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:

a. Program Implementasi Strategi Manajemen

Dalam proses pengimplementasian manajemen strategipemasaran jasa pendidikan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember memperkenalkan beberapa program yang ada di madrasah seperti penjelasan kasworo selaku waka kesiswaan sebagai berikut:

Sebenarnya terdapat banyak sekali program yang ada di man 3 jember mulai dari program bina prestasi, program penerapan teknologi informatika dan yang terbaru saat ini kami memiliki program kegiatan podcast. Nah program podcast ini baru saja kita dirikan mulai dari tahun 2021 sampai sekarang. Dalam proses pemasaran jasa pendidikan kami memang tidak memiliki video terkait pemasaran jasa pendidikan namun disini kami memanfaatkan program podcast yang mana segala kegiatannya di upload di youtube podcastnya man 3 jember dari hal tersebutlah kami dapat memberi tau kepada masyarakat terkait program yang kami miliki saat ini bahwa kami memiliki kegiatan podcast. Tidak hanya di youtube saja namun juga banyak media yang kita gunakan dalam proses pemasaran seperti halnya pembuatan brosur kemudian memajang di beberapa sosial media lainnya seperti Instagram, facebook dan masih banyak lagi.⁷²

Hal tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh ketua penitia ppdb yakni giman sebagaimana berikut:

Dalam hal ini tentunya kami mensosialisasikan semua program yang ada di man 3 jember mulai dari program bina prestasi, program kegiatan podcast,

⁷² Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

kemudian qiraah juga kami menunjukkan kegiatan rutin seperti shalat dhuha, ngaji Bersama sebelum pembelajaran di mulai kemudian shalat dzuhur dan ashar berjamaah kerana saat ini kami kan menerapkan system full day school dan tentu nya banyak sekali yang kita sosialisasikan pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan.⁷³

Hal tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Pembina Podcast yakni Ari Ramadhan Singgih sebagaimana berikut:

Jadi dalam hal ini kita membuat beberapa konten yang mana tujuannya untuk menarik calon peserta didik baru agar mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember. Adapun beberapa konten yang sudah kita buat yakni seperti kuliah tamu yang mana mendatangkan dosen dari ITS dan disitu kami mewawancarai beliau dan dikemas dalam bentuk kegiatan podcast. Selain itu kami juga membuat konten terkait acara karnaval yang di adakan pada bulan agustus lalu dan baru baru ini kami membuat konten terkait tanggapan wali murid yang menyekolahkan anaknya ke man 3 jember ya secara tidak langsung sebai bentuk testi atau umpan balik.⁷⁴

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasanya manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube yang ada di man 3 jember ini awal pembuatan youtube man 3 jember telah di buat mulai 11 desember 2014 sebanyak 596 suscriber yang

⁷³ Gimani, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

⁷⁴ Ari Ramadhan Singgih diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

dimiliki saat ini, menampilkan berbagai macam kegiatan seperti penampilan film pendek dalam acara procomit, acara wisuda prodistik, video profil madrasah, dan konten podcast. Dengan memperkenalkan beberapa program kegiatan tersebut melalui youtube diharapkan dapat menunjukkan eksistensi lembaga tersebut.⁷⁵

Dokumentasi terkait channel youtube dalam implementasi manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan.



Gambar 4.4

Channel Youtube Madrasah Aliyah Negeri 3 Jemberi⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi terdapat beberapa program yang di tawarkan

⁷⁵ Observasi di MAN 3 Jember, 13 Oktober 2023.

⁷⁶ MAN 3 JEMBER, “Program Pelaksanaan Kegiatan Podcast”, 19 Oktober 2023.

dalam proses pengimplementasian manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube yakni dimulai dari penunjukkan beberapa program kegiatan yang di upload melalui youtube seperti penampilan film pendek dalam acara procomit, acara wisuda prodistik, video profil madrasah, konten podcast dan masih banyak lagi. Adapun beberapa konten yang paling banyak di tonton yakni pada kegiatan podcast rahasia menjadi juara pemenang KSM Tingkat kabupaten jember dengan melakukan wawancara pada siswa siswi yang dintonton hingga sampai 1,3 ribu penonton. Tidak hanya sampai disitu terdapat beberapa konten lainnya yang mempunyai viewers paling banyak yakni pada konten podcast mengupas kisah horror yang ada di man 3 jember yang ditonton sebanyak 1,3 ribu penonton, dan video profil madrasah yang membahas terkait acara matsama (masa taaruf siswa siswi madrasah) yang ditonton sebanyak 844 penonton Dan yang terakhir terdapat video procomit V13 yang membahas kisah horror yang mana telah di tonton sebanyak 3 ribu penonton.

b. Sumber Daya Strategi Manajemen

Dalam proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan perlu adanya pemberian motivasi agar mempunyai kekuatan penuh mempromosikan lembaga pendidikan seperti apa yang telah di jelaskan oleh kasworo sebagai berikut:

Dalam hal ini kami memotivasi terus-menerus yang mana harapannya anak-anak setelah di berikan sosialisasi jadi mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember. Kemudian jika dalam memotivasi anak-anak dalam pembuatan konten podcast di youtube yakni cara yang dapat dilakukan yakni dengan pemberian motivasi dengan memperlihatkan mereka terkait orang-orang yang sukses dalam bidang content creator sampai mempunyai subscriber banyak, selain itu saya juga memberikan motivasi ⁷⁷

Begitu juga seperti yang dijelaskan oleh giman selaku

ketua panitia ppbd sebagai berikut:

Cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses strategi manajemen ini kami melihat dulu cara kami mensosialisasikan nya bagaimana kemudian komunikasi kami nah kami lihat dari hal itu dulu jika missal di sekolah A antusiasnya bagus anak-anak banyak yang mau sekolah di man 3 jember maka tim yang bertugas di sekolah b katakana lah ya bisa mengikuti bagaimana cara komunikasi yang di paparkan pada saat kegiatan sosialisaisi pada hari itu. Jadi disini bentuk motivas kami dalam bentuk itu tadi yang telah saya jelaskan. ⁷⁸

⁷⁷ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁷⁸ Giman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

Begitupun seperti yang dijelaskan oleh Ari Ramadhan

Singgih selaku Pembina podcast sebagai berikut:

Untuk hal pemberian motivasi saya berikan secara lisan jadi awalnya saya tanya kepada siswa siswi yang mengikuti pocast apakah mereka senang berada di kegiatan podcast. Dari jawabannya mereka tersebut barulah saya sebagai seorang Pembina berperan memberikan motivasi kepada mereka kalau karna menurut saya jika berada di podcast sudah senang maka mereka juga pastinya selalu memberikan ide-ide kreatif terkait konten yang ada di podcast karena kebanyakan konten yang ada di kami saat ini yakni berasal dari ide-ide kreatif mereka sendiri.⁷⁹

Berdasarkan observasi yang telah di lakukan peneliti pemeberian motivasi perlu dilakukan kepada seluruh tim yang bertugas agar dapat melakukan tugasnya dalam proses pemasaran jasa pendidikan. Tujuannya agar kegiatan sosialisasi dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dapat berjalan dengan sebaik-baiknya. Dari hal tersebut juga perlunya pemberian motivasi kepada sumber daya manusia yang mengikuti kegiatan podcast agar selalu menampilkan beberapa konten yang tujuannya dapat dikenal public dengan baik.⁸⁰

⁷⁹ Ari Ramadhan Singgih diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

⁸⁰ Observasi di MAN 3 Jember, 13 Oktober 2023.

Berikut dokumentasi terkait pemberian motivasi sumber daya manusia:



Gambar 4.5
Pemberian Motivasi Sumber Daya Manusia⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi pemberian motivasi ini sangat diperlukan agar seluruh komponen yang terlibat dalam proses pemasaran jasa pendidikan dapat mempromosikan lembaga pendidikan ini dengan sebaik-baiknya. Maka dari itu pemberian motivasi ini dilakukan dalam bentuk lisan. Dengan begitu para tim yang membuat konten yang akan disajikan dalam youtube podcast man 3 jember selalu menampilkan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan yang ada di man 3 jember.

⁸¹ MAN 3 Jember, "Pemotivasian Sumber Daya Manusia", 11 Oktober 2023.

c. Prosedur Implementasi Strategi Manajemen

Dalam proses pengimplementasian manajemen strategipemasaran jasa pendidikan yakni terdapat beberapa prosedur seperti yang disampaikan oleh gimman selaku ketua panitia ppdb sebagaimana berikut:

Prosedur pelaksanaannya saya selaku ketua panitia ppbdb tetap menggunakan teknik pemasaran seperti pada umumnya yakni melalui kegiatan sosialisasi dengan mengirimkan surat ke beberapa sekolah yang menjadi sasaran kegiatan pemasaran jasa pendidikan nah jika surat tersebut telah di terima di smp atau mts yang kita tuju maka kami berkonsultasi dulu kepada pihak TU yang ada di sekolah tersebut bagaimana jika kami melakukan sosialisasi pemasaran jasa pendidikan jika memang di izinkan maka kami lakukan kegiatan tersebut. Dalam hal ini kami mempersiapkan beberapa LCD proyektor, tim yang ditugaskan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dan yang pasti materi yang di bawakan seperti halnya memperkenalkan melalui youtube yakni pada kegiatan podcast kemudian video profil man 3 jember dan program-program yang kami miliki di man 3 jember.⁸²

Hal tersebut juga selaras sepeti yang dikatakan oleh kasworo selaku waka kesiswaan sebagaimana berikut:

Awalnya kami melakukan kegiatan pemasaran ke beberapa sekolah yang ada di man 3 jember seperti salah satunya seperti smp 1 jombang, smp 1 kencong, smp trunojoyo dan masih banyak lagi. Jadi sistemnya kami sosialisasi ke bebarapa sekolah dengan membawa mengirimkan surat terlebih dahulu kemudia jika sudah di terima oleh Lembaga mts

⁸² Gimman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

maupun smp kami membawa LCD proyektor yang digunakan pada kegiatan sosialisasi. Untuk prosedur pelaksanaan mekanisme pendaftarannya kami menggunakan webstite jadi alurnya pendaftar menyiapkan berkas yang diperlukan terlebih dahulu kemudian mengakses website man 3 jember, setelah itu mengisi data calon pendaftar kemudian si pendaftar bisa mencetak data yang sudah di isi kemudian langsung daftar ke man 3 jember.⁸³

Hal tersebut selaras dengan apa yang di sampaikan oleh Ari Ramadhan Singgih selaku Pembina podcast sebagai berikut:

Pada dasarnya kegiatan pemasaran ini tetap berpacu pada kegiatan pemasaran pada umumnya yakni melalui kegiatan sosialisasi, namun sebagai bahan penguatnya kami juga memperkenalkan bahwa di man 3 jember ini memiliki program kegiatan podcast yang mana menampilkan kegiatan yang ada di man 3 jember, kemudian disitu kami juga membahas terkait keadaan fisik yang ada di man 3 jember. Dan yang baru baru ini dilaksanakan yakni tanggapan wali murid alasan mereka menyekolahkan anaknya di man 3 jember.⁸⁴

Dari observasi yang telah dilakukan peneliti bahwasanya prosedur yang pertama dilakukan dengan mengirimkan surat ke lembaga yang dijadikan sebagai sasaran dalam proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Setelah surat pengantar yang dikirimkan sebelumnya telah di acc tim yang bertugas dalam pemasaran jasa pendidikan langsung mendatangi sekolah tersebut kemudian dengan

⁸³ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁸⁴ Ari Ramadhan Singgih, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

meminta izin terkait pengadaan kegiatan sosialisasi dalam hal mempromosikan lembaga pendidikan tersebut.⁸⁵

Berikut dokumentasi terkait alur pendaftaran calon peserta didik baru sebagaimana berikut:



Gambar 4.6

Prosedur Pendaftaran PPDB Tahun 2023/2024

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas prosedur yang dilakukan dalam tahapan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan disini melalui pembuatan konten terlebih dahulu seperti kegiatan konten yang pertama yang membahas terkait keadaan fisik yang ada di man 3 jember. Konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Adapun tahapan dalam proses sosialisasi yakni melakukan pengiriman surat ke beberapa sekolah yang menjadi sasaran dalam manajemen

⁸⁵ Observasi di MAN 3 Jember, 12 Oktober 2023.

strategipemasaran jasa pendidikan. Setelah diterima surat yang telah diantarkan oleh madrasah kemudian tim yang bertugas dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan membuat janji agar bisa menemui pihak sekolah mts maupun smp tersebut yang mana tujuannya untuk melakukan kegiatan sosialisasi pemasaran jasa pendidikan sekaligus memperkenalkan podcast yang dikemas dalam youtube yang ada di man 3 jember.

Dari hasil temuan di atas mengenai pengimplementasian manajemen strategipemasaran jasa pendidikan menggunakan youtube di madrasah Aliyah negeri 3 jember dapat ditarik kesimpulan sementara bahwasanya

dalam proses pengimplementasiannya Dari hasil temuan di atas mengenai pengimplementasian manajemen strategipemasaran jasa pendidikan menggunakan youtube di madrasah Aliyah negeri 3 jember dapat ditarik kesimpulan sementara bahwasanya dalam proses pengimplementasiannya

Dalam proses pengimplementasian manajemen strategibahwasanya dalam proses pengimplementasiannya terdapat dapat dilihat dari adanya ketertarikan calon peserta didik baru melalui konten-konten yang ada di man 3 jember.

Melalui konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Selain itu dalam proses pemberian motivasi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar kegiatan pemasaran jasa pendidikan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini bentuk pemberian motivasi dilakukan melalui lisan atau perkataan. Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dilakukan sebagaimana mestinya yakni dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan juga memperkenalkan konten konten yang ada di youtube man 3 jember.

3. Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Dalam hal ini peneliti menggali data terkait Evaluasi Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember menggunakan data observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:

a. Hasil Evaluasi Strategi Manajemen

Dalam manajemen strategipemasaran jasa pendidikan dengan mennggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3

Jember perlu adanya kegiatan evaluasi untuk meninjau seberapa jauh kegiatan pemasaran jasa pendidikan telah dilaksanakan. Dalam hal ini peneliti mewawancarai gimman selaku ketua panitia ppdb pada saat itu sebagai berikut:

Jadi proses evaluasi ini sangatlah penting karena dengan adanya proses evaluasi ini kami dapat berbenah pada kegiatan selanjutnya. Dalam hal ini yang perlu di evaluasi yakni dari kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah nah mulai dari kurangnya persiapan kami sempat pada waktu itu saya kekurangan LCD proyektor nah jadi kami awal meminjam ke sekolah tersebut berhubung kekurangan maka saya menyediakan dengan cara membawakan LCD proyektor yang ada di man 3 jember untuk acara sosialisasi jadi salah satu evaluasi yang ada pada kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah⁸⁶

Hal tersebut juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh kasworo selaku waka kesiswaan sebagai berikut:

Dalam hal ini yang perlu di evaluasi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini yakni mulai dari pembawaan materi yang akan menjadi bahan sosialisasi di beberapa sekolah kemudian dari segi penyampaian materi dan juga bentuk pemasaran yang kami lakukan. Permasalahannya di youtube man 3 jember ini tidak menampilkan video profil sekolah yang di upload di youtube, karena terdapat beberapa kendala, namun pada aslinya kami sudah mempunyai planning untuk mengupload video tersebut. Jika dilihat dari segi pemasaran jasa pendidikan pada penggunaan youtube nya kami lebih menonjolkan di kegiatan podcast yang ada di man 3 jember dan hal itu juga sebagai bentuk kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang

⁸⁶ Gimman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

menggunakan youtube. karena di dalamnya kami masih membahas seputar man 3 jember.⁸⁷

Hal tersebut juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh Ari Ramadhan Singgih selaku Pembina podcast sebagai berikut:

Jika dilihat dari kegiatan podcastnya pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni lebih kepada penguploadan konten nyatanya kami belum sepenuhnya bisa berkelanjutan dalam mengupload konten yang ada di podcast. Seperti halnya jika di youtube itu kan berapa minggu sekali selalu menampilkan konten nah dalam hal kami masih berbenah agar kami bisa mengupload konten sesuai target yang kami miliki.⁸⁸

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti tentang evaluasi dari adanya pelaksanaan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan bahwasanya terdapat beberapa evaluasi yang dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini salah satunya kurangnya persiapan dalam kegiatan sosialisasi, selain itu kendala lainnya terdapat pada

⁸⁷ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁸⁸ Ari Ramadhan Singgih, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Oktober 2023.

penguploadan konten youtube yang mana belum sepenuhnya bisa secara rutin dalam membuat konten serta upload video dikarenakan kurangnya tenaga dalam bidang editing.⁸⁹

Dokumentasi terkait rapat hasil evaluasi manajemen strategipemasaran jasa pendidikan sebagai berikut:



Gambar 4.7

Rapat Evaluasi Diri Madrasah (EDM)⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas hasil evaluasi yang ada dalam tahapan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan disini terdapat beberapa kendala evaluasi yang harus di benahi kedepannya seperti pada proses sosialisasi seperti pada umumnya kegiatan pemasaran jasa pendidikan namun disamping itu juga terdapat evaluasi terkait penguploadan konten di

⁸⁹ Observasi di MAN 3 Jember, 16 Oktober 2023.

⁹⁰ MAN 3 Jember, "Rapat Evaluasi Diri Madrasah (EDM)", 19 Oktober 2023.

youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut.

b. Penilaian kinerja

Penilaian kinerja disini ialah suatu proses pengukuran kinerja seseorang atau sebuah tim baik dari aspek kualitatif maupun kuantitatif dari adanya suatu pelaksanaan kegiatan seperti apa yang dikatakan oleh kasworo selaku waka kesiswaan sebagai berikut:

“Tentunya agar kita dapat melihat secara langsung proses yang telah kita laksanakan sudah berjalan sampai pada tahap mana. Jadi penilaian kinerja dalam suatu organisasi perlu untuk diadakan.”⁹¹

Hal tersebut juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh giman selaku panitia ppdb sebagai berikut:

“Dampak yang dirasakan jika tidak adanya penilaian kinerja yakni pastinya kita tidak mengetahui seberapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.”⁹²

⁹¹ Kasworo, diwawancarai oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2023.

⁹² Giman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 16 Oktober 2023.

Dokumentasi terkait penilaian kinerja dari adanya kegiatan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan sebagai berikut:



Gambar 4.8
Rapat Penilaian Kinerja⁹³

Berdasarkan hasil Wawancara dan Dokumentasi di atas terkait peilaian kinerja yang ada dalam tahap evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di madrasah Aliyah Negeri 3 Jember penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya

⁹³ MAN 3 Jember, "Rapat Penilaian Kinerja", 19 Oktober 2023.

mengetahui seberapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

Dari hasil temuan di atas mengenai proses evaluasi dalam kegiatan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember kesimpulan sementara bahwasanya terdapat beberapa kendala evaluasi yang harus di benahi kedepannya seperti pada proses sosialisasi seperti pada umumnya kegiatan pemasaran jasa pendidikan namun disamping itu juga terdapat evaluasi terkait penguploadan konten di youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut.

Kemudian jika dilihat dalam hal penilaian kinerja yakni dilakukan oleh seluruh komponen yang ada dari madrasah mulai dari kepala sekolah, waka kesiswaan, guru-guru yang ada di madrasah, serta panitia yang tergabung dalam kegiatan ppdb. Pada tahap penilaian kinerja dari kegiatan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan yakni

penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya mengetahui seberapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

Tabel 4.8
Hasil Temuan Peneliti

No.	Fokus Penelitian	Hasil Temuan
1.	Bagaimana Formulasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	Dari hasil temuan peneliti terkait formulasi manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini dimulai dari pembentukan visi misi yang direncanakan kembali pada tahun 2020, yang mana pada saat rapat perumusan visi misi dibawah kepemimpinan bapak Iskak. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudannya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Pada tahun 2020 ini sebagai program perwujudan dari visi misi waka kesiswaan membentuk kegiatan podcast yang mana hasilnya akan di upload melalui youtube sehingga video konten tersebut juga dapat dinikmati dan dilihat oleh masyarakat lain. Adapun tujuan dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait keadaan fisik yang ada di man Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dan juga

No.	Fokus Penelitian	Hasil Temuan
		<p>memperkenalkan beberapa program dan kegiatan yang ada di man 3 jember melalui kegiatan podcast yang di upload di youtube dan video profil madrasah. Selain itu juga membentuk kepanitian dalam kegiatan proses pemasaran jasa pendidikan dimulai dari pembutukan ketua panitia PPDB, sekertaris, bendahara sampai pada tahap pembentukan tim yang melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hingga terbentuknya tim promosi.</p> <p>Terdapat beberapa tempat yang di jadikan sasaran dalam proses startegi manajemen pemasaran jasa pendidikan yakni sekolah-sekolah yang letaknya dekat dari MAN 3 JEMBER tidak sampai disitu saja bahkan juga menarik calon peserta didik baru yang ada di jember atau luar kabupaten jember melalui konten youtube man 3 jember.</p>
2.	<p>Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember</p>	<p>Dari hasil temuan peneliti dalam proses pengimplementasian manajemen strategibahwasanya dalam proses pengimplementasiannya terdapat dapat dilihat dari adanya ketertarikan calon peserta didik baru melalui konten-konten yang ada di man 3 jember. Melalui konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Selain itu dalam proses pemberian motivasi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar kegiatan pemasaran jasa pendidika dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini bentuk pemberian motivasi dilakukan melalui lisan atau perkataan. Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dilakukan sebagaimana mestinya yakni dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan juga memperkenalkan konten konten yang ada di youtube man 3 jember.</p>
3.	<p>Evaluasi dari Manajemen strategiPemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube</p>	<p>Dari temuan peneliti terkait evaluasi pada manajemen strategi pemasaran jasa pendidikan denggan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini salah satunya terkait</p>

No.	Fokus Penelitian	Hasil Temuan
	Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	penguploadan konten di youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut. Adapun dampaknya dalam pembuatan konten disini Masyarakat dapat menyaksikan secara langsung kegiatan-kegiatan yang ada di man 3 jember melalui konten youtube seperti podcast dan konten lainnya. Dan pada tahap penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

C. Pembahasan Temuan

1. Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Dari Hasil temuan terkait perencanaan manajemen strategipemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini dimulai dari pembentukan visi misi yang direncanakan kembali pada tahun 2020, yang mana pada saat rapat perumusan visi misi dibawah kepemimpinan bapak Iskak. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk

memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudan nya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Pada tahun 2020 ini sebagai program perwujudan dari visi misi waka kesiswaan membentuk kegiatan podcast yang mana hasilnya akan di upload melalui youtube sehingga video konten tersebut juga dapat dinikmati dan dilihat oleh masyarakat lain. Adapun tujuan dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait keadaan fisik yang ada di man Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dan juga memperkenalkan beberapa program dan kegiatan yang ada di man 3 jember melalui kegiatan podcast yang di upload di youtube dan video profil madrasah. Selain itu juga membentuk kepanitian dalam kegiatan proses pemasaran jasa pendidikan dimulai dari pemptukan ketua panitia PPDB, sekertaris, bendahara sampai pada tahap pembentukan tim yang melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hingga terbentuknya tim promosi. Terdapat beberapa tempat yang di jadikan sasaran dalam proses starteji manajemen pemasaran jasa pendidikan yakni sekolah-sekolah yang letaknya dekat dari MAN 3 JEMBER tidak sampai disitu saja bahkan juga menarik calon peserta didik baru yang ada di jember atau luar kabupaten jember melalui konten youtube man 3 jember.

Berdasarkan hasil temuan di atas sesuai dengan teori yang di paparkan oleh Dr Wendy Sepmady Hutahaean, S.E., M.Th bahwasanya perencanaan

dalam manajemen strategi ialah suatu proses dimana suatu organisasi merealisasikan tujuan yang telah dirumuskan. Strategi perencanaan manajemen disini yakni suatu rencana yang dibuat untuk menentukan visi misi suatu organisasi, sasaran dan program kerja untuk mencapai tujuan daripada organisasi tersebut.⁹⁴

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang telah dipaparkan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam perencanaan Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Dr Wendy Sepmady Hutahaean, S.E., M.Th. Artinya hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti dengan teori diatas menguatkan teori sebelumnya. Dalam hal ini visi misi yang digunakan disini adalah visi misi yang telah dirumuskan pada tahun 2020. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudannya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Dalam memperoleh visi misi ini melibatkan seluruh stakeholder yang ada di madrasah mulai dari dewan komite madrasah kepala sekolah hingga semua guru yang ada di Madrasah Aliyah Negri 3 Jember. Selain itu tujuan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni untuk mempromosikan serta mengenalkan kepada masyarakat terkait kondisi fisik yang ada di man 3 jember dengan cara menampilkan video profil man 3

⁹⁴ Dr Wendy Sepmady Hutahaean, S.E., M.Th, *DASAR MANAJEMEN*, 12-13.

jember, mengenalkan beberapa program yang ada di man 3 jember, prestasi juga beberapa kegiatan yang ada di man 3 jember seperti halnya kegiatan podcast yang mana di tampilkan melalui youtube podcastnya man 3 jember melalui kegiatan sosialisasi yang menjadi sasaran kegiatan pemasaran di man 3 jember.

2. Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Dari hasil temuan mengenai proses pengimplementasian manajemen strategibahwasanya dalam proses pengimplementasiannya terdapat dapat dilihat dari adanya ketertarikan calon peserta didik baru melalui konten-konten yang ada di man 3 jember. Melalui konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Selain itu dalam proses pemberian motivasi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar kegiatan pemasaran jasa pendidikan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini bentuk pemberian motivasi dilakukan melalui lisan atau perkataan. Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dilakukan sebagaimana mestinya yakni dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan juga memperkenalkan konten-konten yang ada di youtube man 3 jember.

Berdasarkan hasil temuan di atas sesuai dengan teori yang di paparkan oleh Dr. Anam Muftakhul Huda, M.I.Kom Dan Diana Elvianita, SE.M.M

bahwasanya pengimplementasian manajemen strategiialah suatu proses penerjemahan antara strategi dan kebijakan yang telah dibuat melalui pengembangan program, anggaran biaya, dan prosedur pelaksanaan yang ada. Proses ini mencakup perubahan-perubahan yang ada di dalam budaya, struktur, hingga sampai pada system manajemen secara menyeluruh yang ada dalam suatu organisasi.⁹⁵

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang telah dipaparkan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam perencanaan Manajemen strategiPemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Dr. Anam Muftakhul Huda, M.I.Kom Dan Diana Elvianita, SE.M.M. dalam proses pengimplementasiannya dapat dilihat dari adanya ketertarikan calon peserta didik baru melalui konten-konten yang ada di man 3 jember. Melalui konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Selain itu dalam proses pemberian motivasi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar kegiatan pemasaran jasa pendidika dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini bentuk pemberian motivasi dilakukan melalui lisan atau perkataan. Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dilakukan sebagaimana mestinya yakni

⁹⁵ Dr. Anam Muftakhul Huda, M.I.Kom Dan Diana Elvianita, SE.M.M., *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK*, 40-41.

dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan juga memperkenalkan konten konten yang ada di youtube man 3 jember.

3. Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Dari temuan peneliti terkait evaluasi yang ada dalam manajemen strategidalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini salah satunya terkait penguploadan konten di youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut. Dan pada tahap penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

Berdasarkan hasil temuan di atas sesuai dengan teori yang di paparkan oleh Lessinger Dan Wysong bahwasanya evaluasi ini sebuah proses penilaian dengan cara membandingkan antara tujuan yang diharapkan dengan prestasi nyata yang telah di capai. dan menggambarkan,

memperoleh, atau menghasilkan informasi yang berguna untuk mempertimbangkan suatu keputusan.⁹⁶

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang telah dipaparkan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam proses evaluasi Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Lessinger Dan Wysong. Evaluasi yang ada dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini salah satunya terkait penguploadan konten di youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut. Dan pada tahap penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

⁹⁶ Sukatin, et al, *MANAJEMEN DAN EVALUASI KERJA* (Yogyakarta: Deepublish 2022), 99.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil peneliti tentang “Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember” maka dapat diambil kesimpulan untuk menjawab beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember ini dimulai dari pembentukan visi misi yang direncanakan kembali pada tahun 2020, yang mana pada saat rapat perumusan visi misi dibawah kepemimpinan bapak Iskak. Adapun tujuan dibentuknya visi misi disini untuk memberikan pandangan kedepan tentang cita-cita suatu lembaga pendidikan dan proses perwujudannya dituangkan dalam bentuk misi yang ada di dalam madrasah. Pada tahun 2020 ini sebagai program perwujudan dari visi misi waka kesiswaan membentuk kegiatan podcast yang mana hasilnya akan di upload melalui youtube sehingga video konten tersebut juga dapat dinikmati dan dilihat oleh masyarakat lain. Adapun tujuan dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk memperkenalkan kepada masyarakat terkait keadaan fisik yang ada di man Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dan juga memperkenalkan beberapa program dan kegiatan yang ada di man 3 jember melalui kegiatan

podcast yang di upload di youtube dan video profil madrasah. Selain itu juga membentuk kepanitian dalam kegiatan proses pemasaran jasa pendidikan dimulai dari pembutukan ketua panitia PPDB, sekertaris, bendahara sampai pada tahap pembentukan tim yang melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hingga terbentuknya tim promosi. Terdapat beberapa tempat yang di jadikan sasaran dalam proses startegi manajemen pemasaran jasa pendidikan yakni sekolah-sekolah yang letaknya dekat dari MAN 3 JEMBER tidak sampai disitu saja bahkan juga menarik calon peserta didik baru yang ada di jember atau luar kabupaten jember melalui konten youtube man 3 jember.

2. Implementasi Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember dapat dilihat dari sebrapa besar ketertarikan calon peserta didik baru melalui konten-konten yang ada di youtube man 3 jember. Melalui konten tersebut dapat juga dapat dijadikan sebagai bahan pada kegiatan pemasaran di beberapa sekolah yang dijadikan sasaran. Selain itu dalam proses pemberian motivasi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar kegiatan pemasaran jasa pendidika dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini bentuk pemberian motivasi dilakukan melalui lisan atau perkataan. Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dilakukan sebagaimana mestinya yakni dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan juga memperkenalkan konten konten yang ada di youtube man 3 jember.

3. Manajemen strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yakni terkait penguploadan konten di youtube yang mana belum sepenuhnya rutin menampilkan kontennya di youtube. Selain itu juga terdapat kendala dalam penguploadan video profil madrasah yang seharusnya juga di tampilkan melalui youtube man 3 jember. Maka dari itu perlu adanya tindak lanjut dalam penguploadan video tersebut. Dan pada tahap penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan. Dan juga tahap penilaian kinerja ini sangat penting untuk ditinjau kembali melalui pengukuran kinerja di dalam suatu organisasi. Adapun dampak dari tidak adanya penilaian kinerja dalam organisasi yakni sulitnya mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan pemaparan teori yang telah peneliti sampaikan di atas tentang Strategi Manejemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yang telah melaksanakan dengan baik proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan, adakalanya lebih

intens dalam mengelola penguploadan video yang ada di youtube madrasah itu sendiri.

2. Bagi Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember lebih membangun ide-ide kreatif dalam hal program kegiatan siswa sisiwi yang nantinya dapat ditampilkan di youtube madrasah.
3. Bagi Pembina podcast

Bagi Pembina podcast Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember tetap semangat dalam membuat program kegiatan tepatnya konten-konten yang disajikan dalam youtube Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember .



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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. *Manajemen Pendidikan Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2019.
- Abdussamad, Zuhri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press, 2021.
- Afriwanti, Desi. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Smp-It Insan Cendekia Boarding School Payakumbuh.” Skripsi, IAIN BATUSANGKAR, 2021.
- Ahmad, Ahmad. *Manajemen Strategis*. Makasar: CV Nas Media Pustaka, 2020.
https://books.google.co.id/books?id=DgQLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Manajemen+Strategis+2020&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwipk_6R0YaEAXJ1zgGHYAhATAQ6wF6BAgJEAE#v=onepage&q=Manajemen%20Strategis%202020&f=false.
- Amirudin, and Ahmad Husein Ritonga. *MANAJEMEN PEMASARAN JASA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*. Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ayu Anisa, Citra. “Visi Misi Menurut Freed R David Dalam Persepektif Pendidikan Islam.” *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (March 2020): 74–77. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>.
- B. Milles, Mathew, A Michael Huberman, and Johanny Saldana. *Qualitative Data Anlysis A Methods Sourcebook*. Baverly Hill: Sage Publication, 2014.

Cahyo Purnomo, Andi. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran.” *INOVASI: Jurnal Sosial Humainora Dan Pendidikan* 1, no. 2 (May 2022): 131–37.
<https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>.

Dian Irmayani, Ni Wayan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
https://books.google.co.id/books?id=KadcEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=sumber+daya+manusia+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwioJS3z-6DAxXT2DgGHZr4CuYQ6AF6BAgMEAI#v=onepage&q=sumber%20daya%20manusia%20adalah&f=false.

Fathurrochman, Irwan, Endang Endang, Dian Bastian, Meri Ameliya, and Ade Suryani. “STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL MADRASAH ALIYAH RIYADUS SHOLIHIN MUSIRAWAS.” *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 6, no. 1 (June 2021): 1–12.
<https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

Fauzi, Akhmad, and Rusdi Hidayat Nughroho. *Manajemen Kinerja*. Surabaya: Ailangga Universty Press, 2020.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hMjjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kinerja+&ots=GqnnDM0RpK&sig=A3wQVV2W1nagu1rZyas7I4xSIBw&redir_esc=y#v=onepage&q=kinerja&f=false.

- Fauzi, Imron. *Manajemen Pendidikan Ala Rasulullah*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2019.
- Febriana, Dina. *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=moM_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=evaluasi+&ots=VAUZ5z2LJx&sig=3f4RDz9rnBWGaKzcaqMX3BU4OgI&redir_esc=y#v=onepage&q=evaluasi&f=false.
- Gunawan, Indra. “Tak Ada Prospek, Dua SMA Tuban Tutup Tahun Depan.” Radar Bojonegoro. Accessed November 25, 2023.
<https://radarbojonegoro.jawapos.com/bojonegoro/711314332/tak-ada-prospek-dua-sma-tuban-tutup-tahun-depan>.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Ilmu Pustaka Grup, 2020.
- Hidayati, Nurul. “Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya.” *Jurnal Kependidikan Islam* 11, no. 1 (June 2021): 111–33.
<https://doi.org/10.15642/JKPI.2021.11.1.111-133>.
- Junaris, Imam, and Nik Haryanti. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: EURIKA MEDIA AKSARA, 2022.
- Ketut Purnaya, I Gusti. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
https://books.google.co.id/books?id=OC03DgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=sumber+daya+manusia+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&s

a=X&ved=2ahUKEwioJS3z-

6DAxXT2DgGHZr4CuYQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=sumber%20daya
%20manusia%20adalah&f=false.

Kholis, Nur. *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, Pengawasan)*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Labaso, Syahril. “Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 289–311.
<https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.

Miftakhul Huda, Anam, and Diana Elvianita Martanti. *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK*. Bali: JAYAPANGUS PRESS, 2018.

Mustangin, Mustangin, Muhammad Fauzan Akbar, and Wahyu Novita Sari. “Analisis Pelaksanaan Program Pendidikan Nonformal Bagi Anak Jalanan.” *International Journal Of Community Service Learning* 5, no. 3 (August 2021): 235–41. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3.38821>.

Mutia Annur, Cindy. “Pengguna YouTube Di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak Di Dunia Pada Awal 2023.” Databoks. Accessed November 25, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20terbaru%20We%20Are,pengguna%20YouTube%20terbanyak%20di%20dunia>.

———. “Terus Bertambah, Jumlah Pengguna Youtube Di Dunia Capai 2,68 Miliar Orang per Kuartal I-2023.” Databoks. Accessed November 25, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/terus-bertambah-jumlah-pengguna-youtube-di-dunia-capai-268-miliar-orang-per-kuartal-i-2023>.

Nazarudin. *MANAJEMEN STRATEGIK*. Palembang: NoerFikri Offset, 2020.

Negara Republik Indonesia, Sekretariat. *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat (1)*, n.d.

Nurmalasari, Neneng, and Imas Masitoh. “MANAJEMEN STRATEGIK PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL.” *Journal of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543–48. <http://dx.doi.org/10.25157/mr.v4i3.4524>.

Penyempurnaan Al-Quran, Tim. *Al-Quran Dan Terjemahannya Edisi Penyempurna 2019, Juz 21-30*. Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Quran, 2019.

Penyusun Karya Ilmiah, Tim. *Pedoman Penulisan KARYA ILMIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER*. UIN Kiai Achmad Siddiq Jember, 2021.

Puji Suci, Rahayu. *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.

Rohman, Abd. *DASAR-DASAR MANAJEMEN*. Malang: Intelegensia Media, 2017.

Sagala, Syaiful. *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2017.

- Saidah, Sahra Rohmatus, Dani Hermawan, and Moh Anwar. "STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DI MADRASAH IBTIDAIYAH MUHAMMADIYAH 02 CAKRU KENCONG JEMBER." *LEADERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (June 2022): 289. <https://doi.org/10.35719/leaderia.v3i1>.
- Sepmandy Hutahean, Wendy. *DASAR MANAJEMEN*. Malang: Ahlimedia Press, 2018.
- Setya Mustafa, Pinton. "Model Discrepancy Sebagai Evaluasi Program Pendidikan." *PALAPA: Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* 11, no. 1 (May 2021): 183–98. <https://doi.org/10.36088/palapa.v9i1.1067>.
- Suardhika, I Nengah. *Manajemen Strategik Konsepsi Dasar Dan Praktis*. Bali: CV NOAH ALETHEIA, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukantin, Sukantin. *Manajemen Dan Evaluasi Kerja*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- SUPRIYANTO, ASEP. "MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 7 MUARO JAMBI." Skripsi, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI, 2020.
- Ulin Nuha, Muhammad. "SKRIPSI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MTs MINAT KESUGIHAN CILACAP." UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI (UNUGHA), 2021.

- Wihardjo, Edy. "Video Profil Sekolah Di Jember." MAT: Mathematics Assesment Technology. Accessed November 26, 2023. <https://mat.or.id/blog/video-profil-sekolah-di-jember/>.
- Wijaya, Candra, and Muhammad Rifa'i. *DASAR-DASAR MANAJEMEN Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif Dan Efisien*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Winoto, Suhadi. *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Bildung, 2020.
- Z Yonatan, Agnez. "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026." GoodStats. Accessed November 25, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp#:~:text=Melansir%20Statista%2C%20di%20tahun%202017,total%20pengguna%2081%2C82%25>.
- Zawawi, M Ilmil, and Zainal Abidin. "STRATEGI PEMASARAN MADRASAH IBTIDAIYAH DI JEMBER JAWA TIMUR" 3, no. 1 (June 2022). <https://doi.org/10.35719/leaderia.v3i1>.

Lampiran 1

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Inayah Nurul Izza
 Nim : 202101030101
 Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
 Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa daam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur perjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur perjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya unsur paksaan dari siapapun.

Jember, 1 Maret 2024

Saya yang menyatakan



Inayah Nurul Izza

202101030101

Lampiran 2

Matriks Penelitian

Nama : Inayah Nurul Izza

Nim : 202101030101

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
1	2	3	4	5	6	7
Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	1. Manajemen Strategi	a. Perencanaan Manajemen Strategi	a. Visi Dan Misi perencanaan strategi b. Tujuan Perencanaan Manajemen Strategi. c. Sasaran yang di inginkan dalam strategi manajemen.	1. Informan: - Kepala Madrasah. - Pembina Podcast - Waka Kesiswaan. - Siswa/siswi yang terlibat. 2. Dokumen Terkait. 3. Kepustakaan.	1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Kualitatif Deskriptif 3. Teknik Pengumpulan Data : a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi	1. Bagaimana Perencanaan Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 2. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan

		<p>b. Pelaksanaan Manajemen Strategi</p> <p>a. Program Implementasi Manajemen Strategi</p> <p>b. Sumber daya Manajemen Strategi</p> <p>c. Prosedur implementasi manajemen</p>	<p>a. Program Implementasi Manajemen Strategi</p> <p>b. Sumber daya Manajemen Strategi</p> <p>c. Prosedur implementasi manajemen</p>	<p>4. Validasi Data:</p> <p>a. Triangulasi Sumber</p> <p>b. Triangulasi Teknik</p>	<p>Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?</p> <p>3. Bagaimana Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?</p>
		<p>c. Evaluasi Manajemen Strategi</p>	<p>a. Hasil evaluasi Pelaksanaan Manajemen Strategi</p> <p>b. Penilaian Kinerja Manajemen Strategi</p>		

	2. Pemasaran Jasa Pendidikan	a. Marketing Mix Pemasaran Jasa Pendidikan	a. Produk dari pemasaran jasa pendidikan. b. Promosi dari pemasaran jasa pendidikan. c. Tempat yang digunakan pemasaran jasa pendidikan.		
--	------------------------------	--	--	--	--

Lampiran 3

INSTRUMEN WAWANCARA

Peneliti : Inayah Nurul Izza

Judul : Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember.

Fokus Penelitian	Indikator	Informan	Pertanyaan
Gambaran Obyek Penelitian	1. Sejarah 2. Visi, Misi, Tujuan 3. Struktur Organisasi 4. Data Guru dan Tenaga Kependidikan 5. Data Siswa 6. Data Sarpras 7. Pencapaian Prestasi siswa 8. Pencapaian Prestasi Guru 9. Pencapaian Prestasi Madrasah lainnya	Kepala Madrasah	1. Bagaimana sejarah berdirinya Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 2. Apa Visi, Misi, Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 3. Bagaimana Struktur organisasi Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 4. Bagaimana Kondisi kualifikasi dan kompetensi Guru dan Tenaga Kependidikan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 5. Bagaimana kondisi latar belakang dan perkembangan siswa Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 6. Bagaimana kondisi sarpras di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 7. Bagaimana hasil pencapaian prestasi siswa yang pernah diraih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 8. Bagaimana hasil pencapaian prestasi Guru yang pernah diraih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? 9. Bagaimana hasil pencapaian prestasi Madrasah yang pernah diraih Madrasah Aliyah

Fokus Penelitian	Indikator	Informan	Pertanyaan
			Negeri 3 Jember?
Bagaimana Perencanaan Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?	1. Visi Misi Perencanaan Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan)	1. a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi? b. Siapa yang merumuskan visi misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi? c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?
	2. Tujuan Perencanaan Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan)	2. a. Apa yang menjadi tujuan perencanaan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan? b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi? c. Apa tujuan dibentuk kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
	3. Sasaran yang di inginkan dalam Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan)	3. a. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
Bagaimana Implementasi	1. Program Implementasi	1. Gimam S.Pd (Ketua	1. a. Apa saja program yang ditawarkan dalam

Fokus Penelitian	Indikator	Informan	Pertanyaan
Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?	Manajemen Strategi	Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan) 3. Ari Ramadhan Singgih (Pembina Podcast)	kegiatan pemasaran jasa pendidikan? b. bagaimana proses pengimplemengasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan? c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk? d. Bagaimana awal pembentukan program podcast di man 3 jember? e. apa tujuannya dibentuk program kegiatan podcast?
	2. Sumber Daya Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan) 3. Ari Ramadhan Singgih (Pembina Podcast)	2. a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan? b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?
	3. Prosedur Implementasi Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan) 3. Ari	3. a. Bagaimana prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember? b. Bagaimana prosedur pelaksanaan ujian pada proses pemasaran jasa pendidikan?

Fokus Penelitian	Indikator	Informan	Pertanyaan
		Ramadhan Singgih (Pembina Podcast)	
	1. Hasil Evaluasi Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan) 3. Ari Ramadhan Singgih (Pembina Podcast)	1.a.Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi? b.Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi? c.Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
	2. Penilaian Kinerja Manajemen Strategi	1. Gimam S.Pd (Ketua Panitia PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023) 2. Kasworo S.Pd (Waka Kesiswaan) 3. Ari Ramadhan Singgih (Pembina Podcast)	2.a Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja? b. Apakah dampaknya jika tidak adanya penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

Lampiran 4

Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Kepala Madrasah

1. Bagaimana sejarah berdirinya Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
2. Apa Visi, Misi, Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
3. Bagaimana Struktur organisasi Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
4. Bagaimana Kondisi kualifikasi dan kompetensi Guru dan Tenaga Kependidikan Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
5. Bagaimana kondisi latar belakang dan perkembangan siswa Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
6. Bagaimana kondisi sarpras di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
7. Bagaimana hasil pencapaian prestasi siswa yang pernah diraih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
8. Bagaimana hasil pencapaian prestasi Guru yang pernah diraih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?
9. Bagaimana hasil pencapaian prestasi Madrasah yang pernah diraih Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

B. Waka Kesiswaan

Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1. a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi?
1. b. Siapa yang merumuskan Visi Misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi?
1. c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?
2. a. Apa yang menjadi tujuan perencanaan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
2. b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
2. c. Apa tujuannya di bentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
3. a. siapa saja yang menjadi sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1. a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?
1. b. Bagaimana proses pengimplentasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?
1. c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?
1. d. Bagaimana awal pembentukan program podcast di man 3 jember?
1. c. Apa tujuannya dibentuknya program kegiatan podcast?
2. a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

- 2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?
- 3.a. Bagaimana prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah negeri 3 Jember?
- 3.b. Bagaimana Prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
- 2.a. Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?
- 2.b. apakah dampaknya jika tidak ada penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

C. Ketua Panitia PPBD

Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi?
- 1.b. Siapa yang merumuskan Visi Misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi?
- 1.c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?
- 2.a. Apa yang menjadi tujuan perencanaan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
- 2.b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
- 2.c. Apa tujuannya di bentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?
- 3.a. siapa saja yang menjadi sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?
- 1.b. Bagaimana proses pengimplementasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?
- 1.c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?
- 1.d. Bagaimana awal pembentukan program podcast di man 3 jember?
- 1.c. Apa tujuannya dibentuknya program kegiatan podcast?
- 2.a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan?
- 2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?
- 3.a. Bagaimana prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah negeri 3 Jember?

3.b. Bagaimana Prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
- 2.a. Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?
- 2.b. apakah dampaknya jika tidak ada penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

D. Pembina Podcast

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?
- 1.b. Bagaimana proses pengimplentasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?
- 1.c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?
- 1.d. Bagaimana awal pembentukan program podcast di man 3 jember?
- 1.c. Apa tujuannya dibentuknya program kegiatan podcast?
- 2.a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan?
- 2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?
- 3.a. Bagaimana prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah negeri 3 Jember?
- 3.b. Bagaimana Prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

- 1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?
 - c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?
- 2.a. Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?
- 2.b. apakah dampaknya jika tidak ada penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

Lampiran 5

REKAMAN INTERVIEW

A. Waka Kesiswaan

Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Penetapan visi misi ini kami masih menggunakan visi misi yang disusun 2 tahun lalu yakni pada tahun 2020 kami merumuskan visi misi ini hingga pada akhirnya terbentuklah visi misi yang ada saat ini. Nah di tahun 2020 juga selain merumuskan visi misi saya juga memunculkan ide kreatif sebagai salah satu bentuk pencapaian visi disitu tertera terdapat kata kreatif nah dari hal tersebut sebagai perwujudan visi misi saya membentuk kegiatan podcast.

1.b. Siapa yang merumuskan Visi Misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi?

Dalam hal ini yang merumuskan visi misi tentunya seluruh komponen madrasah mulai dari kepala sekolah, waka kurikulum, waka kesiswaan, waka sarpras, waka humas dan para guru yang ada di madrasah.

1.c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Yang pasti dasar landasan kita merumuskan visi misi madrasah ini tentunya dari Sistem Nasional Pendidikan yang mana di dalam aturan perundang undangan tersebut terdapat beberapa indikator di dalam merumuskan visi misi.

2.a. Apa yang menjadi tujuan perencanaan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tujuannya disini yang pasti untuk memperkenalkan Lembaga kita yakni Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember yang mana Lembaga kita meskipun berada di desa tidak menurunkan eksistensinya untuk memperkenalkan kepada masyarakat akan keadaan fisik man 3 jember. Dan yang kedua untuk menggait anak-anak yang setelah lulus SMP, MTS agar mempunyai keinginan untuk melanjutkan ke man 3 jember.

2.b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Jadi dalam hal ini saya pada waktu itu membentuk tim yang mana tim ini pastinya dalam bentuk kepanitiaan mulai dari ketua panitia PPDB, sekertaris panitia PPBD, bendahara panitia PPBD, jajaran tim yang ditugaskan untuk promosi atau istilah nya di kenal dengan tim pemasaran jasa Pendidikan yang mana tugasnya mereka disini untuk memperkenalkan man 3 jember ke beberapa sekolah melalui video profil madrasah, program kegiatan yang ada di madrasah, ruang lingkup madrasah dan masih banyak lagi.

2.c. Apa tujuannya di bentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tujuannya disini untuk menggait anak-anak yang ada di jember untuk bersekolah di man 3 jember maka dari itu perlu adanya tim pemasaran jasa Pendidikan dalam proses perencanaan pemasraan jasa Pendidikan.

3.a. siapa saja yang menjadi sasaran dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Dalam hal ini yang menjadi sasaran pastinya sekolah-sekolah yang jangkauannya dekat dari man 3 jember kemudian kami menjangkau di Tingkat kecamatan hingga sampai pada kabupaten.

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?

Sebenarnya terdapat banyak sekali program yang ada di man 3 jember mulai dari program bina prestasi, program penerapan teknologi informatika dan yang terbaru saat ini kami memiliki program kegiatan podcast. Nah program podcast ini baru saja kita dirikan mulai dari tahun 2021 sampai sekarang. Dalam proses pemasaran jasa Pendidikan kami memang tidak memiliki video terkait pemasaran jasa Pendidikan namun dengan adanya program podcast ini kami dapat memberi tau kepada Masyarakat terkait program yang kami miliki saat ini

1.b. Bagaimana proses pengimplentasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

Jadi pada proses pelaksanaan kegiatan pemasaran kami kan sudah terbentuk tim yang akan mendatangi beberapa sekolah yang ada di sekitar man 3 jember, namun tidak hanya di sekitar man 3 jember di area seperti tanggul dan ambulu nah dalam ini kami mengirim surat dulu ke pihak sekolah yang dituju jika surat di tadi di terima maka kami izin meminta waktu siswa siswa kelas 9 untuk megadakan kegiatan sosialisasi kami menyiapkan beberapa LCD Proyektor dan dari kegiatan itulah kami menampilkan profil madrasah, juga memperkenalkan terkait program-program yang ada di man 3 jember dan disitu juga kami memperkenalkan bahwasanya kami man 3 jember mempunyai kegiatan podcast yang di uplod di media sosial bernama youtube.

1.c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?

Agar proses kita memperkenalkan terkait man 3 jember bisa di rasakan di beberapa sekolah seperti smp maupun mts yang ada di jember. Selain itu kita juga ingin menunjukkan program yang kita miliki ke sekolah-sekolah yang menjadi sasaran kami.

1.d. Bagaimana awal pembentukan program podcast di man 3 jember?

awal terbentuknya kegiatan podcast ini karena inisiasi saya yang mana melihat salah satu guru seni budaya yakni bapak ari ini ialah salah satu guru yang mempunyai channel youtube yang tak lain ia juga salah satu concent creator di youtube. Maka dari itu saya menginisiasikan program podcast ini yang mana selain prestasi-prestasi yang kita tunjukkan melalui sosial media seperti whatsapp, Instagram kita juga dapat memberikan gambaran terkait man 3 jember melalui youtube.

1.c. Apa tujuannya dibentuknya program kegiatan podcast?

Tujuannya di bentuk kegiatan podcast ini untuk mengasah keterampilan siswa terkait hal yang mereka sukai seperti nyanyi, bermain drama dan lain sebagainya sehingga bakat yang mereka miliki tidak hanya dapat di saksikan oleh warga man 3 jember saja namun juga dapat disaksikan oleh Masyarakat luar yang mana juga dapat dijadikan sebagai bentuk pemasaran man 3 jember.

2.a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

Dalam hal ini kami memotivasi terus-menerus yang mana harapannya anak-anak setelah di berikan sosialisasi jadi mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember. Kemudian jika dalam memotivasi anak-anak dalam pembuatan konten podcast di youtube yakni cara yang dapat dilakukan yakni dengan pemberian motivasi dengan memperlihatkan mereka terkait orang-orang yang sukses dalam bidang content creator sampai mempunyai subscriber banyak, selain itu saya juga memberikan motivasi

2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?

Bentuk pemberian motivasi ini kami lakukan secara lisan seperti kami saling memberi semangat kepada tim yang terjun langsung ke beberapa sekolah. Bentuk pemberian motivasi ini disampaikan secara lisan yang mana kita memberikan perkaaan melalui face to face agar dapat memotivasi seluruh sumber daya manusia terlebih dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

3.a Bagaimana prosedur pelaksanaan proses pemasaran Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Awalnya kami melakukan kegiatan pemasaran ke beberapa sekolah yang ada di man 3 jember seperti salah satunya seperti smp 1 jombang, smp 1 kencong, smp trunojoyo dan masih banyak lagi. Jadi sistemnya kami sosialisasi ke bebarapa sekolah dengan membawa mengirimkan surat terlebih dahulu kemudia jika sudah di terima oleh Lembaga mts maupun smp kami membawa LCD proyektor yang digunakan pada kegiatan sosialisasi.

3.b. Bagaimana prosedur pelaksanaan ujian pada proses pemasaran jasa pendidikan?

Untuk prosedur pelaksanaan mekanisme ujian nya kami kami membuka 2 jalur yakni jalur prestasi dan jalur reguler. Pada jalur prestasi ini siswa menunjukkan prestasi yang ia miliki mulai dari presasi akademisnya maupun prestasi non akademisnya kemudian kita seleksi dari proses hasil seleksi terdapat beberapa yang tertolak pada jalur ini. Kemudian pada jalur reguler

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Dalam hal ini yang perlu di evaluasi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini yakni mulai dari pembawaan materi yang akan menjadi bahan sosialisasi di beberapa sekolah kemudian dari segi penyampaian materi dan juga bentuk pemasaran yang kami lakukan. Pada aslinya kami di youtube man 3 jember sendiri tidak menampilkan video profil sekolah yang di upload di youtube karena terdapat beberapa kendala, namun kami jika dilihat dari segi pemsaran jasa pendidikan menggunakan youtube kami lebih menonjolkan di kegiatan podcast yang ada di man 3 jember dan hal itu juga sebagai bentuk kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang menggunakan youtube karena di dalamnya kami masih membahas seputar man 3 jember.

1.b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?

Jadi proses ini evaluasi sangatlah penting karena dengan adanya proses evaluasi ini kami dapat berbenah pada kegiatan selanjutnya, seperti halnya dalam proses pemasaran kemarin kami perlu persiapan yang lebih matang seperti pada halnya yakni persiapan pembawaan lcd proyektor yang mana pada saat itu kita kekurangan LCD dan layer proyektor

1.c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Tentunya semua panitia yang terlibat dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan mulai dari ketua panitia, tim yang terjun ke beberapa sekolah untuk melakukan sosialisasi, waka kurikulum, kepala sekolah, dan beberapa siswa yang ikut terjun dalam hal ini anak-anak osim yang kami tunjuk melakukan sosialisasi di sekolahnya dulu pada saat mts maupun smp.

2.a Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?

Tentunya agar kita dapat melihat secara langsung proses yang telah kita laksanakan sudah berjalan sampai pada tahap mana. Jadi penilaian kinerja dalam suatu organisasi perlu untuk diadakan.

2.b. apakah dampaknya jika tidak adanya penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

Dampak yang dirasakan jika tidak adanya penilaian kinerja yakni pastinya kita tidak mengetahui seberapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

B. Ketua Panitia PPBD

Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. 1.a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Untuk penetapan visi misi madrasah ini sudah pernah kita rumuskan Kembali pada tahun 2020. Yang mana pada proses perumusan visi misi ini kita perlu rumuskan Kembali setelah pergantiannya kepala sekolah mulai dari kepemimpinan pak ashar kemudian sampai pada pak iskak saat ini.

1.b. Siapa yang merumuskan Visi Misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi?

Yang terlibat dalam perumusan visi misi madrasah ini tentunya seluruh komponen madrasah yakni mulai dari guru yang ada di man 3 jember, kemudian wakil kepala madrasah, kepala umum tata usaha, kemudian komite madrasah dan masih banyak lagi.

1.c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tentunya landasan utamanya yakni mengacu pada undang-undang sisdiknas dan standard nasional pendidikan karena sebuah madrasah patokan utama kepada 2 hal yang saya sebutkan tadi. Karena visi misi madrasah ini menjadi tujuan bagaimana madrasah ini seiring berkembangnya zaman.

2.a. Apa yang menjadi tujuan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tujuan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa pendidikan agar Masyarakat tau dan mengenal akan Lembaga yang kita miliki mulai dari program yang kami miliki kemudian bagaimana sih man 3 jember ini sedangkan di zaman saat ini banyak sekali krisis moral maka dari itu perlu memilih sekolah yang berbasis akan keagamaan agar mengenal akan akidah dan akhlak biasanya kalau orang tua zaman sekarang ingin

menyekolahkan anaknya ya tinggal sekolah tanpa tau akan latar belakang sekolah tersebut. Maka dari itu man 3 jember hadir di beberapa sekolah-sekolah yang ada di wilayah jember untuk mengenalkan bagaimana madrasah ini melalui kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah.

2.b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan Manajemen Strategi?

Pada waktu itu saya sendiri terlibat dalam kegiatan mulai dari pemasaran jasa pendidikan di beberapa sekolah kemudian waka kesiswaan yakni bapak kasworo menunjuk saya sebagai ketua panitia ppdb tahun 2023/2024 kemudian ada juga tim tim yang lain dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa pendidikan di man 3 jember ini. Bahkan pada saat itu kami menggerakkan juga beberapa anak osim yang mana tujuannya mereka turut ikut serta dalam kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah yang mana kami memilih alumni dari dulu smpnya yang jago akan komunikasi agar dapat mengajak adek-adeknya untuk bersekolah di man 3 jember.

3.a. siapa saja yang menjadi sasaran dalam dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Dalam hal ini yang menjadi sasaran dalam perencanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni mulai dari SMP NEGERI 1 Jombang, SMPN 1 kencing MTSN 9 Jember, MTSN 7 Jember, MTSN 8 Jember, MTSN 3 Jember, beberapa sekolah yang ada di daerah tanggul.

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?

Dalam hal ini tentunya kami mensosialisasikan semua program yang ada di man 3 jember mulai dari program bina prestasi, program kegiatan podcast, kemudian qiraah juga kami menunjukkan kegiatan rutin seperti shalat dhuha, ngaji Bersama sebelum pembelajaran di mulai kemudia shalat dzuhur dan ashar berjamaah kerena saat ini kami kan menerapkan system full day school dan tentu nya banyak sekali yang kita sosialisasikan pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan

1.b. Bagaimana proses pengimplementasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

Pada proses pengimplementasian ini saya rasa sama hal nya akan proses pelaksanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan nah dalam hal ini di awal kan kami membentuk sebuah tim kemudian setelah terbentuknya tim kami melakukan sosialisasi di beberapa sekolah yang sebelumnya sudah saya sebutkan tadi nah salam sosialisasi tersebut kami memperkenalkan Lembaga kami mulai dari video profil madrasah kemudian kegiatan yang ada di madrasah kami program unggulan yang kami miliki sekiranya bagaimana kami menarik atensi mereka agar mau sekolah di man 3 jember. Untuk itu kami memperkenalkan juga melalui youtube yang mana dalam youtube kami mengenalkan melalui kegiatan podcast bahwasanya di man 3 jember juga bisa menunjukkan eksistensinya meskipun kami berada jauh dari kota nah dengan cara melalui media youtube juga.

1.c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?

Yang pasti tujuannya untuk menarik perhatian mereka agar mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember.

2.a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses strategi manajemen?

Cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses strategi manajemen ini kami melihat dulu cara kami mensosialisasikannya bagaimana kemudian komunikasi kami nah kami lihat dari hal itu dulu jika misal di sekolah A antusiasnya bagus anak-anak banyak yang mau sekolah di man 3 jember maka tim yang bertugas di sekolah b katakana lah ya bisa mengikuti bagaimana cara komunikasi yang di paparkan pada saat kegiatan sosialisasi pada hari itu. Jadi disini bentuk motivasi kami dalam bentuk itu tadi yang saya jelaskan.

2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?

Ya bentuknya tadi melalui kegiatan sosialisasi kemudian kami melihat anatar tim satu dengan lainnya bagaimana proses komunikasi yang di sampaikan ya jawabannya sama seperti yang saya jelaskan tadi itu mbak

1.a Bagaimana prosedur pelaksanaan pengimplementasian Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Prosedur pelaksanaannya saya selaku ketua panitia ppbdb mengirimkan surat dulu ke beberapa sekolah yang menjadi sasaran kegiatan pemasaran jasa pendidikan nah jika surat tersebut telah di terima di smp atau mts yang kita tuju maka kami berkonsultasi dulu kepada pihak TU yang ada di sekolah tersebut bagaimana jika kami melakukan sosialisasi pemasaran jasa pendidikan jika memang di terima maka kami lakukan kegiatan tersebut. Dalam hal ini kami mempersiapkan beberapa LCD proyektor, tim yang ditugaskan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dan yang pasti materi yang di bawakan seperti halnya memperkenalkan melalui youtube yakni pada kegiatan podcast kemudian video profil man 3 jember dan program-program yang kami miliki di man 3 jember.

1.b. Bagaimana prosedur pelaksanaan ujian pada proses pemasaran jasa pendidikan?

Dalam hal ini proses rekrutmennya melalui 2 jalur yakni jalur prestasi dan jalur regular. Pada jalur prestasi ini terdapat kurang lebih 198 anak yang sudah masuk. Kemudian pada jalur ini kurang lebih terakhir tanggal 17 juni 2023. Pada jalur regular ini teknis pelaksanaannya 2 minggu sekali nah tujuannya kita kan buka ppdb ini sebelum sekolah-sekolah lain di buka pendaftaran. Tekisnya setiap 2 minggu sekali di buka test terkait ppdb tujuannya yang agar anak-anak bisa mengikuti ujian masuk ke jenjang sma.

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Dalam hal ini yang perlu di evaluasi yakni dari kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah nah mulai dari kurangnya persiapan kami semapat pada waktu itu saya kekurangan LCD proyektor nah jadi kami awal meminjam ke sekolah tersebut berhubung kekurangan maka saya menyediakan dengan cara membawakan LCD proyektor yang ada di man 3 jember untuk acara sosialisasi jadi salah satu evaluasi yang ada pada kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah itu yang saya ingat.

1.b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?

Iya mbak jadi kegiatan evaluasi ini sangat di perlukan Ketika kita melakukan sebuah kegiatan apalagi kegiatan ini ada sangkut pautnya dengan kegiatan yang ada di Lembaga pendidikan maka dari itu untuk apa? Ya tentu tujuannya sebagai proses evaluasi yakni meninjau apa yang kurang dan apa kelebihan dari kegiatan yang telah kita jalankan kemudian pada acara selanjutnya kami dapat berkaca pada acara atau kegiatan yang sebelumnya pernah kita jalankan.

1.c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Pastinya yakni dari panitia ppbd terlebih dahulu mulai dari saya selaku ketua panitia ppdb kemudian para tim yang bersosialisasi di beberapa sekolah kemudia dari pihak panitia ppdb lain yang turut memberikan evaluasi dari adanya kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini.

2.a Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?

Tentunya agar kita dapat melihat secara langsung proses yang telah kita laksanakan sudah berjalan sampai pada tahap mana. Jadi penilaian kinerja dalam suatu organisasi perlu untuk diadakan.

2.b. apakah dampaknya jika tidak adanya penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

Dampak yang dirasakan jika tidak adanya penilaian kinerja yakni pastinya kita tidak mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

C. Pembina Podcast

Perencanaan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Bagaimana penetapan visi misi madrasah dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Visi misi ini memang mengikuti pada visi misi yang dirumuskan pada tahun 2020. Jadi kita tetap mengacu pada visi yang dirumuskan pada tahun 2020 lalu

1.b. Siapa yang merumuskan Visi Misi dalam proses perencanaan Manajemen Strategi?

Yang terlibat dalam perumusan visi misi madrasah ini tentunya seluruh komponen madrasah yakni mulai dari guru yang ada di man 3 jember, kemudian wakil kepala madrasah, kepala umum tata usaha, kemudian komite madrasah dan masih banyak lagi.

1.c. Apa yang menjadi dasar perumusan visi misi dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tentunya landasan utamanya yakni mengacu pada undang-undang sisdiknas dan standard nasional pendidikan karena sebuah madrasah patokan utama kepada 2 hal yang saya sebutkan tadi. Karena visi misi madrasah ini menjadi tujuan bagaimana madrasah ini seiirng berkembangnya zaman.

2.a. Apa yang menjadi tujuan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tujuan dari adanya kegiatan pemasaran jasa pendidikan pastinya untuk menarik minat calon peserta didik baru terkait bagaimana sih kondisik fisik yang ada di man 3 jember maka dari itu dibentuknya kegiatan podcast yang mana podcast ini lahir pada tahun 2020 meskipun tidak secara langsung kegiatan pemasaran jasa pendidikan tertuang di youtube tetapi setidaknya dengan adanya kegiatan podcast ini kami lebih dapat lebih jauh memperkenalkan madrasah kami ke masyarakat yang lebih luas. Selain itu juga podcast ini juga sebagai bentuk kegiatan yang menarik mereka dapat belajar bagaimana cara membuat konten yang baik bisa dibilang sebagai pembelajaran lifeskill nya mereka.

2.b. Siapa saja yang terlibat dalam merencanakan tujuan Manajemen Strategi?

Pada waktu itu saya sendiri terlibat dalam kegiatan mulai dari pemasraan jasa pendidikan di beberapa sekolah kemudian waka kesiswaan yakni bapak kasworo menunjuk saya sebagai ketua pania ppdb tahun 2023/2024 kemudian ada juga tim tim yang lain dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa pendidikan di man 3 jember ini. Bahkan pada saat itu kami menggerakkan juga beberapa anak osim yang mana tujuannya mereka turut ikut serta dalam kegiatan sosialisasi di beberapa sekolah yang mana kami memilih alumni dari dulu smpnya yang jago akan komunikasi agar dapat mengajak adek-adeknya untuk bersekolah di man 3 jember.

3.a. siapa saja yang menjadi sasaran dalam dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tentunya sasaran yang kami inginkan pastinya jangkauannya lebih luas tidak hanya di sekitar man 3 jember saja namun juga di luar area jember. Maka dari itu dengan adanya kegiatan podcast ini kami mampu mengenalkan bagaimana sih man 3 ini, meskipun dalam kegiatan ppdb kemarin video profil man 3 jember yang seharusnya di upload di youtube malah tidak terupload karena beberapa kendala yang tidak bisa dijelaskan. Namun dalam hal ini kita terus berbenah bagaimana kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi

Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja program yang ditawarkan dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

Dalam hal ini tentunya kami mensosialisasikan semua program yang ada di man 3 jember mulai dari program bina prestasi, program kegiatan podcast, kemudian qiraah juga kami menunjukkan kegiatan rutin seperti shalat dhuha, ngaji Bersama sebelum pembelajaran di mulai kemudia shalat dzuhur dan ashar berjamaah kerana saat ini kami kan menerapkan system full day school dan tentu nya banyak sekali yang kita sosialisasikan pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan

1.b. Bagaimana proses pengimplentasian kegiatan pemasaran jasa pendidikan?

Jadi dalam hal ini kita membuat beberapa konten yang mana tujuannya untuk menarik calon peserta didik baru agar mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember. Adapun beberapa konten yang sudah kita buat yakni seperti kuliah tamu yang mana mendatangkan dosen dari ITS dan disitu kami mewawancarai beliau dan dikemas dalam bentuk kegiatan podcast. Selain itu kami juga membuat konten terkait acara karnaval yang di adakan pada bulan agustus lalu dan baru baru ini kami membuat konten terkait tanggapan wali murid yang menyekolahkan anaknya ke man 3 jember ya secara tidak langsung sebai bentuk testi atau umpan balik

1.c. Apa tujuannya program pengimplementasian itu di bentuk?

Yang pasti tujuannya untuk menarik perhatian mereka agar mempunyai keinginan untuk bersekolah di man 3 jember.

2.a. Bagaimana cara yang dapat dilakukan dalam memotivasi sumber daya manusia untuk mencapai proses starategi manajemen?

Untuk hal pemberian motivasi saya berikan secara lisan jadi awalnya saya tanya kepada siswa siswi yang mengikuti pocast apakah mereka senang berada di kegiatan podcast. Dari jawabannya mereka tersebut barulah saya sebagai seorang Pembina berperan memberikan motivasi kepada mereka kalau karna menurut saya jika berada di podcast sudah senang maka mereka juga pastinya selalu memberikan ide-ide kreatif terkait konten yang ada di podcast karena kebanyakan konten yang ada di kami saat ini yakni berasal dari ide-ide kreatif mereka sendiri

2.b. Apa saja bentuk pemberian motivasi sumber daya manusia dalam proses Manajemen Strategi?

Ya bentuknya tadi melalui kegiatan sosialisasi kemudian kami melihat anatar tim satu dengan lainnya bagaimana proses komunikasi yang di sampaikan ya jawabannya sama seperti yang saya jelaskan tadi itu mbak

1.a Bagaimana prosedur pelaksanaan pengimplementasian Manajemen Strategi di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?

Pada dasarnya kegiatan pemasaran ini tetap berpacu pada kegiatan pemasaran pada umumnya yakni melalui kegiatan sosialisasi, namun sebagai bahan penguatnya kami juga memperkenalkan bahwa di man 3 jember ini memliki program kegiatan podcast yang mana menampilkan kegiatan yang ada di man 3 jember, kemudian disitu kami juga membahas terkait keadaan fisik yang ada di man 3 jember. Dan yang baru baru ini dilaksanakan yakni tanggapan wali murid alasan mereka menyekolahkan anaknya di man 3 jember.

1.b. Bagaimana prosedur pelaksanaan ujian pada proses pemasaran jasa pendidikan?

Dalam hal ini proses rekrutmennya melalui 2 jalur yakni jalur prestasi dan jalur regular. Pada jalur prestasi ini terdapat kurang lebih 198 anak yang sudah masuk. Kemudian pada jalur ini kurang lebih terakhir tanggal 17 juni 2023. Pada jalur regular ini teknis pelaksanaannya 2 minggu sekali nah tujuannya kita kan buka ppdb ini sebelum sekolah-sekolah lain di buka pendaftaran. Tekisnya setiap 2 minggu sekali di buka test terkait ppdb tujuannya yang agar anak-anak bisa mengikuti ujian masuk ke jenjang sma.

Evaluasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1.a. Apa saja yang perlu di evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Jika dilihat dari kegiatan podcastnya pada kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni lebih kepada penguploadan konten nyatanya kami belum sepenuhnya bisa berkelanjutan dalam mengupload konten yang ada di podcast. Seperti halnya jika di youtube itu kan berapa minggu sekali selalu menampilkan konten nah dalam hal kami masih berbenah agar kami bisa mengupload konten sesuai target yang kami miliki

.b. Mengapa perlu adanya evaluasi di setiap pelaksanaan Manajemen Strategi?

Iya mbak jadi kegiatan evaluasi ini sangat di perlukan Ketika kita melakukan sebuah kegiatan apalagi kegiatan ini ada sangkut pautnya dengan kegiatan yang ada di Lembaga pendidikan maka dari itu untuk apa? Ya tentu tujuannya sebagai proses evaluasi yakni meninjau apa yang kurang dan apa kelebihan dari kegiatan yang telah kita jalankan kemudian pada acara selanjutnya kami dapat berkaca pada acara atau kegiatan yang sebelumnya pernah kita jalankan.

1.c. Siapa yang memberikan evaluasi dari pelaksanaan Manajemen Strategi?

Pastinya yakni dari panitia ppbd terlebih dahulu mulai dari saya selaku ketua panitia ppdb kemudian para tim yang bersosialisasi di beberapa sekolah kemudia dari pihak panitia ppdb lain yang turut memberikan evaluasi dari adanya kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini.

2.a. Mengapa dalam suatu pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan perlu adanya penilaian kinerja?

Tentunya agar kita dapat melihat secara langsung proses yang telah kita laksanakan sudah berjalan sampai pada tahap mana. Jadi penilaian kinerja dalam suatu organisasi perlu untuk diadakan.

2.b. apakah dampaknya jika tidak adanya penilaian kinerja dalam Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan?

Dampak yang dirasakan jika tidak adanya penilaian kinerja yakni pastinya kita tidak mengetahui sebrapa jauh kekurangan dan masalah yang ada dalam tahap kinerja suatu organisasi.

a. Apa yang menjadi tujuan dibentuknya kegiatan pemasaran jasa Pendidikan dalam perencanaan Manajemen Strategi?

Tujuan dari adanya kegiatan pemasaran jasa pendidikan pastinya untuk menarik minat calon peserta didik baru terkait bagaimana sih kondisik fisik yang ada di man 3 jember maka dari itu dibentuknya kegiatan podcast yang mana podcast ini lahir pada tahun 2020 meskipun tidak secara langsung kegiatan pemasaran jasa pendidikan tertuang di youtube tetapi setidaknya dengan adanya kegiatan podcast ini kami lebih dapat lebih jauh memperkenalkan madrasah kami ke masyarakat yang lebih luas. Selain itu juga podcast ini juga sebagai bentuk kegiatan yang menarik mereka dapat belajar bagaimana cara membuat konten yang baik bisa dibilang sebagai pembelajaran lifeskill nya mereka.

Lampiran 6

INSTRUMEN OBSERVASI

Peneliti : Inayah Nurul Izza

Lokasi : Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

Tujuan : Observasi ini bertujuan untuk menindaklanjuti aspek-aspek yang berkaitan dengan Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

Aspek Yang di Amati	Indikator	Deskripsi
Bagaimana Implementasi Manajemen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember?	a. Program Implementasi Manajemen Strategi	Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti yakni dalam stratgi pemasaran jasa pendidikan yang ada di man 3 jember yakni dengan cara memperkenalkan beberapa program yang ada di madrasah seperti program bina prestasi, program penerapan teknologi informatika dan yang terbaru saat ini yakni program kegiatan podcast.
	b. Sumber daya Manajemen Strategi	Berdasarkan observasi yang telah di lakukan peneliti pemeberian motivasi perlu dilakukan kepada seluruh tim yang bertugas agar dapat melakukan tugasnya dalam proses pemasaran jasa pendidikan.Tujuannya agar kegiatan sosialisasi dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dapat berjalan dengan sebaik-baiknya. Dari hal tersebut juga perlunya pemberian motivasi

		kepada sumber daya manusia yang mengikuti kegiatan podcast agar selalu menampilkan beberapa konten yang tujuannya dapat dikenal public dengan baik.
	c. Prosedur implementasi Manajemen Strategi	Dari observasi yang telah dilakukan peneliti bahwasanya prosedur yang pertama dilakukan dengan mengirimkan surat ke lembaga yang dijadikan sebagai sasaran dalam proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Setelah surat pengantar yang dikirimkan sebelumnya telah di acc tim yang bertugas dalam pemasaran jasa pendidikan langsung mendatangi sekolah tersebut kemudian dengan meminta izin terkait pengadaan kegiatan sosialisasi dalam hal mempromosikan lembaga pendidikan tersebut.
Bagaimana Manajemen Pemasaran Pendidikan Menggunakan Di Madrasah Aliyah	Evaluasi Strategi Jasa Dengan Youtube	a. Hasil Evaluasi Manajemen Strategi Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti tentang evaluasi dari adanya pelaksanaan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan bahwasanya terdapat beberapa evaluasi yang dari kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini salah satunya kurangnya persiapan dalam kegiatan sosialisasi, selain itu kendala lainnya terdapat pada penguploadan konten youtube yang mana belum sepenuhnya bisa secara rutin dalam

Negeri 3 Jember?		membuat konten serta upload video dikarenakan kurangnya tenaga dalam bidang editing.
	b. Penilaian Kinerja Manajemen Strategi	Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti tentang penilaian kinerja dari kegiatan Manajemen Strategi pemasaran jasa pendidikan yakni penilaian kinerja dalam suatu organisasi sangatlah dibutuhkan agar mengetahui sampai pada tahap mana kinerja tersebut telah terlaksanakan.

Lampiran 7

Daftar Nama Pendidik

Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

No	Nama	NIP	Mata Pelajaran/ Jabatan
1.	Drs. Mohamad Iskak, M.Pd.I	196907021997031002	Kepala Sekolah
2.	Ririn Indrayati, S.Pd.	197209171998032002	Ppkn
3.	Sri Hidayati, S.Pd., M.M.Pd.	197103152000122001	Kimia Kimia Pm
4.	Supriyadi, S.Pd	197209212003121002	Prakarya Fisika
5.	Drs. Muh. Muhrizin, M.Pd.I	196903302003121001	Ski
6.	H. Budi Santosa, S.Pd	197210102005011005	Ppkn
7.	Dina Sofia, S.Pd	198103042005012002	Bahasa Indonesia
8.	G. Aris Sulistiyorini, S.Pd	197008312005012004	Ekonomi Sosiologi
9.	Imam Hanafi, S.Pd	196805162005011001	Bahasa Indonesia
10.	Bibit Wahyuningsih, S.Pd	198006052005012009	Biologi
11.	Luthfi Mawaddah, S.Pd	197708222005012008	Bahasa Inggris
12.	Siti Nurfadilah, S.Ag	197110292000032002	Ski Fikih
13.	Siti Tri Sutarti, S.Pd	197211142005012003	Matematika
14.	Kasworo, S.Pd	197204162006041008	Kimia
15.	Mokhammad Junaidi, S.Pd	197401232006041008	Penjaskes
16.	Asri Purwaningsih, S.Pd	197810052006042019	Fisika
17.	Moh. Muhtadi, S.Pd	197001012005011005	Penjaskes
18.	Abdullah, S.Pd.I	197110252005011002	Ski
19.	Eli Rachmawati, S.Pd	198310252005012002	Matematika
20.	Dra. Hj. Siti Munasikah	196407142007012019	Bahasa Indonesia
21.	Dra. Hj. Sri Suharwati	196706082007012024	Bahasa Indonesia
22.	Supriyadi, S.Pd	197203092007101003	Kimia
23.	Giman, S.Pd	196902122007011027	Ekonomi
24.	Heni Hidayati, S.Pd	197904082007102002	Biologi
25.	Zidni Ilma, S.Ag	197701202007102003	Bahasa Arab
26.	Dra. Sholihah	196909172007102001	Aqidah Akhlak
27.	Hariyanto, S.Pd	197104302011011001	Fisika
28.	Slamet Sahrudin, S.Pd.	198206222011011004	Sejarah Indonesia
29.	Siti Nur Hasanah, S.Pd.I.	197412172014112001	Fikih Ushul Fikih Tartil

No	Nama	NIP	Mata Pelajaran/ Jabatan
30.	Imam Syafi'i, S.Pd	196708202014111001	Operator Komputer Bahasa Indonesia
31.	Andarwati Mayasari, S.Pd	198405052019032008	Matematika
32.	Muhammad Nurul Irwan, S.Pd	198507082019031012	Bahasa Arab
33.	Didit Ghozali, S.Pd.I	198610102019031010	Aqidah Akhlak
34.	Alvina Wulyono Profiani, S.Pd	199009262019032011	Penjaskes Sosiologi
35.	Muhammad Maki Amirudin, S.Pd	199106192019031010	Penjaskes Sejarah Indonesia
36.	Fajar Nur Rahmawati, S.Pd	199303092019032019	Ekonomi Sosiologi
37.	Amir, S.Pd.	196806152022211007	Bahasa Inggris
38.	M. Shodiq A R., S.Pd., M.Pd.I	197202192022211003	Biologi
39.	Usman Affan Irdo'i, S.Pd	198404192023211009	Fisika
40.	Aliman, S.Pd.I.	198404192023211009	Qur'an Hadist Ski Tartil
41.	Siska Anggun Puji L., S.Pd	199202282023212051	Matematika
42.	Abdul jalil, S.Pd	19806182023211009	Bahasa Inggris
43.	M. Ilham Jauhari D., S.Pd	199008112023211017	Bahasa Inggris
44.	Muhammad Fatkhur Rozi, S.Pd.I	199205012023211000	Bahasa Arab
45.	Wilda Naela, S.Kom.	199410132023212048	Operator Komputer
46.	Saifudin Zuhri, S.Pd		Sejarah Indonesia
47.	Drs.Tahmid, M.Pd.I		Qur'an Hadist
48.	Nadiyah Elmida, S.Pd		Sejarah Indonesia
49.	Sukur Pribadi, S.Pd		Geografi
50.	Banuri, S.Pd.		Sejarah Indonesia
51.	Makrus Nur Ansori		Teknik Multimedia
52.	Ari Ramdhan Singgih, S.Pd.		Seni Budaya
53.	Muhammad Basofi, S.Si.		Matematika
54.	Athoillah Shohibul Hikam, S.Sn		Seni Budaya
55.	Mahmud Ikhsan		Qur'an Hadist Ilmu Hadist Tartil
56.	M. Daenasty Caesar Zahra, S.Pd.		Matematika
57.	Fathin Turmudzi Alfin, S.Pd		Aqidah Akhlak Ski
58.	Muhammad Zidan Hisyam,		Ski

No	Nama	NIP	Mata Pelajaran/ Jabatan
	S.Ag.		Ilmu Hadist
59.	Febriana Silvia Sukma Hunaidar, S.Pd		Sejarah Sosiologi



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

Lampiran 8

DOKUMENTASI

<p>Prosedur Pendaftaran PPDB MAN 3 JEMBER</p> 	<p>Brosur Pendaftaran PPDB Di MAN 3 JEMBER</p> 
<p>Wawancara Dengan Waka Kesiswaan</p> 	<p>Sosialisasi ke beberapa SMP/MTS</p> 
<p>Pemotivasian siswa siswi yang mengikuti kegiatan Podcast</p> 	<p>Rapat pembuatan konten podcast</p> 

<p>Konten Podcast Membahas Tentang Kenangan Bersama Pak Jalil</p>  <p>Podcast With Mr. Jalil - Memories that never die</p>	<p>Konten Podcast Kegiatan Kuliah Tamu Pada Kegiatan Prodistik</p>  <p>WAWANCARA EKSLUSIF DENGAN DOSEN ITS SURABAYA - PAK BEKTI CAHYO</p>
<p>Konten Podcast Membahas Tentang Hari Santri</p> 	<p>Konten Podcast Kegiatan Karnaval Jombang</p> 
<p>Kegiatan Pemasaran Jasa Pendidikan melalui sosialisasi</p> 	<p>Persiapan Pembuatan Konten Podcast</p> 

Lampiran 9

Denah Peta Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember



Lampiran 11



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

Jalan. Jend. A. Yani No. 76 Jombang Kode Pos : 68168
Telepon/Fax (0336) 322267
E-mail: man.jember@yahoo.co.id; Website : www.man3jember.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 843/Ma.13.32.03/PP.00.6/11/2023

Yang bertandatangan di bawah ini Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember menerangkan bahwa;

N a m a : Inayah Nurul Izza
NIM : 202101030101
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

adalah mahasiswi Universitas Islam Kyai Akhmad Sidiq Jember, *telah* melakukan penelitian tanggal 10 Oktober s.d. 10 November 2023 dengan judul "*Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube di MAN 3 Jember.*"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

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

Jember, 24 November 2023
Kepala Madrasah



Muhammad Iskak

digitib.uinkhas.ac.id digitib.uinkhas.ac.id digitib.uinkhas.ac.id digitib.uinkhas.ac.id digitib.uinkhas.ac.id digitib.uinkhas.ac.id



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : dGyq1a

Lampiran 12

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER**

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	6 Oktober 2023	Menyerahkan surat permohonan izin penelitian kepada Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	
2.	11 Oktober 2023	Mengikuti kegiatan rapat sekaligus melihat secara langsung kegiatan podcast di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember	
3.	12 Oktober 2023	Ikut andil dalam kegiatan podcast	
4.	12 Oktober 2023	Mengambil Dokumentasi terkait kegiatan podcast	
6.	16 Oktober 2023	Melakukan wawancara pertama ke siswa yang mengikuti kegiatan podcast	
7.	18 Oktober 2023	Melakukan wawancara pertama ke Pembina podcast	
8.	19 Oktober 2023	Mengambil Dokumentasi terkait kegiatan podcast	
9.	20 Oktober 2023	Melakukan wawancara ke panitia pelaksana PPDB	
10.	9 Oktober 2023	Melakukan wawancara pertama kepada Waka Humas	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 10 Oktober 2023

Kepala Madrasah



DRS. MOHAMAD ISKAK, M.Pd. I

NIP. 196907021997031002

Lampiran 13


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
 J. Mataram No. 1 Mangli, Jember Kode Pos 68136
 Telp. (0331) 487560 Fax (0331) 427005 e-mail: info@uin-khas.ac.id
 Website: www.uin-khas.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS CEK TURNITIN

Bersama ini disampaikan bahwa karya ilmiah yang disusun oleh

Nama : Inayah Nurul Izza
 NIM : 202101030101
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Judul Karya Ilmiah : Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Youtube Di Madrasah Aliyah Negeri 3 Jember

telah lulus cek similarity dengan menggunakan aplikasi turnitin UIN KHAS Jember dengan skor akhir sebesar (8,6)

1. BAB I : 17 %
 2. BAB II : 2 %
 3. BAB III : 21 %
 4. BAB IV : 3 %
 5. BAB V : 0 %


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Demikian surat ini disampaikan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 Maret 2023
 Penanggung Jawab Turnitin
 FTIK UIN KHAS Jember


(LAILY YUNITA SUSANTI)

Lampiran 14



10	Submitted to poltera Student Paper	1 %
11	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
12	heritage.iain-jember.ac.id Internet Source	<1 %
13	ppsdm.atrbpn.go.id Internet Source	<1 %
14	elfalasy88.wordpress.com Internet Source	<1 %
15	Christin Yuliani, Isna Fitria Agustina. "EFEKTIVITAS PELAKSANAAN ONE DAY SERVICE (ODS) DI BADAN PELAYANAN PERIJINAN TERPADU KABUPATEN SIDOARJO", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2015 Publication	<1 %
16	e-journal.staima-jember.ac.id R Internet Source	<1 %

Exclude quotes Exclude matches
Exclude bibliography

apthmknkacal apthmknkacal apthmknkacal apthmknkacal apthmknkacal apthmknkacal

Lampiran 15

bab 2

ORIGINALITY REPORT

2%	2%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	larasannassya.blogspot.com Internet Source	1%
2	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1%
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
4	123dok.com Internet Source	<1%
5	etheses.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
7	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

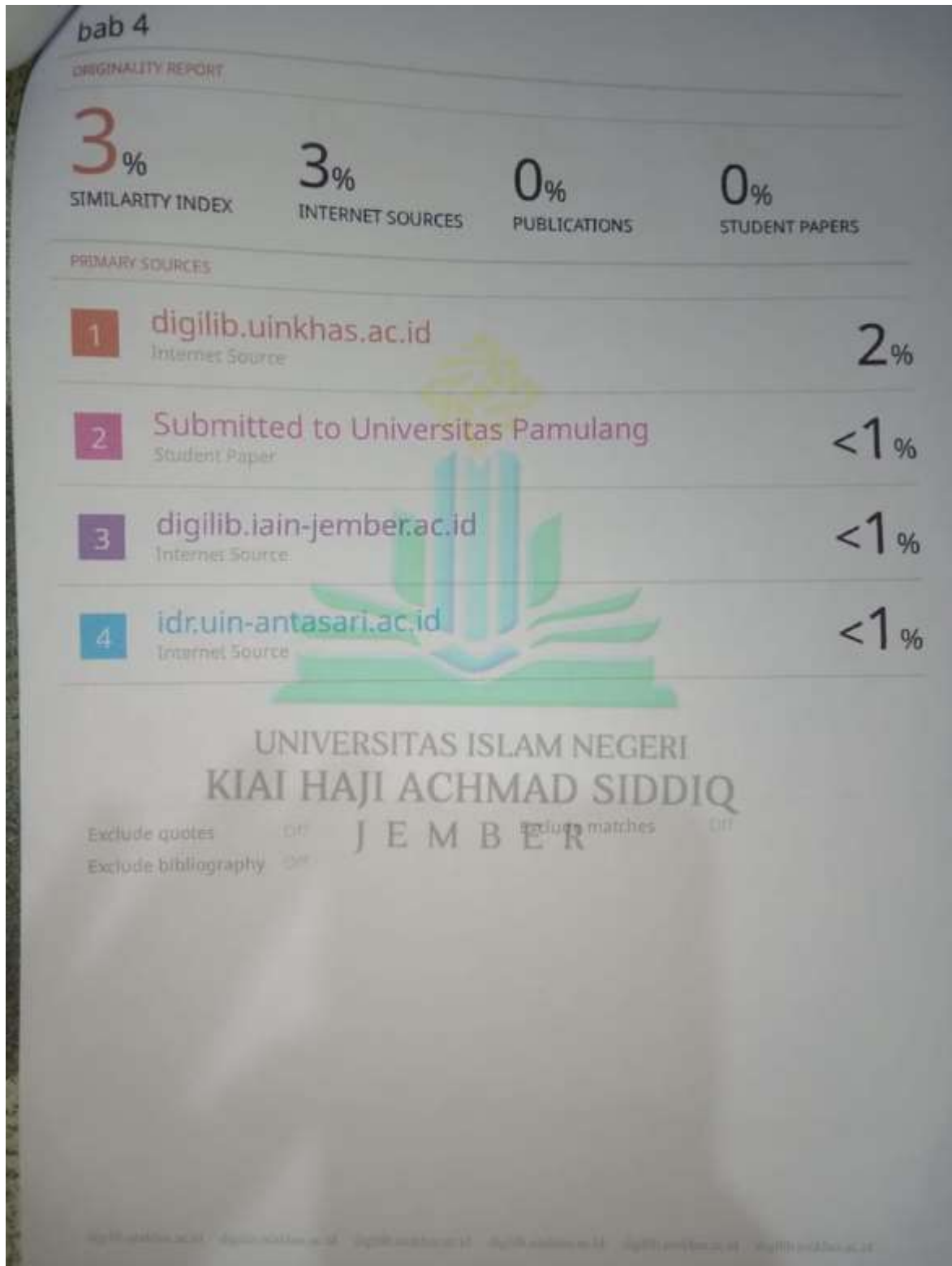
Exclude matches Off

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Lampiran 16



Lampiran 17



Lampiran 18

bab 5

ORIGINALITY REPORT

0% SIMILARITY INDEX	0% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES:

Exclude quotes Exclude matches
Exclude bibliography



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

XXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX

Lampiran 19**BIODATA PENULIS****Data Pribadi**

Nama : Inayah Nurul Izza
 Nim : 202101030101
 Tempat Tanggal Lahir : Jember, 18 Oktober 2001
 Alamat : Jl KH Abdul Kholiq, Desa Ponjen,
 Kecamatan Kencong, Kabupaten
 Jember, Provinsi Jawa Timur.
 Jurusan : Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK ABA MENTARI DENPASAR BALI
2. SDN 2 TIBUBENENG DENPASAR BALI
3. SMPN 1 JOMBANG JEMBER
4. MADRASAH ALIYAH NEGERI 3 JEMBER
5. UIN KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER