

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT DI MADRASAH  
ALIYAH DARUL HIKMAH KONKER KIDUL BONDOWOSO  
TAHUN PELAJARAN 2023-2024**

**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  
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam




Oleh:

**Moh. Zammilul Muttaqin**

**NIM : T20173096**

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



**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT DI MADRASAH  
ALIAH DARUL HIKMAH KONCER KIDUL BONDOWOSO  
TAHUN PELAJARAN 2023-2024**

**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  
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Oleh:  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Moh. Zammilul Muttaqin  
NIM : T20173096  
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I  
NIP. 198904172023211022

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT  
DI MADRASAH ALIYAH DARUL HIKMAH  
KONCER KIDUL BONDOWOSO  
TAHUN PELAJARAN 2023-2024**

**SKRIPSI**

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

*Hari : Kamis  
Tanggal : 13 Juni 2024*

**Tim Penguji**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Ketua**

**Sekretaris**

Dr.H. Mustajab,S.Ag,M.Pd.I  
NIP: 197409052007101001

Nur Ittihadatul Ummah,S.Sos.I.,M.Pd.I  
NIP:198912192023212042

Anggota :

1. **Dr. H. Machfudz.,M.Pd.I**

2. **Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I.,M.Pd.I**



Menyetujui  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Dr. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si  
NIP. 197304242000031005



## MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Artinya : Maka barangsiapa mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. (Qs. Az-Zalzalah Ayat 7).\*



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

---

\* Tim penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), 2009, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019 Juz 1-10*, Jakarta, Lajnah Pentahihan Mushaf Al-Qur'an.



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Sepenuhnya skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu tercinta saya yang telah memberikan semangat untuk menuntut ilmu hingga sampai titik ini. Terimakasih atas segala do'a dan jerih payah kepada saya baik, mendidik, menyayangi dan memperjuangkan segalanya sampai saat ini.
2. Kepada seluruh keluarga, saudara saya, terimakasih atas segala doa dan semangat yang diberikan kepada saya.
3. Kepada MA Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso, terimakasih telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.
4. Untuk Sahabat-sahabatku juga MPI angkatan 2017 semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih atas segala doa dan semangatnya.

## KATA PENGANTAR

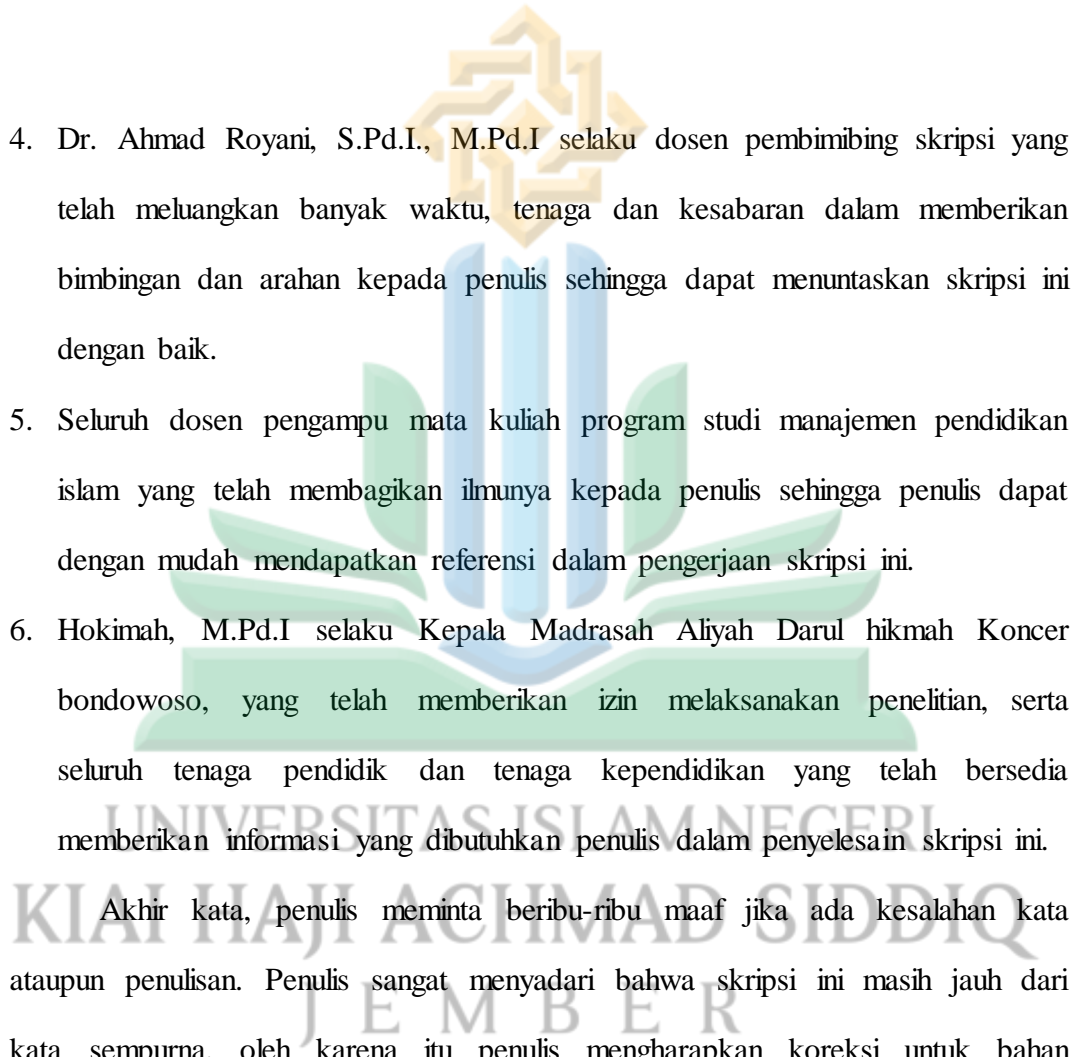
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucap Alhamdulillahirobbil ‘Alamiin, atas rahmat dan karuniaNya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan judul **“Manajemen pemasaran pendidikan Dalam menarik minat masyarakat di madrasah aliyah darul hikmah koncer kidul bondowoso Tahun pelajaran 2023-2024 ”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata (SI) dapat terselesaikan dengan lancar.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Agung Muhammad saw yang telah menjadi suri tauladan yang baik dan membawa kita dari jalan yang sesat kepada jalan kebenaran.

Pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik moral maupun material selama dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat serta ucapan terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Hepni, S. Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk turut serta menuntut ilmu di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Abdul Mu'is, M.Si., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan izin dan memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
3. Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I selaku Koordinator Prodi Manajemen Pendidikan, yang telah menyetujui judul skripsi dan memberikan motivasi kepada penulis.

- 
4. Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik.
  5. Seluruh dosen pengampu mata kuliah program studi manajemen pendidikan islam yang telah membagikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah mendapatkan referensi dalam pengerjaan skripsi ini.
  6. Hokimah, M.Pd.I selaku Kepala Madrasah Aliyah Darul hikmah Koncer bondowoso, yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian, serta seluruh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis meminta beribu-ribu maaf jika ada kesalahan kata ataupun penulisan. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan koreksi untuk bahan evaluasi selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat sebagai bahan bacaan serta bagian dari gudang ilmu bagi pembaca, Aamiin Ya Rabbal 'Aalamiin.

Jember, 16 Maret 2024

Moh. Zammilul Muttaqin  
NIM : T201730961



## ABSTRAK

Moh. Zammilul Muttaqin 2024 “Manajemen Pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Dalam Menarik Minat Masyarakat Tahun Pelajaran 2023-2024

Kata Kunci: *Manajemen, Pemasaran, Pendidikan*

Dalam dunia pendidikan pasti akan mengalami permasalahan yang semakin kompleks, maka dari itulah diperlukan keintelejenan untuk penataannya. Untuk menata secara intelejen diperlukanlah personal atau figur sebagai ujung tombak pelaksanaan manajemen yang ada di lembaga tersebut. Dan hal ini perlu di kedepankan untuk menjawab tantangan dunia globalisasi pada saat ini. Manajemen pemasaran di lembaga pendidikan islam mutlak diperlukan, karena manajemen pemasaran merupakan salah satu sarana atau alat untuk memajukan lembaga tak terkecuali di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul.

Adapun fokus penelitian dari penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024 ? 2. Bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan yang digunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024? 3. Bagaimana faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran yang ada di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024?

Tujuan penelitian ini 1. Untuk mendeskripsikan proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024. 2. Mendeskripsikan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang digunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024. 3. Mendeskripsikan faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran yang ada di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode penelitian observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data diperoleh dari Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah, dan Guru.


Hasil temuan yang diperoleh yaitu manajemen pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah dimulai dari *planning* dan *actuating* digolongkan menjadi satu yaitu dilakukan bersama dengan Yayasan Pondok Pesantren Nurul Hasan sehingga nantinya akan ditentukan bagaimana alternative promosi yang baik yang akan ditempuh dengan cara efektif dan efisien. Kemudian strategi pemasaran lembaga yang digunakan yaitu dengan cara berkomunikasi dengan para wali murid guna meminta bantuan agar ikut serta mempromosikan sekolah dengan mengadakan rapat akhir tahun, mengikuti lomba-lomba dibidang intra kurikuler dan ekstrakurikuler. Sedangkan faktor yang menghambat terlaksananya manajemen pemasaran pada lembaga pendidikan MA Darul Hikmah yaitu adanya kedekatan antar lembaga pendidikan MA lainnya di daerah setempat yang sama-sama berada di bawah naungan pondok pesantren yang berbeda, sehingga calon peserta didik daerah setempat terbagi menjadi 2 pilihan untuk melanjutkan sekolah di MA Darul Hikmah atau di lembaga MA sebelah.





DAFTAR ISI

<b>HALAMAN OVER.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABLE.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	19
C. Tujuan Penelitian .....	20
D. Manfaat Penelitian .....	20
E. Definisi Istilah .....	22
F. Sistematika Pembahasan .....	23
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>25</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	25
B. Kajian Teori .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	50



B. Lokasi Penelitian .....	51
C. Subyek Penelitian.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data .....	52
E. Analisis Data .....	55
F. Keabsahan Data.....	57
G. Tahapan-tahapan Penelitian.....	58
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	50
B. Penyajian dan Analisis Data .....	70
C. Hasil Temuan .....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perkembangan Jumlah Siswa .....	18
Tabel 1.1 Daftar Perkembangan Jumlah Siswa .....	21
Tabel 2.1 Pemetaan Kajian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Keadaan Sarana Prasarana MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso Tahun Pelajaran 2023–2024 .....	67
Tabel 4.2 Data Keadaan Guru MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024 .....	69
Tabel 4.3 Temuan Penelitian .....	84

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



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Lokasi Lembaga Darul Hikmah.....	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi MAS Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso Tahun Ajaran 2023 -2024 .....	68

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



**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**A. Konteks Penelitian**

Diera globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologisemakin pesat sehingga mempengaruhi pola pikir masyarakat semakin kritisdalam memilih lembaga pendidikan yang unggul dan memadai. Pada umumnya pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Pendidikan dapat membentuk manusia menjadi *insan kamil* atau manusia seutuhnya, yang berpotensi, berkarakter, terampil, dan cakap, sehingga mampu menjawab tantangan yang semakin kompetitif dimasa yang akan datang.

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>1</sup>

Dahulu sekolah sebagai produsen jasa pendidikan masih berada pada *Seller'a market*, calon siswa berlomba mendaftarkan masuk ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Namun, bebrapa tahun terakhir ini lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon siswa, anak-anak pelajar sekarang begitu cerdas memilih sekolah yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Lembaga pendidikan pada hakikatnya bertujuan memberi layanan kepada konsumen (siswa maupun

---

<sup>1</sup> Yoyon Bahtiar Irianto dan Eka Prihati, dalam Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017) 330.

masyarakat umum) yang dikenal sebagai stakeholder dan pihak yang dilayani tentunya ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut baik berupa fasilitas, tenaga, pengajar profesional, teknologi, tempat yang nyaman dan sebagainya. Semuanya akan bermuara pada sasaran memuaskan konsumen. Inilah tujuan hakiki dari marketing lembaga pendidikan. Pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.<sup>2</sup>

Maka dari itu, sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang memaksimalkan agar hasil yang di harapkan akan tercapai. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam firman Allah Swt:

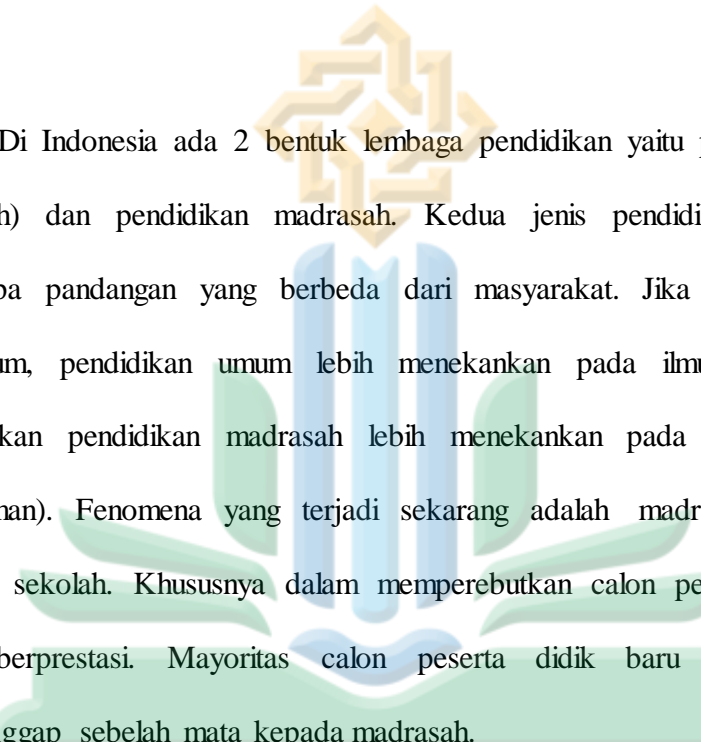
أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى ﴿٢٤﴾ فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ ﴿٢٥﴾

*Artinya: Atau apakah manusia akan mendapat segala yang dicita- citakannya (Tidak), maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia. (Al-Qur'an Surah An-Najm ayat :24- 25)<sup>3</sup>*

Ayat tersebut menjelaskan tentang kesesuaian antara apa yang kita berikan apa yang kita dapatkan akan kembali dengan hasil yang seimbang jika dilaksanakan dengan cara yang tepat. Dalam kaitannya dengan pemasaran, kegiatan manajemen pemasaran sangat penting diperlukan oleh sekolah atau madrasah guna tercapainya peningkatan penerimaan peserta didik. Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang barang dan jasa ke tangan konsumen.

<sup>2</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003) 46.

<sup>3</sup> Kementerian Agama RI, *An-Najm*, (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2016) 43.



Di Indonesia ada 2 bentuk lembaga pendidikan yaitu pendidikan umum (sekolah) dan pendidikan madrasah. Kedua jenis pendidikan ini memiliki beberapa pandangan yang berbeda dari masyarakat. Jika dilihat dari segi kurikulum, pendidikan umum lebih menekankan pada ilmu sains (umum). Sedangkan pendidikan madrasah lebih menekankan pada ilmu keagamaan (keislaman). Fenomena yang terjadi sekarang adalah madrasah kalah saing dengan sekolah. Khususnya dalam memperebutkan calon peserta didik baru yang berprestasi. Mayoritas calon peserta didik baru dan orang tua menganggap sebelah mata kepada madrasah.

Pemasaran di sekolah/madrasah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus menerus dan berkesinambungan. Dengan demikian, jelas bahwa pemasaran merupakan suatu proses harus dilakukan oleh sekolah atau madrasah untuk memberikan kepuasan kepada stakeholder dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada stakeholder merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, jika lembaga tersebut menginginkan untuk mampu bersaing.<sup>4</sup>

Madrasah merupakan kelas kedua setelah sekolah umum negeri. Hanya orang-orang tertentu yang memasukkan putra/putrinya ke madrasah. Mereka adalah orang dari kalangan ustadz, kyai dan orang-orang yang sadar akan kebutuhan pendidikan agama untuk anak-anak mereka. Mutu manajemen beberapa madrasah masih di bawah standar. Standar minimal sekolah atau

---

<sup>4</sup> Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengebangan Sekolah /Madrasah)*, (Jakarta: Kencana Prenada Madia Group, 2017) 98.

madrasah telah di atur dalam Standar Nasional Pendidikan. Tidak dapat dipungkiri bahwa semua komponen-komponen dalam pendidikan saling berinteraksi untuk menentukan keberhasilan lembaga. Komponen-komponen pendidikan meliputi peserta didik, pendidik, sarana dan prasarana, kurikulum, dan pengelola.

Dalam perkembangannya, istilah madrasah tidak hanya disandarkan dan diartikan dalam arti sempit sekolah dengan segala keberadaan fisik, sarana dan prasarana, tetapi juga bisa di maknai rumah, istana, perpustakaan, surau, masjid dan lain-lain. Dengan demikian pengertian madrasah ialah sebuah instansi pendidikan yang didalamnya berlangsung proses pendidikan. Dalam pengertian yang lain madrasah adalah wadah atau tempat belajar ilmu-ilmu keislaman dan ilmu pengetahuan keahlian lainnya yang berkembang pada zamannya.<sup>5</sup>

Calon siswa mendaftar di lembaga pendidikan swasta mungkin karena disebabkan minimnya biaya pendidikan di lembaga swasta (madrasah) atau sudah menjadi minat mereka untuk sekolah di lembaga pendidikan swasta (madrasah). Dengan demikian, lembaga pendidikan swasta menjadi salah satu alternatif setelah lembaga negeri. Anggapan masyarakat atau beberapa pakar atau praktisi pendidikan sering menyatakan bahwa lembaga pendidikan islam telah kalah jauh dibandingkan dengan lembaga pendidikan umum.

Dalam memasarkan produk pendidikan tentunya sebuah lembaga pendidikan lebih menampakkan keunggulan yang dimiliki oleh sekolah

---

<sup>5</sup> Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008) 177-178



itusendiri, guna meningkatkan minat dan ketertarikan calon pengguna Jasa pendidikan. Dalam pemasaran jasa pendidikan memerlukan pengelolaan yang profesional dengan cara menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar tercapainya suatu tujuan pemasaran di suatu lembaga sekolah. Seperti yangtelah diketahui fungsi-fungsi manajemen secara umum yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Fungsi-fungsi tersebut selayaknya dikelola oleh kepala atau pemimpin agar terlaksananya pemasaran jasa pendidikan secara efektif dan efisien. Dijelaskan dalam firman Allah Swt:

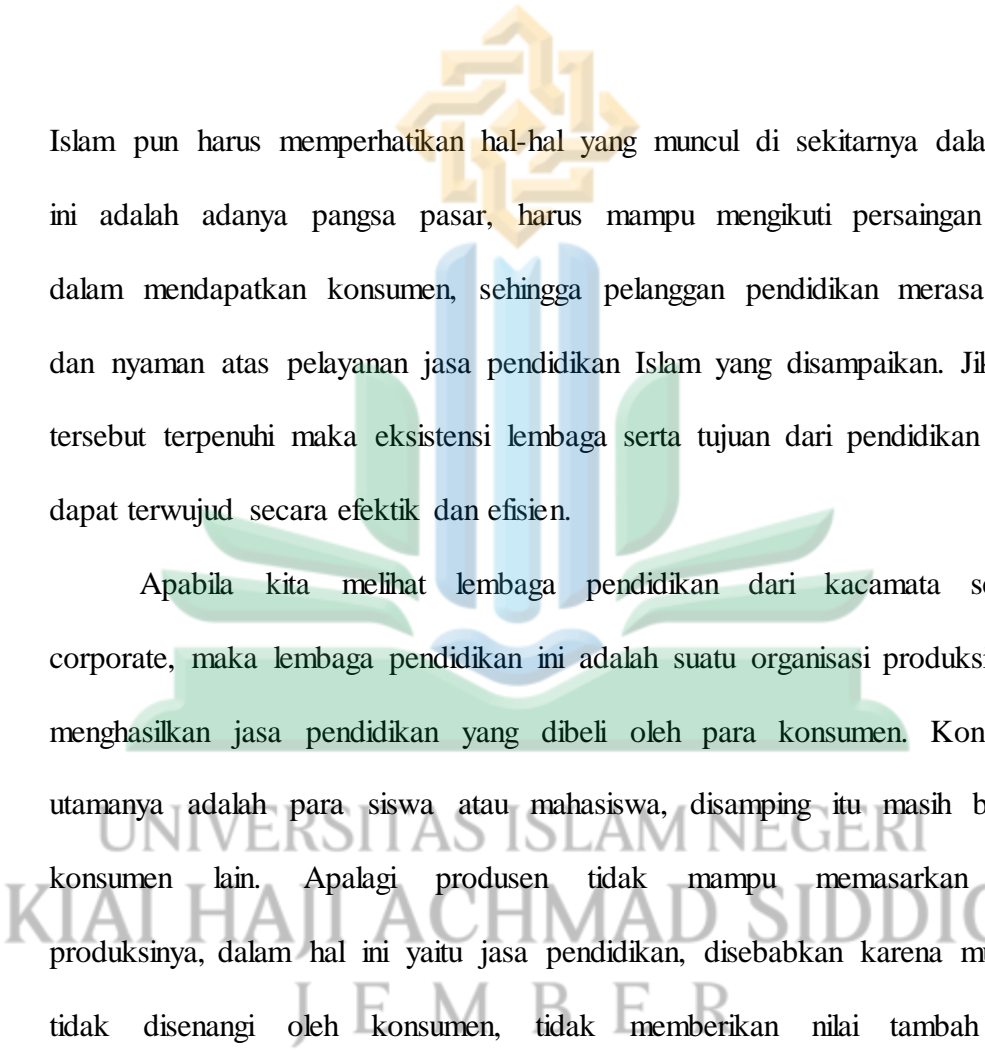
إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

*Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Al-Quran Surah An-Nisa Ayat: 58)<sup>6</sup>*

Ayat tersebut menjelaskan tentang ketepatan didalam melaksanakan sebuah penyampaian sebagai pemimpin yang amanah dan memiliki keputusan hukum yang adil.

Manajemen pendidikan Islam yang berarti suatu proses pengelolaan lembaga pendidikan Islam secara Islami dengan cara menyiasati sumber-sumber belajar dan hal-hal lain yang terkait untuk mencapai tujuan pendidikan Islam secara efektif dan efisien, alasan yang jelas bahwa lembaga pendidikan

<sup>6</sup> Kementrian Agama RI, An-Nisa' (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu,2015), 02



Islam pun harus memperhatikan hal-hal yang muncul di sekitarnya dalam hal ini adalah adanya pangsa pasar, harus mampu mengikuti persaingan serta dalam mendapatkan konsumen, sehingga pelanggan pendidikan merasa puas dan nyaman atas pelayanan jasa pendidikan Islam yang disampaikan. Jika hal tersebut terpenuhi maka eksistensi lembaga serta tujuan dari pendidikan Islam dapat terwujud secara efektif dan efisien.

Apabila kita melihat lembaga pendidikan dari kacamata sebelah corporate, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Konsumen utamanya adalah para siswa atau mahasiswa, disamping itu masih banyak konsumen lain. Apalagi produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini yaitu jasa pendidikan, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur dan tidak ada peminatnya, akhirnya sekolah akan tutup.<sup>7</sup>

Madrasah Aliyah Darul Hikmah adalah madrasah yang berada di Desa Koncer Kidul, Kecamatan Tenggarang dan merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta serta menjadi pilihan penulis untuk dikaji manajemen pemasarannya. Hal ini dilatar belakangi hasil wawancara penulis dengan Kepala Madrasah Aliyah Koncer Kidul yaitu Dr. Hakimah, M.Pd.I, beliau mengatakan manajemen pemasaran merupakan langkah yang dilakukan mulai

---

<sup>7</sup> Mulyono, Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan, (Yogyakarta, 179)

dari perencanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dalam pelaksanaan pemasaran beliau mengartikan sebagai entrepreneurship yaitu usaha, tetapi usaha disini bukan bisnis melainkan usaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Pemasaran sangatlah perlu dan penting dilakukan agar para pelanggan tahu serta paham terkait apa yang ditawarkan. Adanya pemasaran ini menjadikan jumlah peserta didik yang berminat untuk masuk Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul sedikit meningkat.

Tabel 1.1  
Daftar Perkembangan Jumlah Siswa

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa
1.	2019/2020	84
2.	2020/2021	95
3.	2021/2022	121

Data diatas disajikan untuk mengetahui bahwa di Madrasah Aliyah Darul Hikmah mengalami peningkatan jumlah siswa, meskipun mengalami sedikit penurunan dikarenakan adanya siswa yang pindah sekolah, yang mana juga disebabkan adanya kedekatan antar lembaga yang bersaing di daerah tersebut. Pihak sekolah mengalami kesulitan dalam melakukan promosi atau pemasaran sekolah, dikarenakan sulitnya pihak sekolah untuk dapat bertemu langsung dengan objek yang dituju, seperti sekolah-sekolah dan lingkungan masyarakat yang dituju untuk melakukan promosi atau pemasaran secara langsung. Selain itu sulitnya signal pada daerah-daerah tertentu juga menjadi masalah sekolah dalam melakukan promosi, sulitnya signal mengakibatkan masyarakat di daerah tersebut susah untuk mendapatkan informasi yang telah

pihak sekolah sebar luaskan melalui media sosial.

Namun sampai saat ini, pihak sekolah pun tetap berusaha untuk selalu memberikan pelayanan terbaik untuk siswa dengan memberikan fasilitas seperti gedung kelas dan lingkungan sekolah yang nyaman, dan juga guru-guru yang berkompotensi dibidangnya. Selain mengupayakan pembangunan fasilitas sekolah serta guru-guru yang berkompotensi pada bidangnya.

Pemasaran jasa dalam bidang pendidikan memiliki beberapa bentukpemasaran di dalamnya, adapun bentuk dari pemasaran memiliki cakupanantara lain:

#### 1. Materi Inti/Reguler

Dalam pemasaran dibidang jasa pendidikan, Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul memiliki beberapa keunggulan di dalamnya. Salah satu keunggulan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidulyaitu dalam proses belajarmengajar. Karena Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul adalah sekolah swasta berbasis Islam maka didalam proses pembelajaran yang ada di dalamnya tidak hanya memberikan pelajaran-pelajaran inti atau reguler tentang pengetahuan umum saja, tetapi juga memiliki pendidikan agama Islam dan kepribadian sebagai salah satu faktor penunjang dalam pendidikan moral. Orang yang bermoral adalah orang yang memiliki sikap batin yang baik yang terwujud dalam perbuatan yang baik pula, pendidikan Islam yang merupakan salah satu faktor yang membentuk kepribadian luhur bagi peserta didik.

## 2. Materi Penunjang

Selain proses pembelajaran reguler Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul juga memiliki kegiatan pembelajaran penunjang berupa les atau bimbel “bimbingan belajar” yang diadakan di luar pembelajaran reguler. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan pembelajaran tambahan yang diberikan kepada siswa. Untuk menambah intensitas belajar siswa, bimbel adalah pilihan tepat orang tua. Karena setiap orang memiliki kewajiban yang harus dilakukan sepanjang hidupnya, yakni belajar.

## 3. Kegiatan Ekstrakurikuler

Dalam pemasaran pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul juga mengenalkan dan menawarkan semua kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki. Ekstrakurikuler adalah kegiatan non-pelajaran formal yang dilakukan peserta didik diluar jam pelajaran. Kegiatan ekstrakurikuler ditunjukkan agar siswa dapat mengembangkan bakat, kemampuan, dan kepribadian yang mereka miliki diluar bidang akademik. Kegiatan ekstrakurikuler yang berupa kegiatan olahraga, seni, keagamaan, pengembangan kepribadian dan kegiatan lainnya yang bersifat positif guna mamajukan kemampuan para siswa, serta melahirkan lulusan atau alumni terbaik di Kota Bondowoso.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> M. Munir, Manajemen Pemasaran Pendidikan, *Jurnal manajemen pendidikan islam*, Volume I, 2018, 79



Tabel 1.2  
Ektrakurikuler Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul

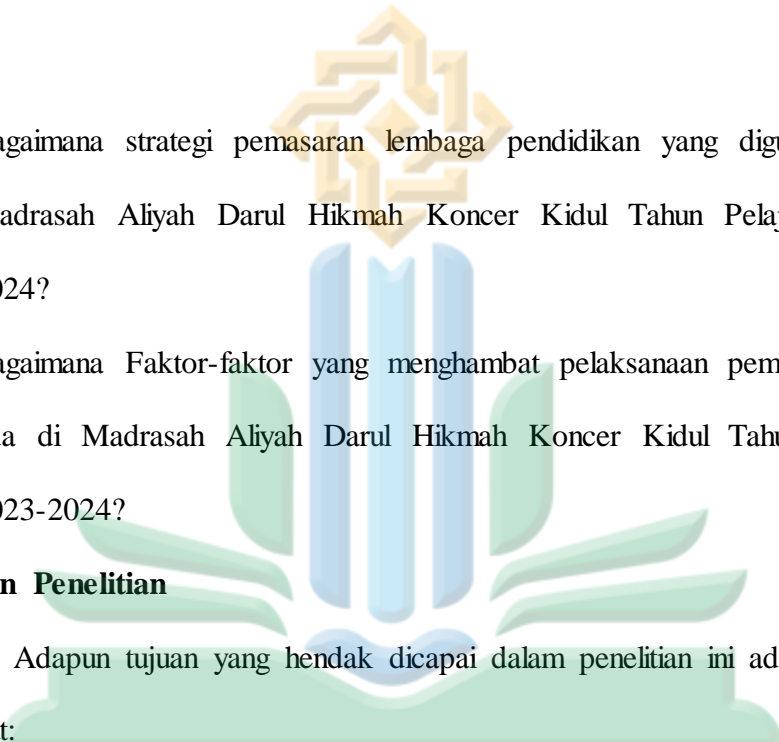
No.	Kegiatan
1.	Drumband
2.	Pramuka
3.	Kaligrafi
4.	Futsal
5.	Pencak Silat
6.	Seni Suara
7.	Seni Hadroh
8.	Karate
9.	Badminton
10.	Hifzil Qur'an

Berdasarkan uraian diatas menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk meneliti **“Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso Tahun pelajaran 2023-2024”**.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024?

- 
2. Bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan yang digunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024?
  3. Bagaimana Faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran yang ada di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024
2. Mendeskripsikan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang di gunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024.
3. Mendeskripsikan factor-faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran yang ada di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian mengenai Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Jatian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teorit

- a. Untuk menambah wawasan keilmuan tentang strategi manajemen pemasaran.
- b. Sebagai tambahan khazanah intelektual bagi pembaca pada umumnya, terutama bagian tenaga kependidikan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan saran pemikiran bagi kalangan akademis dan praktisi masyarakat didalam menunjang penelitian selanjutnya yang akan bermanfaat sebagai bahan perbandingan bagi peneliti

### 2. Kegunaan Praktis

#### a. Bagi penelitian.

- 1) Penelitian ini memberikan pengalaman bagi peneliti dalam mengetahui aktualisasi dalam mengatur strategi pendidikan, yang nantinya sebagai bekal untuk meningkatkan pengetahuan sesuai dengan disiplin ilmu yang ditekuni yaitu dalam bidang pendidikan program manajemen pendidikan islam.
- 2) Sebagai calon tenaga kependidikan dapat dijadikan acuan dan pedoman peneliti dalam usaha mengatur strategi pemasaran penelitian.

#### b. Bagi Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul

Dapat dijadikan bahan informasi dan evaluasi bagi segenap keluarga besar Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul agar selalu memperbaiki kualitas layanan pendidikannya demi kemajuan madrasah



c. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam menambah dan mewarnai nuansa ilmiah kepada kampus UIN KHAS Jember dalam wacana pendidikan

## E. Definisi Istilah

### 1. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam kamus besar bahasa Indonesia mempunyai arti Penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran serta pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi. Sedangkan pemasaran diartikan sebagai berupa proses, cara, perbuatan yang menyangkut.

### 2. Menarik Minat Masyarakat

Menarik Minat Masyarakat adalah usaha lembaga pendidikan dalam upaya mendorong masyarakat dan peserta didik untuk memperhatikan dan mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa dari lembaga tersebut. Jadi berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran dalam upaya menarik minat masyarakat adalah proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan dalam upaya mendorong daya tarik lembaga terhadap masyarakat dan peserta didik.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran*, (Universitas Brawijaya, 2011) 1.

## F. Sistematika Pembahasan

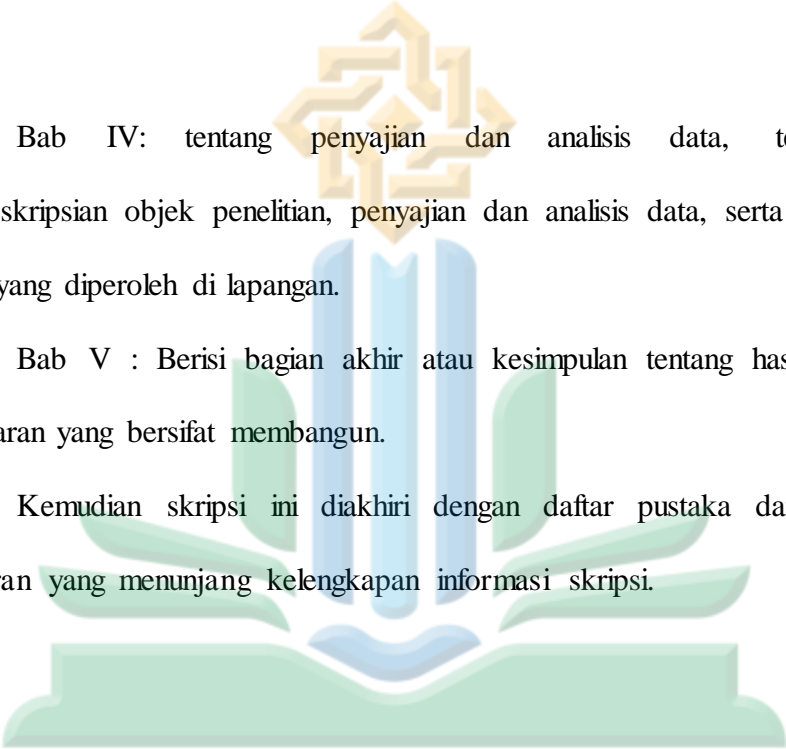
Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi (IAIN Jember, 2019, 93.) Untuk memudahkan pembaca dalam memahami setiap pembagian isi dalam karya penelitian ini, maka peneliti menguraikan beberapa sistematika pembahasan diantaranya:

Isi skripsi disajikan dalam urutan kronologis dari bab pendahuluan hingga bab terakhir untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai isi penelitian. Dengan demikian, pembaca dapat dengan mudah memahami konten pada setiap bab. Sistematisasi pembahasan tesis ini meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

Bab I : merupakan pendahuluan penulisan skripsi yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, keunggulan penelitian, pengertian istilah, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari penelitian-penelitian terdahulu dan kajian teoritis. Penelitian terdahulu relevan dengan penelitian saat ini. Pada saat yang sama, kajian teoritis mengandung teori-teori relasional, sehingga merupakan perspektif yang berguna dalam penelitian.

Bab III : Meliputi metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian dan jenis penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan langkah-langkah penelitian.



Bab IV: tentang penyajian dan analisis data, terdiri dari pendeskripsian objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pengolahan hasil yang diperoleh di lapangan.

Bab V : Berisi bagian akhir atau kesimpulan tentang hasil penelitian dan saran yang bersifat membangun.

Kemudian skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran yang menunjang kelengkapan informasi skripsi.

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



**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai manajemen pemasaran pendidikan mungkin sudah ada yang meneliti akan tetapi peneliti akan meneliti mengenai Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini antara lain :

1. Ifatul Hasanah, tahun 2017 dengan judul “Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam dalam Peningkatan Kuantitas Input Siswa di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember Tahun Pelajaran 2016/2017”,<sup>10</sup> Skripsi IAIN Jember. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif, skripsi menyimpulkan bahwa sebelum melakukan pemasaran pendidikan dengan tujuan supaya jumlah siswa yang mendaftar semakin meningkat ada yang perlu direncanakan yaitu yang *pertama* membuat program tahunan, *kedua* membentuk kepanitiaan atau panitia penerimaan siswa baru, *ketiga* analisis kebutuhan calon siswa, dan *keempat* menentukan segmen pasar atau penegelompokan. Adapun persamaan dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama meneliti tentang manajemen pemasaran pendidikan. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu

---

<sup>10</sup> Ifatul Hasanah, *Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam dalam Peningkatan Kuantitas Input Siswa di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember Tahun Pelajaran 2016/2017* (Skripsi, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Jember), 2017.

penelitian ini lebih memfokuskan pada implementasi manajemen pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember Tahun Pelajaran 2016/2017.

2. Anis Humairoh, 2017, dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017” Skripsi IAIN Jember. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif, skripsi ini menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember adalah dengan menentukan segmentasi, Targeting dan Positioning agar lembaga mampu memnuhi dan keinginan stakeholder. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama meneliti tentang strategi manajemen pemasaran. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi pemasaran pendidikan untuk menarik minat stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember.<sup>11</sup>
3. Qomarudin Dwi Antoro, 2018, dengan judul “Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten”. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif,

---

<sup>11</sup> Anis Humairoh, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma’Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017*, (Skripsi, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember), 2017

dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan mutu lembaga adalah dengan menggunakan *marketing mix* yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*. Dan keberhasilan kegiatan intrakulikuler dan ekstrakulikuler di Muhammadiyah sama-sama saling kolaborasi atau saling mengisi diantara aktifitas prosesnya dalam meningkatkan mutu atau menghasilkan prestasi. Adapun persamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama meneliti tentang manajemen pemasaran pendidikan. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini lebih memfokuskan pada peningkatan mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten.<sup>12</sup>

**Tabel 2.1**  
**Pemetaan Kajian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Ifatul Hasanah, 2017	Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam dalam Peningkatan Kuantitas Input Siswa di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember Tahun Pelajaran 2016/2017	sebelum melakukan pemasaran pendidikan dengan tujuan supaya jumlah siswa yang mendaftar semakin meningkat ada yang perlu direncanakan yaitu yang <i>pertama</i> membuat program tahunan, <i>kedua</i> membentuk kepanitiaan atau panitia penerimaan siswa baru, <i>ketiga</i> analisis kebutuhan calon siswa, dan <i>keempat</i> menentukan segmen pasar atau pengelempokan.	lebih memfokuskan pada implementasi manajemen pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jember Tahun Pelajaran 2016/2017

<sup>12</sup> Qomarudin Dwi Antoro, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten*, (Tesis, Pascasarjana UIN SUKA Yogyakarta), 2018

2	Anis Humairoh, 2017	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma'Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember Tahun Ajaran 2016/2017	strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma'Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember adalah dengan menentukan segmentasi Targeting dan Positioning agar lembaga mampu memnuhi dan keinginan stakeholder.	lebih memfokuskan pada strategi pemasaran pendidikan untuk menarik minat stakeholder di Sekolah Menengah Kejuruan Ma'Arif Nahdlatul Ulama Kencong Jember
3	Qomarudin Dwi Antoro, 2018	Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten	manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan mutu lembaga adalah dengan menggunakan <i>marketing mix</i> yaitu <i>product, price, place, promotion, people, physical evidence</i> dan <i>process</i> . Dan keberhasilan kegiatan intrakulikuler dan ekstrakulikuler di Muhammadiyah sama-sama saling kolaborasi atau saling mengisi diantara aktifitas prosesnya dalam meningkatkan mutu atau menghasilkan prestasi.	lebih memfokuskan pada peningkatan mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten

Memperhatikan tabel kajian terdahulu diatas belum menemukan pembahasan strategi pemasaran pendidikan yang lebih spesifik pada suatu lembaga pendidikan islam. Khususnya yang membahas strategi dan proses pemasaran lembaga. Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk membahas bagaimana proses dan hambatan tersebut pada suatu lembaga pendidikan.

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian Manajemen

Menurut William J. Shultz manajemen adalah merencanakan, dan pengawasan seluruh kegiatan manajemen perusahaan ataupun bagian dari perusahaan. Sedangkan menurut Ben M. Enis mengemukakan bahwa

manajemen adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. Logika dari definisi diatas ialah apabila seseorang atau perusahaan ingin memperbaiki manajemennya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.<sup>13</sup>

Mempelajari manajemen sangatlah penting bagi kita untuk dapat memperoleh gambaran tentang bagaimana manajemen itu telah berlangsung pada masa lalu, bagaimana kemudian manajemen tersebut berkembang, prinsip-prinsip apa yang dikembangkan pada masa lalu dan bagaimana manajemen tersebut berlangsung hingga saat ini. Akhirnya kita harus pula mempelajari dan mengantisipasi perkembangan di masa mendatang yang tentu saja juga akan menentukan arah pertumbuhan manajemen itu sendiri. Dengan mengetahui arah perkembangan manajemen tersebut maka kita juga akan dapat mempersiapkan diri kita masing-masing dengan keterampilan-keterampilan manajerial yang diperlukan di masa mendatang.<sup>14</sup>

Persaingan bisnis yang semakin tajam mengharuskan manajemen memiliki daya juang yang tinggi yang tidak pernah merasa lelah dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan sumberdaya organisasinya. Para ahli manajemen telah banyak memberikan kiat agar organisasinya yang dipimpinnya dapat unggul bersaing dan memberikan daya manfaat bagi sesame. Tokoh

---

<sup>13</sup> Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Menyusun Rencana Pengembangan Sekolah/madrasah)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 98

<sup>14</sup> *Ibid.*, 103



pendidikan Ki Hajar Dewantoro memberikan kiat, kalau organisasi ingin berkembang maju maka semua anggota organisasi harus mempunyai kemampuan 3 N, Niteni, Niroke dan Nmbahi.

Selanjutnya Ki Hajar Dewantoro Sabardi mengemukakan bahwa kemampuan Niteni adalah kemampuan untuk mengemukakan hal-hal yang paling penting dan mengutamakan hal penting tersebut. Dalam manajemen modern hal tersebut dikenal sebagai *information scanning*, termasuk *technological information*. Niroke adalah kemampuan menemukan hal yang terbaik untuk ditiru, dalam manajemen modern dikenal sebagai *benchmarking*. Nambahi adalah kemampuan untuk selalu melakukan tambahan agar organisasi tidak berada di belakang, tidak terjebak dalam *flying geese formation* tetapi menjadi organisasi yang unggul di depan.<sup>15</sup>

Secara bahasa, kata “manajemen” berasal dari bahasa prancis kuno “*menagement*”, yang memiliki arti “seni melaksanakan dan mengatur”. Sedangkan definisi manajemen secara istilah dari beberapa pakar manajemen diantaranya adalah definisi manajemen menurut Holt adalah “*Management is the process of planning, organizing leading, and controlling that encompasses human, material financial, and information resources is an organizational environment*”. Senada dengan definisi yang diungkapkan oleh Holt diatas, Stoner berpendapat bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dengan

<sup>15</sup> Sofyan, Tsauri. 2017. *Manajemen Kinerja (Performance Managemen)*. Jember: IAIN Jember Press.

menggunakan sumberdaya organisasi lainnya, agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>16</sup>

Kata manajemen juga berasal dari Bahasa Inggris: *management*. Akar kata tersebut adalah: *manage* atau *managian* yang memiliki makna: melatih kuda dalam melangkahakan kakinya. Selanjutnya dalam kata manajemen terkandung tiga makna, yaitu pikiran (*mind*), tindakan (*action*) dan sikap (*attitude*), sedangkan secara terminology (istilah), kata manajemen dapat diartikan 4 hal sebagai berikut:

- a. Kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka mencapai tujuan.
- b. Segenap perbuatan menggerakkan sekelompok orang atau mengarahkan segala fasilitas dalam suatu usaha kerja sama untuk mencapai tujuan.
- c. Bekerja dengan menggunakan/meminjam tangan orang lain untuk mencapai tujuan.<sup>17</sup>

Secara umum ilmu manajemen dapat diartikan sebagai “Seni dan ilmu mengenai pendekatan yang ilmiah, logis, dan sistematis dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien serta mampu memberikan manfaat kepadasesua pihak pemangku kepentingan”.

Manajemen kemudian diartikan sebagai rentetan langkah yang terpadu untuk mengembangkan suatu organisasi sebagai suatu sistem yang bersifat sosio-ekonomi-teknis. Sistem adalah suatu kesatuan dinamis yang

<sup>16</sup> Hidayati, Rohanah, Titiek. 2014. *Manajemen Pendidikan Islam*. Jember: STAIN Jember Press.

<sup>17</sup> Rohdliyah. 2016. *Manajemen Pendidikan, Sebuah Konsep dan Aplikasi*. Jember: IAIN Jember Press.

terdiri atas bagian-bagian yang berhubungan secara organik, dinamis berarti bergerak, berkembang ke arah suatu tujuan *sosio* (sosial) berarti yang bergerak di dalam dan yang menggerakkan sistem itu adalah manusia, ekonomi berarti kegiatan dalam sistem bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan teknis berarti dalam kegiatan dipakai harta, alat-alat dan cara-cara tertentu. Dengan demikian, manajemen merupakan kebutuhan yang diperlukan untuk memudahkan pencapaian tujuan manusia dalam organisasi, serta mengelola berbagai sumber daya organisasi, seperti sarana dan prasarana, waktu, SDM, metode, dan lainnya secara efektif, inovatif, kreatif, solutif, dan efisien.<sup>18</sup>

Dalam Al Qur'an juga terdapat pembahasan mengenai manajemen seperti pada surat As-Sajadah ayat 5 :

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ  
أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

Artinya: Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu, Maksud urusan itu naik kepadanya ialah beritanya yang dibawa oleh malaikat. ayat ini suatu tamsil bagi kebesaran Allah dan keagunganNya.

Dari isi kandungan ayat di atas dapatlah diketahui bahwa "Allah SWT adalah yang mengatur alam (*Al Mudabbir/manager*). Keteraturan alam raya ini merupakan bukti kebesaran Allah SWT dalam mengelola alam ini.

<sup>18</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), Cet 1. 46

Namun, karena manusia yang diciptakan Allah SWT. telah dijadikan sebagai khalifah di bumi, maka dia harus mengatur dan mengelola bumi dengan sebaik-baiknya sebagaimana Allah mengatur alam raya ini.

Sedangkan menurut George R. Terry dalam buku dengan judul "Principles of Manajemen" memberikan definisi "Manajemen adalah suatu proses yang membedakan atas perencanaan, penhorganisasian, penggerakan pelaksanaan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni, agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Robert L. Kats mengartikan manajemen merupakan suatu profesi yang menuntut persyaratan tertentu tertentu. Seorang manajer harus memiliki tiga keahlian atau kemampuan hakiki. Yaitu kompetensi secara konseptual, sosial (hubungan manusiawi), dan teknikal ;

- a. Kemampuan konsep adalah kemampuan untuk berpikir dan menggagas situasi-situasi abstrak, untuk melihat organisasi sebagai suatu kesamaan dan hubungan diantara sub-sub unit, dan untuk menggambarkan bagaimana organisasi dapat masuk dalam suatu lingkungan.
- b. Kemampuan sosial (manusiawi) alah kemampuan untuk bekerja dengan baik bersama orang lain, baik secara individual maupun dalam suatu kelompok.

- c. Kemampuan teknis mencakup pengetahuan dan keahlian dalam bidang khusus tertentu, misalnya rekayasa, keuangan, produksi, dan komputer.<sup>19</sup>

Dari semua pengertian yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebagai proses merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengawasi, dan mendayagunakan seluruh sumber daya organisasi dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

#### 1. Fungsi-Fungsi Manajemen

Dalam manajemen terdapat beberapa fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari :

##### a. Perencanaan (planning)

Perencanaan adalah proses dari rangkaian kegiatan untuk menetapkan tujuan terlebih dahulu tujuan yang diharapkan pada suatu jangka waktu tertentu atau periode tertentu serta tahapan atau langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut.

##### b. Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian adalah proses dan rangkaian kegiatan dalam pembagian kerja yang direncanakan untuk diselesaikan oleh para anggota kelompok pekerjaan, penentuan hubungan pekerjaan yang baik diantara mereka, serta pemberian lingkungan dan fasilitas pekerjaan yang kondusif.

---

<sup>19</sup> Wendy, Sepmady, Hutahaean, *Dasar Manajemen*, Malang: Ahli Media Press, 2018

c. Pengarahan (Directing)

Pengarahan adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memberikan petunjuk atau instruksi dari seorang atasan kepada bawahan atau kepada orang yang diorganisasikan dalam kelompok formal dan untuk pencapaian tujuan bersama.

d. Pemotivasian (Motivating)

Pemberian motivasi adalah suatu proses dan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seorang atasan dalam memberikan inspirasi, semangat, dan serangkaian kerja serta dorongan kepada bawahan untuk dapat melakukan suatu kegiatan yang semestinya.

e. Pengendalian (Controlling)

Pengendalian adalah suatu proses dan rangkaian kegiatan untuk mengusahakan agar suatu pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tahapan yang harus dilalui. Dengan demikian, apabila ada kegiatan yang tidak sesuai dengan rencana dan tahapan, perlu diadakan suatu tindakan perbaikan.<sup>20</sup>

2. Manajemen Pemasaran Pendidikan

a. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia mengenai arti manajemen, yaitu: Penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran serta pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi. Sedangkan pemasaran diartikan

<sup>20</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara 2002), 3

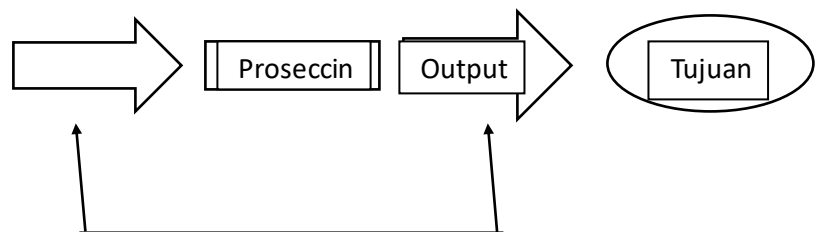
sebagai berupa proses, cara, perbuatan yang menyangkut penyebarluasan barang dagangan (barang atau jasa) dari produsen kepada konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.

Definisi yang paling luas yang dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh Wiliam J. Stanton yaitu Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan

usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>21</sup>

Untuk memahami manajemen pemasaran sebagai suatu proses, maka dibawah ini digambarkan pendekatan sistem (*Sistem approach*, pada umumnya.



Kemudian arti pendidikan menurut Basri adalah usaha yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis untuk memotivasi, membina, membantu, serta membimbing seseorang untuk mengembangkan

<sup>21</sup> Basu Swastha dan Handoko, Hani Dharmasta. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta 2018), 45

segala potensinya sehingga ia mencapai kualitas yang lebih baik. Inti pendidikan adalah usaha pendewasaan manusia seutuhnya (lahir dan batin), baik oleh orang lain maupun oleh dirinya sendiri, dalam arti tuntunan agar anak didik memiliki kemerdekaan berpikir, merasa, berbicara, dan bertindak serta percaya diri dengan penuh rasa tanggung jawab dalam setiap tindakan dan perilaku kehidupannya sehari-hari.<sup>22</sup>

Istilah pendidikan dari segi definisi, sampai saat ini masih belum ada keseragaman para ahli dalam permaknaan. Menurut Crow and Crow, pendidikan bukan sekedar sarana untuk persiapan hidup

yang akan datang, tetapi juga untuk kehidupan sekarang yang dialami individu dalam perkembangan menuju tingkat kedewasaannya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran pendidikan adalah manajemen dengan system yang berlandaskan pada hakikat saling berhubungan antara semua bidang yang membentuk kemampuan dasar yang fundamental dan fungsional dalam sebuah lembaga pendidikan sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

#### b. Tahapan Dalam Manajemen Pemasaran

Beberapa tahapan dalam proses manajemen pemasaran tersebut, antara lain:

---

<sup>22</sup> Hamid, Hamdani dn Saebani, Beni, Ahmad. *Pendidikan Karakter Islam*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013). 121



#### 1) Riset pasar

Hal ini dilakukan untuk mengetahui produk dan layanan seperti apa yang sebenarnya dibutuhkan dan dicari oleh target pasarnya.

#### 2) Mengembangkan strategi pemasaran

Setelah melakukan riset pasar, tahapan berikutnya dalam manajemen pemasaran adalah membuat strategi pemasaran yang tepat. Pada tahapan ini harus benar-benar mempertimbangkan hasil riset pasar dengan berbagai hal penting seperti segmentasi, target pelanggan, dan positioning brand.

#### 3) Menyusun rencana pemasaran

Dalam tahapan ini harus menganalisa dan menentukan target yang ingin dicapai oleh perusahaan pada periode waktu tertentu.

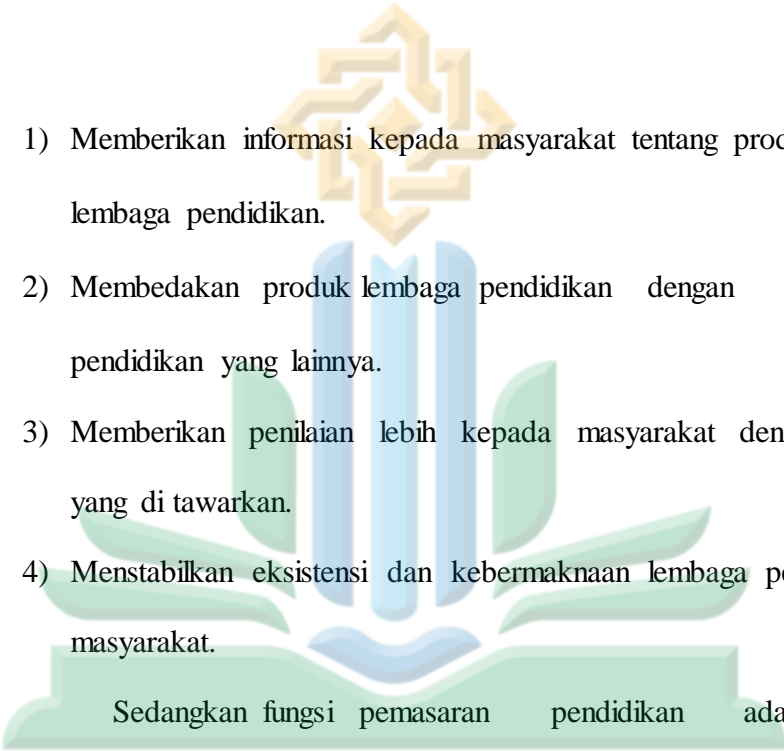
#### 4) Kontrol dan kumpulkan saran

Mengumpulkan saran dari pelanggan dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan pengembangan produk di masa depan. Sementara kontrol dilakukan bila produk tidak diterima secara positif oleh pelanggan.<sup>23</sup>

#### c. Tujuan dan Fungsi Pemasaran Pendidikan

Untuk menentukan tujuan maupun fungsi dari pemasaran pendidikan, tentunya tidak akan dapat terlepas dari pengertian yang telah disampaikan di atas. Adapun beberapa tujuan dari pemasaran pendidikan adalah :

<sup>23</sup> Erlina, Alimin, dkk. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok: Seval Liter Indo Kreasi. 2022

- 
- 1) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk- produk lembaga pendidikan.
  - 2) Membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lainnya.
  - 3) Memberikan penilaian lebih kepada masyarakat dengan produk yang di tawarkan.
  - 4) Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.

Sedangkan fungsi pemasaran pendidikan adalah sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan (*costumer*).

#### d. Proses Komunikasi Pemasaran

West, dkk, mengemukakan secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut:

- 1) Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa apapun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
- 2) Pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, SMS atau media lainnya.

- 
- 3) Fungsi pengiriman (*encoding*) adalah proses untuk mengubah pesan ke dalam bentuk yang di optimasi untuk keperluan penyampaian pesan/data.
- 4) Media/saluran (*channel*) adalah alat yang menjadi penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan.
- 5) Fungsi penerimaan (*decoding*) proses memahami simbol-simbol bahasa (bahasa pesan) yaitu simbol grafis atau huruf-huruf dengan cara mengasosiasikannya atau menghubungkan simbol-simbol dengan bunyi-bunyi bahasa beserta variasi-variasinya yang dilakukann penerima pesan dari penyampai pesan.
- 6) Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
- 7) Respon (*response*) merupakan rangsangan atau stimulus yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikan setelah menerima pesan.
- 8) Komunikan memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.<sup>24</sup>

Agar sekolah atau madrasah dapat melaksanakan pemasaran dengan berhasil, sekolah atau madrasah hendaknya mengetahui kecenderungan “kondisi pasar” terlebih dahulu. Sekolah/madrasah harus dapat mengembangkan pendidikannya bagi berbagai macam

<sup>24</sup> Hermawan Agus. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Eirlangga, 2019). 49

segmen pasar, oleh karena itu kurikulum yang dihasilkan oleh sekolah/madrasah harus benar-benar berorientasi pada keinginan dan kebutuhan “pelanggan”. Untuk memperluas segmentasi pasar tersebut sekolah/madrasah hendaknya menawarkan berbagai jenis layanan kepada pasar.<sup>25</sup>

Selain itu, dalam melihat segmen pasar ini sekolah/madrasah juga harus menentukan calon siswa yang akan dipilihnya. Beberapa kategori tersebut meliputi: (1) berdasarkan intelektual, ini berarti bahwa sekolah/madrasah akan menerima siswa berdasarkan kemampuan intelektualnya. Keadaan ini paling banyak dilakukan, sehingga sekolah/madrasah akan melaksanakan tes terlebih dahulu terhadap calon siswa yang berminat masuk ke sekolah/madrasah tersebut. (2) berdasarkan bakat khusus, ini berarti bahwa sekolah/madrasah akan menerima langsung calon siswa yang memiliki bakat-bakat khusus semacam kesenian, olahraga dan sebagainya. (3) berdasarkan kelompok/golongan, sekolah/madrasah akan menerima siswa dari kelompoknya atau golongannya saja misalnya siswa dari kelompok atau golongan islam tertentu, menerima siswa dari marga tertentu. (4) berdasarkan keinginan sosial, ini berarti bahwa sekolah/madrasah akan menerima calon siswa berdasarkan keinginan-keinginan sosial yang ada di masyarakat, misalnya keinginan masyarakat kulit hitam yang ada di amerika atay keinginan masyarakat-masyarakat tertentu. (5) berdasarkan semua anak, kebanyakan calon siswa yang masuk dalam kategori ini, yang

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, 102-103

mana sekolah/madrasah akan menerima semua calon siswa yang berasal dari negara itu.

e. Unsur-unsur pemasaran

Dalam pemasaran terdapat beberapa unsur, yaitu:

1) Unsur strategi persaingan

a) Segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah.

Masing-masing segmen konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.

b) Targeting, yaitu suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

c) Positioning, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.<sup>26</sup>

2) Unsur nilai pemasaran

a) Ekuitas merek (*brand equity*) adalah seperangkat asset dan kepercayaan merek yang terkait dengan merek tertentu, nama atau simbol, yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah aproduk atau jasa, baik bagi pemasar/perusahaan maupun pelanggan.

b) Pelayanan atau service, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen.

<sup>26</sup> Buchari Alma, Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2008). 162

c) Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

### 3) Strategi Pemasaran Pendidikan

Dalam bidang pendidikan diperlukan dua konsep strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan, yaitu :

a) *Distinctive competence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada pesaing.

b) *Competitive advantage*, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, melalui strategi differensiasi (keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar).<sup>27</sup>

Strategi differensiasi merupakan salah satu dari strategi pemasaran sebagai strategi bersaing, yaitu :

1) Strategi differensiasi, yaitu strategi sekolah dalam memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan dengan yang diberikan oleh pesaing. Strategi differensiasi dilakukan dengan cara menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya persepsi terhadap keunggulan kerja, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, citra merk yang lebih unggul, dan sebagainya.

<sup>27</sup> *Ibid.*, 56

2) Keunggulan biaya (low cost), yaitu strategi sekolah dalam mengiefisienkan seluruh biaya operasionalnya sehingga menghasilkan jasa yang dapat dijual lebih murah dibandingkan dengan pesaingny. Strategi baiaya ini berfokus pada harga. Jadi, sekolah tidak terlalu memperdulikan berbagai faktor pendukung dari jasa ataupun harga. Misalnya, biaya sekolah biasanya mengandalkan strategi harga.

3) Strategi fokus, yaitu strategi sekolah dalam menggarap satu target pasar tertentu. Strategi fokus biasanya dilakukan untuk

jasa yang mempunyai karakteristik khusus. Misalnya, sekolah islam yang hanya ditargetkan bagi siswa islam sehingga semua jasanya memberikan manfaat dan fungsi yang disesuaikan dengan ajaran islam.<sup>28</sup>

#### f. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Marketing mix atau bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel yang dapat di kontrol dan tingkat variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pasaran yang menjadi sasaran. Dalam hal ini, sebuah upaya dilakukan untuk menganalisis marketing mix (bauran pemasaran) menggunakan lima P konteks etika pemasaran islam. Lima P tersebut adalah: *product*, *price*, *promotion*, *place*, dan *people*.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> *Ibid.*, 268-269

<sup>29</sup> Khairul Azan, Dkk. *Isu-Isu Manajemen Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Samudera Biru 2021). 65

## 1) Produk (Product)

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Mengenai kebijakan produk yang perlu diperhatikan adalah mengenai model, merk, label dan kemasan. Produk harus mencakupi hal-hal berikut:

a) Produk tersebut harus sah dan tidak menyebabkan kebodohan pikiran dalam bentuk apapun.

b) Produk harus menjadi kepemilikan.

c) Produk harus dapat diserahkan, karena penjualan suatu produk

tidak sah jika tidak dapat diserahterimakan.

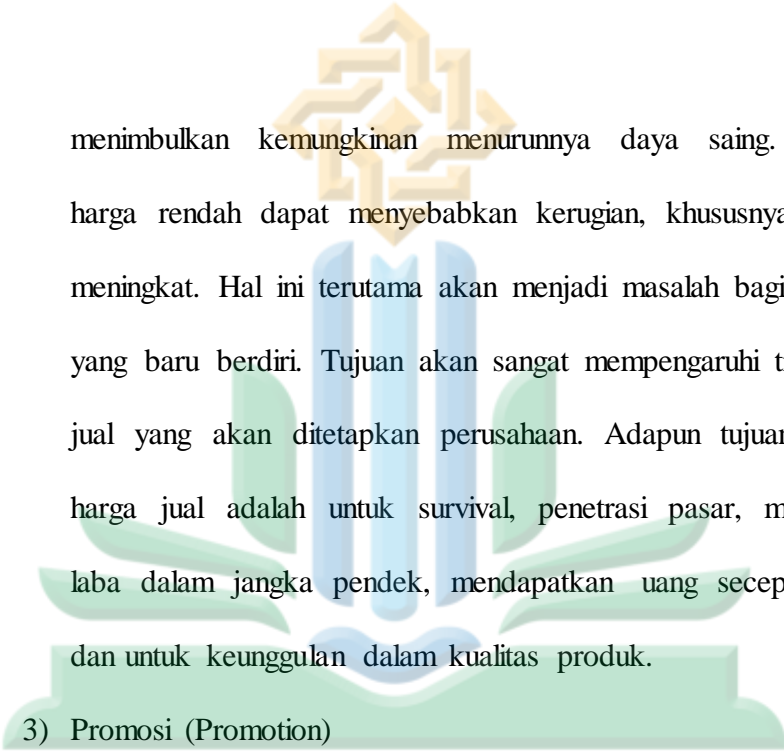
d) Perlu identifikasi biaya tambahan ekstra yang secara material mungkin mengubah produk atau dampak terhadap keputusan pembelian oleh pembeli.

e) Apabila diantara pihak berniat untuk menggugurkan terhadap kewajiban mereka, misalnya terkait masalah keuangan dan masalah lainnya, dengan itikad baik, dan harus didasarkan pada prinsip keadilan, kejujuran dan keterbukaan.

## 2) Harga (Price)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Keputusan tentang harga jual mempunyai implikasi yang cukup luas perusahaan maupun konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat





menimbulkan kemungkinan menurunnya daya saing. Sebaliknya harga rendah dapat menyebabkan kerugian, khususnya bila biaya meningkat. Hal ini terutama akan menjadi masalah bagi perusahaan yang baru berdiri. Tujuan akan sangat mempengaruhi tingkat harga jual yang akan ditetapkan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga jual adalah untuk survival, penetrasi pasar, maksimumkan laba dalam jangka pendek, mendapatkan uang secepat mungkin, dan untuk keunggulan dalam kualitas produk.

### 3) Promosi (Promotion)

Langkah kecil berupa promosi dalam berbagai cara untuk meraih target pemasaran yang belum diraih. Promosi adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). Dalam islam tidak ada ruang untuk membenarkan perilaku promosi yang menipu. Al-Quran mengutuk segala bentuk pernyataan palsu, tuduhan tidak berdasar, dan kesaksian palsu.

### 4) Lokasi atau distribusi (Place)

Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Lokasi usaha yang berada dipinggir jalan atau tempat yang strategis cukup menyedot perhatian pengunjung untuk sekedar melihat lokasi dan konsep yang ditawarkan.

Distribusi secara fisik dapat dilihat sebagai pengintegrasian antara informasi, orang, peralatan, dan organisasi.

#### 5) Orang (People)

Islam menekankan pentingnya kebebasan dan penilaian yang bersifat independen dari pelanggan. Ahmad (1995) menyatakan bahwa kemampuan untuk berpikir rasional saat membuat keputusan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran global merupakan prasyarat dalam hukum Islam.<sup>30</sup>

### 3. Menarik Minat Masyarakat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, minat berarti suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam pengertian tersebut terkandung bahwa di dalam minat ada pemustaan kepada subjek, ada suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai dari subjek dengan perasaan senang.<sup>31</sup>

Menurut Tidjan, minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemustaan terhadap suatu objek sebab ada perasaan senang. Dari pengertian tersebut minat adalah pemustaan perhatian atau reaksi terhadap suatu objek seperti benda atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap objek tersebut. Minat adalah sebagai sebab yaitu kekuatan mendorong yang memaksa seseorang menaruh perhatian pada

<sup>30</sup> Rosyidi, Dawud. *Strategi Manajemen Pemasaran* (STAIN Jember Press, 2017), 19-26

<sup>31</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 262-263

orang, situasi, atau aktivitas tertentu dan bukan pada yang lain, atau minat sebagai akibat yaitu pengalaman efektif yang distimular oleh hadirnya seseorang atau suatu objek, atau karena berpartisipasi dalam suatu aktivitas.<sup>32</sup>

Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu/ orang yang hidup bersama. Masyarakat disebut dengan “*society*” yang artinya adalah interaksi sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari bahasa latin *socius* yang berarti kawan. Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa arab syaraka yang berarti ikut serta dan berpartisipasi. Menurut Karl Marx masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi. Menurut Emile Durkheim, masyarakat merupakan suatu kenyataan objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.<sup>33</sup>

Masyarakat sebagai orang tua calon siswa memiliki andil besar dalam penentuan sekolah anaknya. Orang tua siswa atau siswa sendiri memiliki alasan yang berbeda dalam memilih sekolah. Mereka tentu saja mencari sekolah terbaik dan paling sesuai untuk anaknya. Akibatnya

---

<sup>32</sup> Dini Kristianty Wardani, *Psikologi pendidikan Islam*, (Cirebon: Confident, 2016), 72-73.

<sup>33</sup> Donny Prasret yodan Irwansyah, *Menahani Masyarakat dan Perspektifnya (Jurnal Manajemen dan Ilmu Sosial, Vol.1 No.1)*, (Januari, 2020), 164

beberapa sekolah memiliki siswa yang banyak hingga memiliki kelas paralel, namun ada juga yang sekolah kekurangan siswa.

Minat masyarakat pada setiap sekolah tentu berbeda-beda. Sering kita jumpai beberapa sekolah memiliki jumlah peminat yang banyak. Sementara itu, beberapa sekolah justru kekurangan peminat. Sekolah memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri. Prestasi yang gemilang dan lingkungan yang kondusif menjadi daya tarik bagi sekolah untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dalam menyekolahkan anaknya. Setiap sekolah menjadi patokan sekolah untuk menjalankan pendidikannya. Sekolah berkewajiban untuk mencapai standar yang telah ditetapkan secara nasional. Namun demikian, sekolah dapat mengembangkan kemampuan lain kepada siswanya dalam rangka menunjukkan kekhasan atau peningkatan mutu.<sup>34</sup>

Perbedaan minat masyarakat dalam memilih sekolah pada anak menjadi suatu pernyataan tersendiri. Sekolah menjalankan fungsi dan tugasnya dengan acuan Standar Nasional Pendidikan. Secara umum sekolah juga memiliki tujuan yang sama yaitu mengantarkan anak pada tercapainya kemampuan yang telah ditetapkan sebagai tujuan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah gejala psikologis dari manusia yang menunjukkan bahwa adanya suatu perhatian kepada objek yang menimbulkan perasaan senang atau bahagia sehingga menimbulkan kecenderungan melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan.

---

<sup>34</sup> Mansur, *Pendidikan Anak Usia Dini Dalam Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 318



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian diartikan sebagai cara yang ilmiah guna mendapatkan data dan informasi dengan maksud, tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci.<sup>35</sup>

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif. Sudarto dan Moh. Kasiram menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.

Pendekatan kualitatif Deskriptif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, untuk kemudian digambarkan atau dilukiskan sebagaimana adanya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna dan keunikan objek yang diteliti, memahami proses dan atau interaksi social, menggunakan analisis data yang bersifat deskriptif.<sup>36</sup>

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, karena peneliti disini bertujuan untuk menjabarkan secara deskriptif mengenai kondisi lapangan dan peristiwa yang terjadi di lokasi penelitian. Yaitu tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat di

---

<sup>35</sup> Lexy J. moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 6

<sup>36</sup> *Ibid.*, 26

Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah naratif (*narrative*). Hal ini berarti suatu metode penelitian di dalam ilmu-ilmu sosial. Inti dari metode ini adalah kemampuannya untuk memahami identitas dan pandangan dunia seseorang dengan mengacu pada cerita-cerita (narasi) yang ia dengarkan ataupun tuturkan di dalam aktivitasnya sehari-hari. Dengan demikian penelitian naratif dapat diartikan sebagai studi tentang cerita yang menceritakan dan menjelaskan suatu kejadian yang menjadi pusat perhatian peneliti berdasarkan urutan waktu tertentu secara rinci. Cerita ditulis melalui proses mendengarkan dari orang lain atau bertemu secara langsung dengan informan melalui wawancara.<sup>37</sup>

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lokasi penelitian atau tempat penelitian terletak di Jalan Tamanan Desa Koncer Kidul, Kec. Tenggarang, Kab. Bondowoso, Jawa Timur. Penentuan lokasi penelitian ini atas dasar beberapa pertimbangan untuk melakukan penelitian di tempat tersebut adalah karena ingin mengetahui tentang manajemen pemasaran yang dilakukan di madrasah tersebut, sekolah tersebut adalah salah satu sekolah pesantren yang ada di daerah Bondowoso. Banyak penunjang lainnya seperti fasilitas yang lengkap yaitu adanya laboratorium komputer dan juga tenaga pendidik yang 50% dari kalangan milenial jadi banyak potensi dan kreatifitas peserta didik yang tergali

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 7

ini menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di di Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso. Kemudian peneliti memilih lokasi ini karena di Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah merupakan sekolah yang yang berbasis pesantren.

### C. Subyek Penelitian

Menentukan subyek penelitian data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive, yaitu dalam proses pengambilan data dilakukan dengan berbagai pertimbangan dan tujuan tertentu, seperti orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan.<sup>38</sup> Subyek dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, peserta didik serta sebagian Guru Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso.

### D. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Dengan demikian mengadakan wawancara pada merupakan usaha untuk menggali keterangan yang lebih dalam dari sebuah kajian dari sumber yang relevan. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan .

Peneliti menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang bisa berkembang saat wawancara berlangsung.

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, 18

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan cara guru dalam menerapkan media poster dalam pembelajaran tematik. Data yang diperoleh dalam wawancara ini yaitu:

- a. Penentuan pembentukan kelompok media Pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024
- b. Proses penugasan dalam sosialisasi pendidikan Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024
- c. Proses pemajangan/penempelan media dalam Pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024

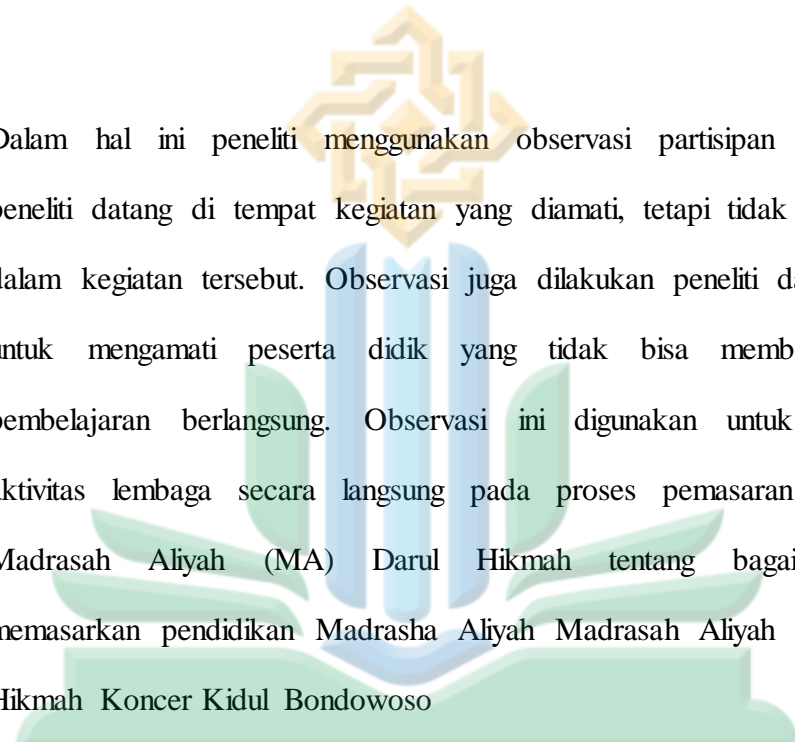
Dalam melakukan wawancara secara langsung, peneliti mewawancarai tiga informan pada penelitian kali ini, yaitu Kepala Sekolah, peserta didik serta sebagian Guru Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso

## 2. Observasi

Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu. Adapun observasi ilmiah adalah perhatian terfokus terhadap gejala, kejadian atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya.

Observasi dilakukan untuk mengamati aktifitas peserta didik pada saat pembelajaran berlangsung, yaitu dari tahap awal sampai tahap akhir.





Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi partisipasi pasif yakni peneliti datang di tempat kegiatan yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Observasi juga dilakukan peneliti dalam hal ini untuk mengamati peserta didik yang tidak bisa membaca selama pembelajaran berlangsung. Observasi ini digunakan untuk mengamati aktivitas lembaga secara langsung pada proses pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah tentang bagaimana cara memasarkan pendidikan Madrasah Aliyah Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso

### 3. Dokumentas

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, karya tulis, dan lain-lain.

Dokumentasi digunakan peneliti untuk memperoleh data tentang daftar nama guru, staf, struktur organisasi sekolah, daftar nama-nama peserta didik, serta keadaan dan fasilitas di Madrasah Aliyah Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso, yang didapatkan oleh peneliti dari hasil dokumentasi kepala sekolah, peserta didik dan sebagian guru-guru. Selain itu, peneliti juga menggunakan dokumentas untuk memperoleh data berupa foto-foto kegiatan pada saat pembelajaran berlangsung.

## E. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. (Lexy J Moloeng, 2018. 284) Tahap analisis ini sangat penting, dimana data yang telah peneliti peroleh akan dianalisis lebih lanjut sebelum dideskripsikan. Data-data tersebut berasal dari hasil wawancara observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles, Huberman, dan Saldana, dimana aktivitas dalam analisis data dibagi menjadi empat, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.<sup>39</sup>

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

Pada langkah awal, peneliti melakukan pengumpulan data terkait data-data penelitian melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data ini berjalan sehari-hari bahkan berbulan-bulan. Semua yang dilihat dan didengar akan dicatat dan rekam oleh peneliti, sehingga data yang diperoleh akan banyak dan bisa dibuktikan kevalidannya.

---

<sup>39</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohini, (Jakarta: UI Pers, 2017), 20

## 2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data adalah proses mengabstrakkan, memilih, menyederhanakan, memfokuskan, dan mentransformasi data yang telah diperoleh dalam catatan lapangan (*fields notes*). Penyeleksian data ini dilakukan dengan cara menentukan mana yang memiliki makna dan lebih penting, kemudian dikumpulkan menjadi satu. Mengingat data yang diperoleh dari lapangan sangat banyak, maka melalui proses ini data perlu dikaji secara detail dan rinci. Tingkat ketelitian juga diperlukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Proses kondensasi berbeda dengan reduksi data yang cenderung memilah dan dapat menghilangkan data yang sudah diperoleh dari narasumber jika data tersebut tidak penting atau tidak sesuai dengan tema penelitian.

## 3. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

Pada bagian ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi dan mengorganisasikan data yang dapat memberikan peluang untuk mengambil kesimpulan. Sehingga data akan mudah dipahami dan dapat tersaji dengan baik tanpa ada data yang sudah tidak dibutuhkan.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> Amirullah, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Malang: Media Nusa Creative,

#### 4. Penarikan kesimpulan

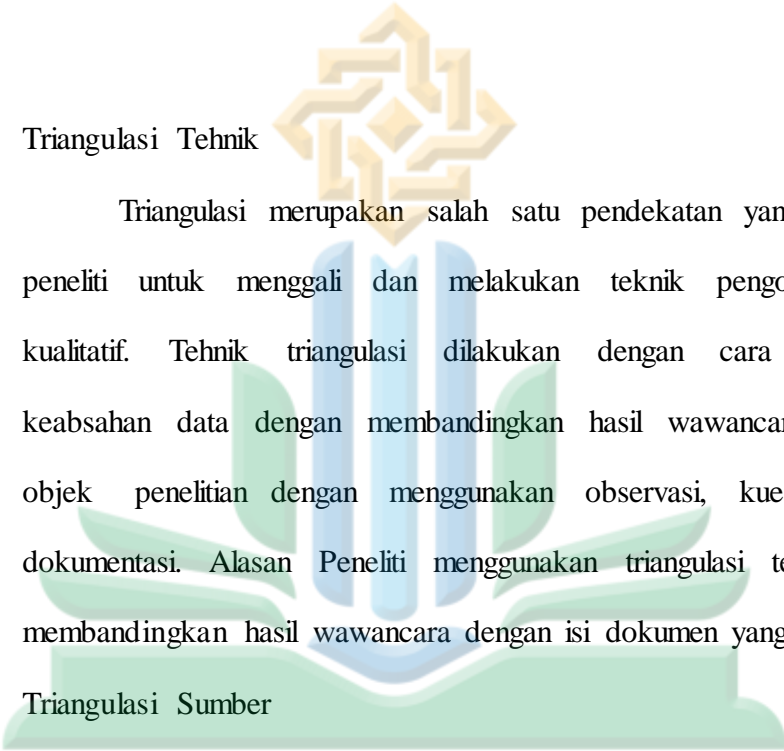
Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Dalam analisis data kualitatif setelah langkah penyajian data adalah penarikan kesimpulan. Pada kesimpulan masih bersifat sementara, data yang diperoleh mungkin dapat berubah jika hasil kesimpulan ini kurang kuat, maka perlu adanya verifikasi. Verifikasi yaitu menguji kebenaran dan mencocokkan makna-makna yang muncul dari data.

#### F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Penelitian ini menggunakan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yang berarti membandingkan dan mengecek balik antara metode pengumpulan data yang satu dengan metode pengumpulan data yang lain.



a. Triangulasi Teknik

Triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif. Teknik triangulasi dilakukan dengan cara memeriksa keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian dengan menggunakan observasi, kuesioner atau dokumentasi. Alasan Peneliti menggunakan triangulasi teknik untuk membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

b. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Alasan Peneliti menggunakan triangulasi Sumber untuk membandingkan berbagai pendapat atau pandangan dari berbagai sumber data dari informan.<sup>41</sup>

## G. Tahapan-tahapan Penelitian

1. Tahap pra lapangan
  - a. Menyusun rancangan penelitian
  - b. Memilih lapangan penelitian.
  - c. Mengurus perizina
  - d. Menjajaki dan menilai keadaan lapangan.
  - e. Memilih informan penelitian.
  - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.

---

<sup>41</sup> Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Kanisus, 2021), 96



2. Tahap pekerjaan lapangan

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- b. Memasuki lapangan.
- c. Berperanserta dan mengumpulkan data.

3. Tahap analisis data

Yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyusunan laporan penelitian berdasarkan hasil data yang diperoleh dengan rancangan penyusunan laporan sebagaimana telah tertera dalam sistematika pembahasan. Kemudian peneliti mengecek kembali keabsahan atau kebenaran dari hasil penelitian tersebut melalui teknik triangulasi. Kemudian peneliti menyajikan dalam bentuk karya ilmiah atau laporan penelitian dengan berpedoman pada pedoman penulisan karya tulis ilmiah di UIN KHAS Jember.



## BAB IV

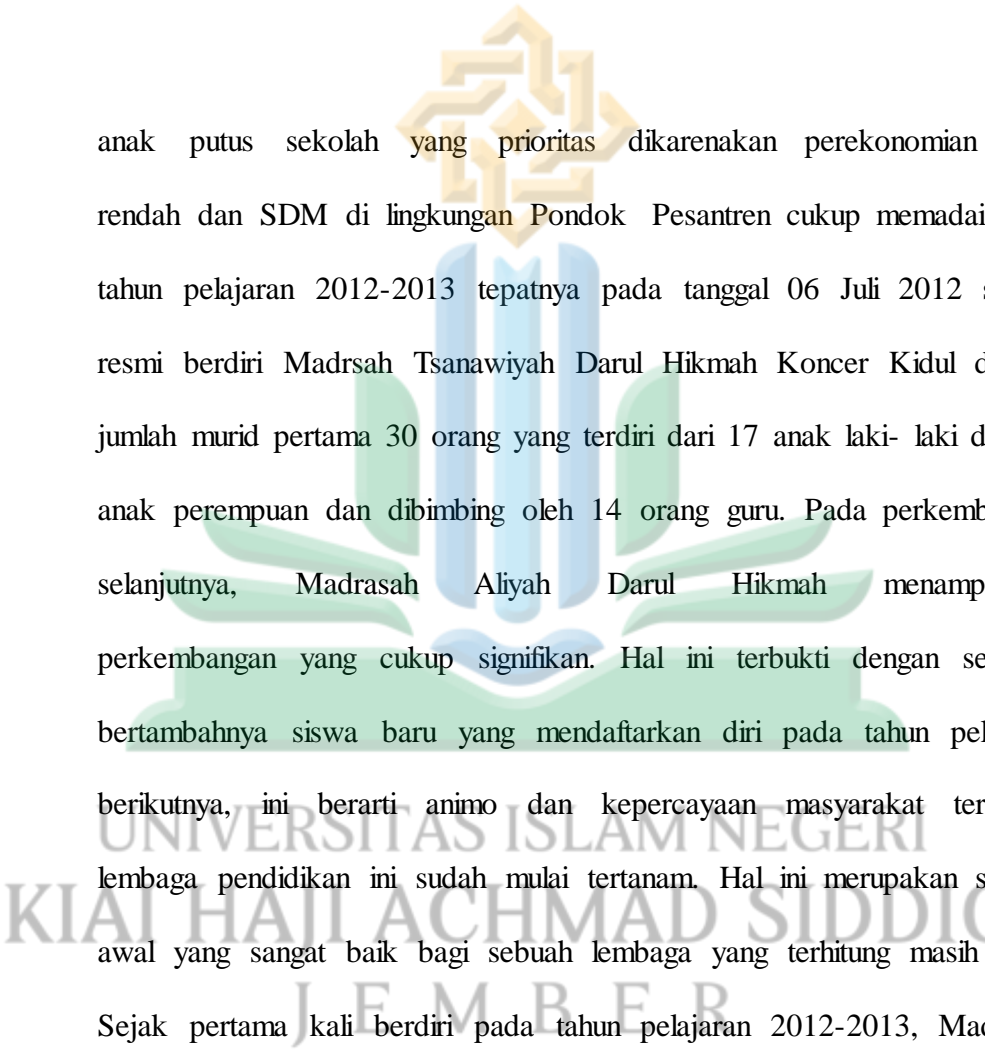
### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

Dalam hal ini akan disajikan data hasil penelitian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024.

##### 1. Profil dan Sejarah MA Darul Hikmah Koncer Kidul

Madrasah Aliyah Darul Hikmah berdiri pada tahun 2012, di desa Koncer Kidul Kecamatan Tenggara Kabupaten Bondowoso. Madrasah Aliyah Darul Hikmah adalah lembaga pendidikan formal yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Darul Hikmah Pondok Pesantren Nurul Hasan. Hasan awal mulanya adalah lembaga pesantren yang pendidikannya berasaskan salafiah (non formal) tempat belajar mengaji dan madin (Madrasah Diniah). Seiring bertambahnya tahun dan berkembangnya zaman serta permintaan masyarakat sekitar maupun wali santri yang bermukim dekat dengan pondok pesantren akhirnya mendirikan beberapa lembaga pendidikan formal dan berkembang sampai saat ini. Berdasarkan atas permintaan masyarakat kemudian melalui rapat pengurus dan tokoh masyarakat yang bertempat di masjid Kompleks Pondok Pesantren Nurul Hasan yang dipimpin langsung oleh Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Hasan serta ketua yayasan, yaitu KH. Dr. Mustajab, S.Ag, M.Pd.I akhirnya diputuskan untuk mendirikan lembaga pendidikan formal yang dimaksud. Didasari dengan inisiatif banyaknya

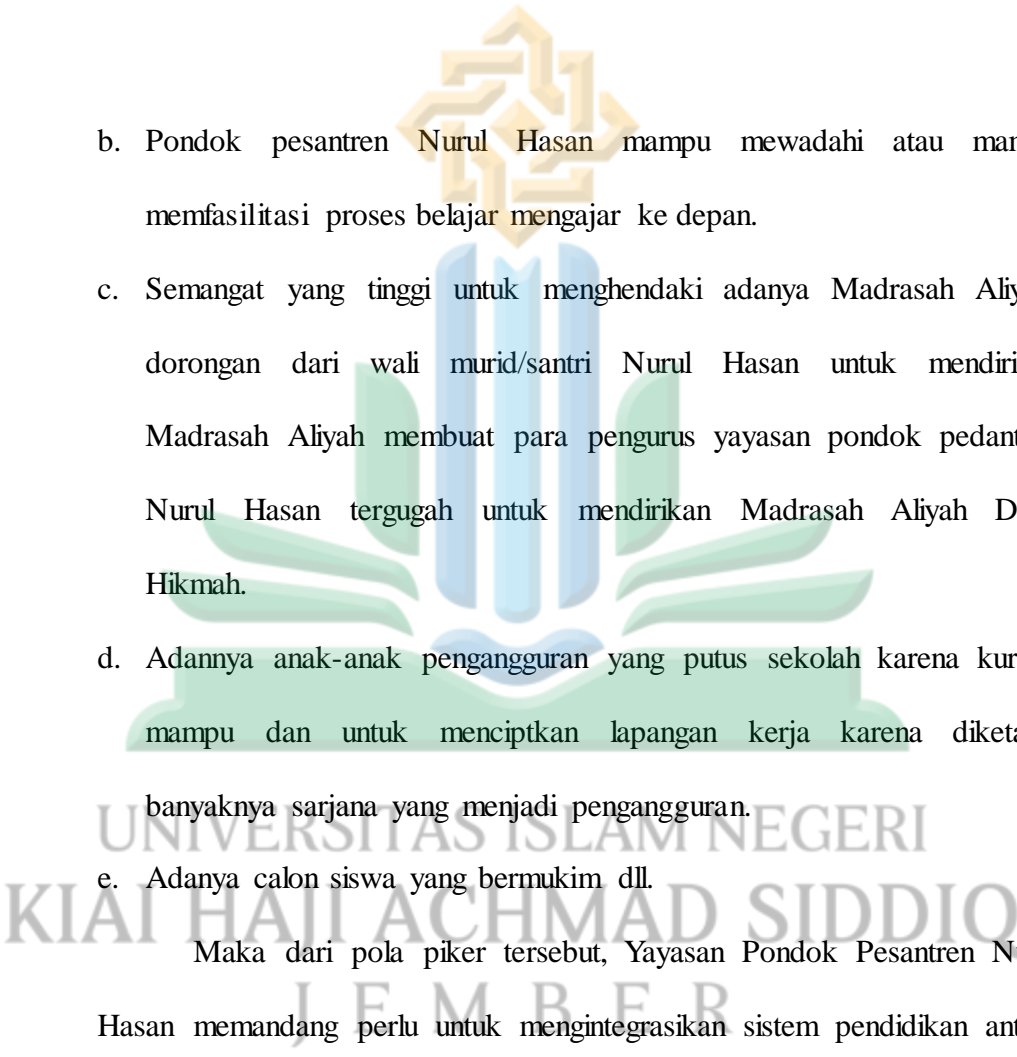


anak putus sekolah yang prioritas dikarenakan perekonomian yang rendah dan SDM di lingkungan Pondok Pesantren cukup memadai pada tahun pelajaran 2012-2013 tepatnya pada tanggal 06 Juli 2012 secara resmi berdiri Madrasah Tsanawiyah Darul Hikmah Koncer Kidul dengan jumlah murid pertama 30 orang yang terdiri dari 17 anak laki-laki dan 13 anak perempuan dan dibimbing oleh 14 orang guru. Pada perkembangan selanjutnya, Madrasah Aliyah Darul Hikmah menampakkan perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya siswa baru yang mendaftarkan diri pada tahun pelajaran berikutnya, ini berarti animo dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan ini sudah mulai tertanam. Hal ini merupakan sebuah awal yang sangat baik bagi sebuah lembaga yang terhitung masih baru. Sejak pertama kali berdiri pada tahun pelajaran 2012-2013, Madrasah Aliyah Darul Hikmah dikepalai oleh Adi Sucipto, S.Pd.I dibantu oleh beberapa orang tenaga pengajar dan staf tata usaha, namun pada tahun pelajaran 2013-2014 melalui rapat pengurus yayasan, maka Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah diganti oleh Hokimah, S.Pd.I dengan jumlah tenaga pengajar 12 orang dengan satu orang staf tata usaha.

Berdirinya Madrasah Aliyah Darul Hikmah dimotivasi oleh beberapa faktor:

- a. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat, karena pola pendidikan kontra yang satu sisi mementingkan ilmu umum sedangkan sisi yang lain atau ilmu yang lain dikesampingkan.



- 
- b. Pondok pesantren Nurul Hasan mampu mewadahi atau mampu memfasilitasi proses belajar mengajar ke depan.
  - c. Semangat yang tinggi untuk menghendaki adanya Madrasah Aliyah, dorongan dari wali murid/santri Nurul Hasan untuk mendirikan Madrasah Aliyah membuat para pengurus yayasan pondok pedantren Nurul Hasan tergugah untuk mendirikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah.
  - d. Adanya anak-anak pengangguran yang putus sekolah karena kurang mampu dan untuk menciptakan lapangan kerja karena diketahui banyaknya sarjana yang menjadi pengangguran.
  - e. Adanya calon siswa yang bermukim dll.

Maka dari pola pikir tersebut, Yayasan Pondok Pesantren Nurul Hasan memandang perlu untuk mengintegrasikan sistem pendidikan antara sistem pendidikan nasional dengan sistem pendidikan agama.

Sebagaimana Madrasah Aliyah yang lain, yaitu merupakan lembaga pendidikan formal yang sederajat dengan Sekolah Menengah Atas (SMA). Sejalan dengan itu Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso berusaha sebaik mungkin menyiapkan peserta didiknya untuk siap bersaing dengan peserta didik dari sekolah lain dalam hal melanjutkan pendidikan kejenjang pendidikan selanjutnya. demikian sekelumit sejarah singkat Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Obseravis, Bondowoso 03 Maret 2023

## 2. Identitas Lembaga

Nama Madrasah : MA. Darul Hikmah

N.S.M : 121235110124

NPSN : 69853364

Desa : Koncer Kidul

Kecamatan : Tenggarang

Kabupaten : Bondowoso

Provinsi : Jawa Timur

Kode pos : 68281

Alamat Madrasah : Jl.Tamanan Koncer Kidul

Status Madrasah : Swasta

Kelompok Madrasah : Anggota KKM

Akreditasi : Belum

Surat keputusan/Sk : -

Kegiatan Belajar Mengajar : Pagi Pukul: 07.00 – 13.30

Tahun Berdiri : 2012

Tahun Perubahan : 2013

Bangunan Madrasah : Milik Sendiri

Lokasi Madrasah : Pedesaan

Jarak Ke Kecamatan : 6 Km

Jarak Ke Kabupaten : 5 Km

Jumlah Guru Dan Karyawan : 16 Orang

Organisani Penyelenggara : Yayasan Darul Hikmah

### 3. Visi dan Misi

#### a. Visi

“Kretaif dan Kompetitif Dengan Mengutamakan Iman dan Taqwa

#### b. Misi

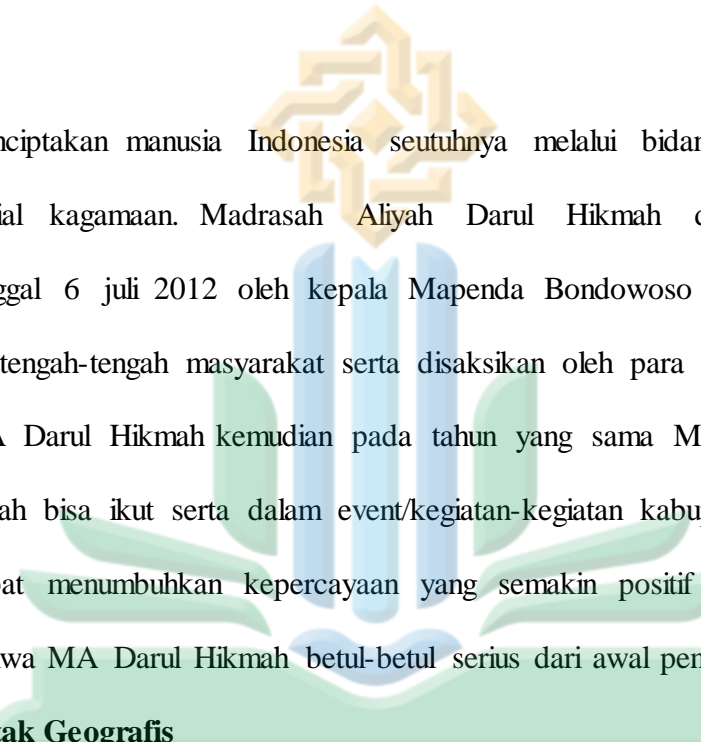
1. Menyelenggarakan pendidikan yang unggul untuk siswa yang berprestasi dalam bidang akademik maupun dalam bidang spiritual.
2. Mempersiapkan siswa untuk dapat memberikan kontribusi terhadap proses pengembangan bangsa dalam upaya memperkuat landasan spiritual moral dan etika pembangunan.
3. Menjalin hubungan yang harmonis antar masyarakat dan negara yang berlandaskan pada pancasila dan syariat islam.

### 4. Tujuan Lembaga

- a. Menghasilkan lulusan yang berakhlaqul karimah
- b. Menghasilkan lulusan yang beraqidah Islam Ahlusunnah waljamaah ala Nahdlatul Ulama
- c. Menghasilkan lulusan yang menguasai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
- d. Menghasilkan lulusan yang terampil, kreatif dan sportif

### 5. Status Madrasah

Madrasah Aliyah ini didirikan atas dasar dan UUD 45 serta berpedoman pada GBHN adapun tujuan dari pendirian lembaga ini secara umum adalah untuk menunjang dan ikut serta membantu usaha pemerintah guna meningkatkan dan mencerdaskan kehidupan bangsa serta



menciptakan manusia Indonesia seutuhnya melalui bidang khusus yaitu sosial kagamaan. Madrasah Aliyah Darul Hikmah diresmikan pada tanggal 6 juli 2012 oleh kepala Mapenda Bondowoso yang diresmikan di tengah-tengah masyarakat serta disaksikan oleh para penggagas/pendiri MA Darul Hikmah kemudian pada tahun yang sama MA Darul Hikmah sudah bisa ikut serta dalam event/kegiatan-kegiatan kabupaten yang mana dapat menumbuhkan kepercayaan yang semakin positif dari masyarakat bahwa MA Darul Hikmah betul-betul serius dari awal pendiriannya.

## **6. Letak Geografis**

Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso secara geografis terletak di pemukiman penduduk dan areal persawahan. Tepatnya di Jalan Tamanan Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso.

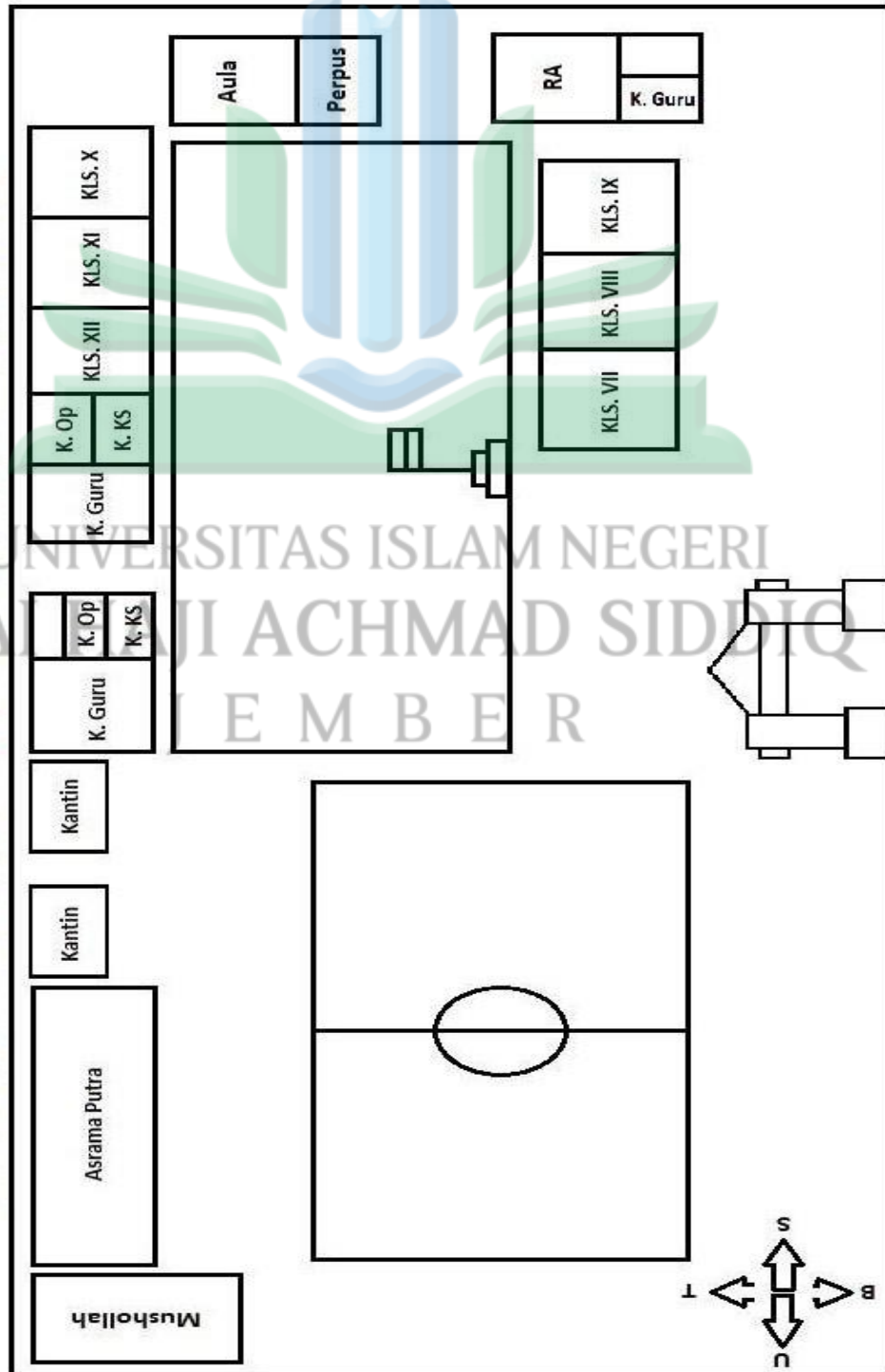
Adapun batas wilayah Madrasah Aliyah Darul Hikmah adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan daerah pemukiman penduduk
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan areal pemukiman penduduk
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan daerah persawahan
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan daerah makam



Gambar 4.1  
Lokasi Lembaga Darul Hikmah

**DENAH LOKASI LEMBAGA DARUL HIKMAH**



#### 4. Keadaan Sarana Prasarana

Sebagai penunjang keberhasilan tujuan pendidikan dan untuk mempermudah proses belajar mengajar, berikut akan disajikan sarana prasarana di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso:

**Tabel 4.1**  
**Keadaan Sarana Prasarana MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso Tahun Pelajaran 2023–2024**

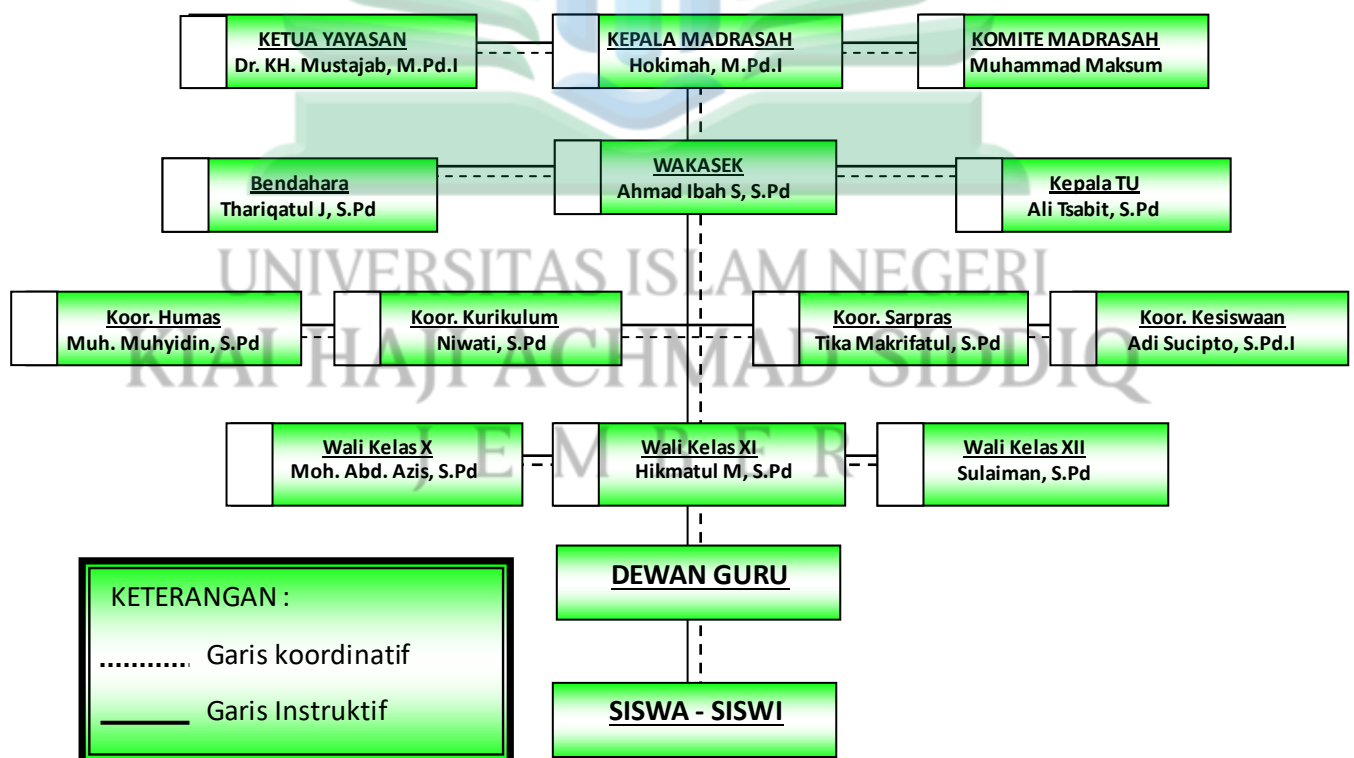
No	Jenis barang	Jumlah
1	Ruang Kepala sekolah	1
2	Ruang TU	1
3	Ruang Guru	1
4	Laptop	3
6	Printer Scanner	1
7	Kotak Obat	1
8	Meja kursi Guru di kelas	6
9	Almari	2
10	Meja kursi siswa	125
11	Papan pengumuman	5
12	Papan tulis	3
13	Bendera	2
14	Tempat parkir	1
15	Net bulu tangkis dan Net Volly	2
17	Lapangan Olahraga	1

*Sumber Data:* Kantor TU MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso

## 5. Struktur Organisasi MA Darul Hikmah

Adapun struktur organisasi MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso tahun pelajaran 2023-2024 adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2 Struktur Organisasi  
MAS Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso  
Tahun Ajaran 2023 -2024



(Sumber: Dokumentasi MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso tahun ajaran 2023-2024).

## 6. Keadaan Guru

Tabel 4.2 Data Keadaan Guru  
MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso  
Tahun Pelajaran 2023-2024

No.	Nama	Jabatan	Ijazah Terakhir	TMT
1	Andrik Iriyanto, S.Pd.I	Kepala Madrasah	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2012
2	Hokimah, M.Pd.I	Wakil Kepala	S2 IAIN Jember	Th. 2012
3	Farida Yasin, S.Pd.I	Bendahara	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2012
4	Imam Failani, S.Pd.I	Koor. Kurikulum	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2013
5	Ahmad Syafi'i, S.Pd.I	Koor. Humas	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2012
6	Yulianto, S.Pd.I	Koor. Sarpras	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2013
7	Thariqatul Jannah, S.Pd	Koor. Kesiswaan	S1 UNIBO	Th. 2012
8	Faiqatul Hikmah, S.Pd	Wali Kelas VII	S1 UNIBO	Th. 2012
9	Nahratul Jamilah, S.Pd	Wali Kelas VIII	S1 IKIP Jember	Th. 2012
10	Ali Tsabit , S.Pd.I	Wali Kelas IX	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2013
11	Abd. Basid K, S.Pd	GTY	S1 IKIP Jember	Th. 2013
12	Mustafa Said R, S.Pd.I	GTY	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2013
13	Alifah, S.Pd	GTY	S1 UNIBO	Th. 2012
14	Moh. Holid, S.Pd.I	GTY	S1 STAI At- Taqwa	Th. 2012
15	Gusti Ayu L, S.Pd	GTT	S1 STKIP PGRI Pasuruan	Th. 2016
16	Moh. Herfandi, S.Pd	Kepala TU	S1 UNIBO	Th. 2016

*Sumber Data:* Kantor TU MA Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggara Bondowoso



## 7. Keadaan Siswa-siswi

Keberadaan siswa-siswi Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul juga merupakan unsur utama dalam penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran di madrasah, di samping guru dan pegawai. Tanpa siswa maka penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran tidak akan terlaksana. Siswa adalah objek untuk mencapai tujuan pendidikan. Adapun keadaan siswa-siswi di Madrasah Aliyah Koncer Kidul adalah sebagai berikut:

Kelas.VII = 45 SISWA SISWI

Kelas.VIII = 40 SISWA SISWI

Kelas.IX = 36 SISWA SISWI

JUMLAH = 121 SISWA SISWI

Berdasarkan keterangan diatas dapat dipahami bahwa jumlah keseluruhan siswa-siswi Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul pada tahun ajaran 2023/2024 yaitu berjumlah 121 orang dari seluruh kelas, dari kelas X sampai dengan kelas XII.

## B. Penyajian dan Analisis Data

### 1. Bagaimana proses Manajemen Pemasaran pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul ?

Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul merupakan bagian dari unit unit pendidikan islam dibawah naungan Yayasan Perguruan Pondok Pesantren Nurul Hasan. Untuk melaksanakan kegiatan pemasaran pendidikan islam di Madrasah Aliyah Darul Hikmah, maka

diadakanlah *Planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan atau pengarahan), *controlling* (pengendalian).

Menurut ibu Hakimah, M.Pd.I selaku Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah berpendapat mengenai perencanaan pemasaran pendidikan dalam upaya menarik minat masyarakat adalah sebagai berikut :

“visi misi adalah suatu komponen penting yang harus kita tentukan terlebih dahulu sebelum menjalankan program. Karena segala kegiatan belajar mengajar tentunya lepas dari tujuan pencapaian visi misi madrasah. Dalam pembuatan visi misi madrasah tentunya berpacu pada kebutuhan dan keinginan dari masyarakat sekitar khususnya masyarakat bondowoso. Sesuai dengan culture masyarakat bondowoso yang islami Visi Misi MA Darul Hikmah yaitu “Kreatif dan Kompetitif Dengan Mengutamakan Iman dan Taqwa”.

Hal yang sama wawancara dengan wakil kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul yakni ibu Hakimah, M.Pd.I, berkaitan dengan proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan islam di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul yang dilaksanakan, beliau mengatakan:

“Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Himah dapat digolongkan menjadi satu yaitu dilakukan bersama dengan Yayasan Perguruan Pondok Pesantren Nurul Hasan Koncer Kidul, sehingga nantinya akan ditentukan bagaimana alternative promosi yang baik yang akan ditempuh dengan cara efektif dan efisien. Dari alternative-alternatif itu disaring sehingga ditentukan yang paling tepat untuk dilaksanakan sebagai bentuk pemasaran lembaga pendidikan islam Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul”.<sup>43</sup>

Dalam hal ini, peneliti juga melakukan wawancara dengan wakil kepala madrasah yang sekaligus sebagai Ketua pelaksana penerimaan

<sup>43</sup> Hakimah, M.Pd.I, wawancara, 03 Maret 2024

peserta didik tahun ajaran 2023-2024 yakni ibu Hokimah, S.Pd.I, M.Pd.I tentang proses awal manajemen pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul, beliau mengatakan :

“Untuk caranya kami biasanya membentuk tim dulu, biasanya kepala sekolah itu mengadakan rapat koordinasi dengan wakamad, juga semua guru mapel dan pihak yayasan pondok pesantren Nurul Hasan itu biasanya kepala sekolah berkoordinasi untuk membentuk tim penerimaan peserta didik baru atau yang disebut juga tim pelaksana manajemen pemasaran lembaga, rapat terbatas disitu nanti disusun tim pelaksana. setelah tim itu tersusun dan sudah disepakati perihal penugasan baru nanti disitu kita merencanakan apa-apa yang akan kita laksanakan atau strategi apa yang kita laksanakan”.

Sedangkan langkah-langkah yang dilakukan dalam proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Ketua pelaksana penerimaan peserta didik Ibu Hokimah, M.Pd.I mengatakan :

“Langkah-langkah yang kami lakukan dalam manajemen pemasaran lembaga dapat dibilang terkontrol dan cukup bagus yang dimulai dari Planning (perencanaan) pemasaran, dalam proses perencanaan pemasaran lembaga pendidikan ini disusun perangkat pemasaran meliputi rencana waktu/tanggal pelaksanaan, rencana daerah pemasaran, segmen atau target yang dituju, dan cara pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan serta tim pelaksana. Menyusun perangkat pemasaran merupakan tugas awal untuk melaksanakan kegiatan pemasaran lembaga pendidikan yang harus dirumuskan oleh tim manajemen pemasaran lembaga dan disahkan oleh kepala Yayasan atau Kepala Madrasah. Maksud dari penyusunan perangkat pemasaran lembaga pendidikan ini untuk dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan agar tidak terjadi penyimpangan dari koridor pendidikan islam yang berdasarkan pada visi dan misi Madrasah Aliyah Koncer Kidul. Kemudian Organizing (pengorganisasian) pemasaran yang berisikan: Pengorganisasian Struktur Kerja, Pada tahapan ini disusun struktur tentang siapa saja yang terlibat dalam kegiatan pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah, dimulai dengan membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik yaitu

sebagai tim pelaksana pemasaran pendidikan. Pengorganisasian Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan, strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan oleh tim pelaksana pemasaran lembaga dilakukan dengan berbagai cara, seperti mengadakan acara atau kegiatan ekstrakurikuler drumband atau marcingband yang seringkali di undang masyarakat untuk acara hajatan, kemudian hadrah/sholawatan yang diselenggarakan di halaman sekolah pada setiap malam ahad atau minggu yang berada di dalam naungan pondok pesantren Nurul Hasan yang mana kegiatan tersebut banyak disukai masyarakat umum dan masyarakat setempat, melaksanakan kegiatan atau acara peringatan hari besar islam atau nasional, memasang spanduk promosi penerimaan peserta didik, menyebarkan brosur penerimaan peserta didik baru di media-media sosial. Pengorganisasian Sumber Daya Pemasaran Lembaga Pendidikan, yaitu media yang akan digunakan, dana yang dibutuhkan dan lainnya. Contoh seperti media spanduk promosi, panflet dan brosur penerimaan peserta didik, media social seperti Instagram, Facebook, Youtube. kemudian Actuating (penggerakan) pemasaran, Pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan lembaga kami mempunyai beberapa variasi, disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Pertama dimulai dengan membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik yang tugasnya tidak hanya menerima pendaftaran calon siswa baru, tapi lebih jauh lagi juga melakukan beberapa tugas pokok dalam memperkenalkan Madrasah Aliyah Darul Hikmah kepada para konsumen pendidikan dan masyarakat umum dengan memberikan penjelasan program yang jelas dan komplit. Dan terakhir Controlling (evaluasi/pengendalian) pemasaran. evaluasi yang dilakukan tim pengelola pemasaran lembaga ini tidak hanya di akhir periode saja, melainkan juga dalam prosesnya, yaitu pada tiap dua mingguan, bulanan, tengah semester, akhir semester bahkan akhir tahun dilaksanakan dalam bentuk pertemuan atau rapat oleh kepala madrasah dengan seluruh guru dan staf, membahas program yang telah dilaksanakan dalam tahapan waktu tentang bagaimana realisasinya dan jika terjadi kendala maka akan dipecahkan dan dicari solusi bersama demi menjaga kualitas pelayanan pendidikan islam yang disampaikan. Dan kemudian dilanjutkan dengan pembahasan tentang persiapan program kegiatan terdekat yang akan dilaksanakan berikutnya”.<sup>44</sup>

---

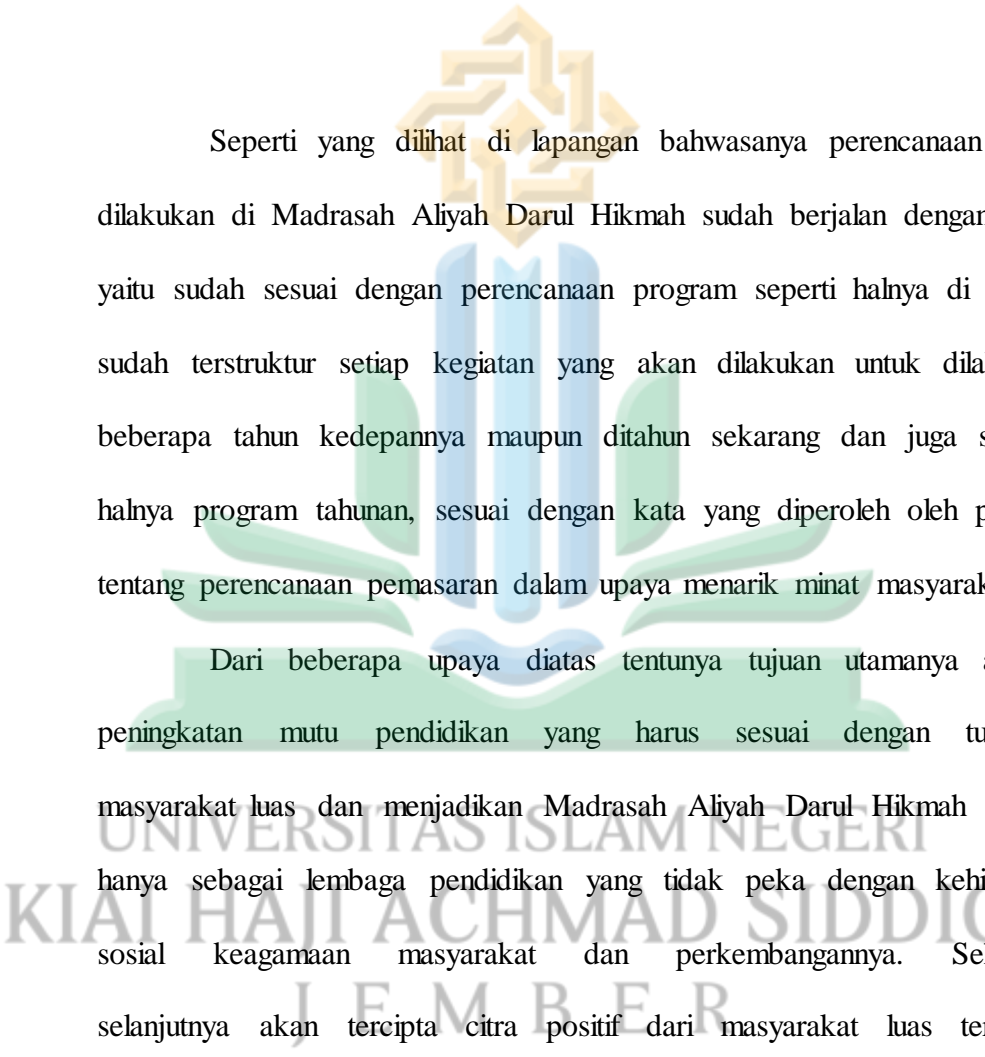
<sup>44</sup> Hakimah, M.Pd.I, wawancara, 03 Maret 2024

Kemudian ditambahi informasi mengenai hal yang berkaitan dengan controlling atau evaluasi pemasaran anggota tim manajemen pemasaran yaitu bapak Ali Tsabit, S.Pd.I, beliau mengatakan:

“Dalam kaitannya dengan evaluasi berbagai upaya kami lakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan jasa pendidikan. sebagai lembaga pendidikan islam tentunya lembaga kami selalu melakukan peningkatan mutu pendidikan agar dapat bersaing dalam persaingan mutu siswa yang lulus dari sekolah. Diantara upaya yang dilakukan kami yaitu ada lima hal yang pertama meningkatkan mutu guru dengan cara melaksanakan pelatihan pelatihan keguruan. Kedua peningkatan kinerja guru dengan mengharuskan setiap guru membuat silabus dan RPP pada setiap pelajaran yang diampu. Ketiga evaluasi diri guru (mengevaluasi kinerja) baik dilakukan sendiri maupun dengan cara meminta kritik dan saran dari para siswa, yang dievaluasi dari guru adalah kompetensi pedagogic yaitu kemampuan mengelola pembelajaran peserta didik yang meliputi penyusunan rencana pembelajaran, pelaksanaan interaksi belajar mengajar, penilaian prestasi belajar peserta didik. Kompetensi kepribadian dengan kemampuan kepribadian yang mantap, beakhlak mulia, arif dan berwibawa serta menjadi tauladan peserta didik. Kompetensi sosial atau kemampuan guru untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif dan efisien dengan siswa, sesama guru dan masyarakat sekitar. Kompetensi professional atau kemampuan penguasaan materi pelajaran secara luas dan mendalam, dengan demikian akan diketahui titik kelemahannya sehingga akan mudah mengembangkan kemampuannya. Yang ke empat Peningkatan kualitas siswa di bidang akademik seperti matrikulasi pelajaran, pembentukan tim olimpiade dan pemberian jam pelajaran tambahan, dan bidang non akademik seperti pembinaan secara intensif kegiatan ekstrakurikuler dan mengikutkan dalam berbagai perlombaan atau pertandingan baik itu di bidang olahraga, keagamaan atupun kesenian. Dan yang ke limaantisipasi persaingan yang begitu ketat antar lembaga pendidikan dalam menyediakan jasa pendidikan dengan tetap menjaga kualitas mutu pendidikan dan berupaya melengkapi sarana prasarana dengan cara menambah beberapa fasilitas untuk menunjang proses belajar mengajar, seperti LCD, proyektor, internet, computer, perlengkapan alat olahraga, dan alat-alat keterampilan lainnya.”<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Ali Tsabit, S.Pd.I, wawancara 04 Maret 2024



Seperti yang dilihat di lapangan bahwasanya perencanaan yang dilakukan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah sudah berjalan dengan baik yaitu sudah sesuai dengan perencanaan program seperti halnya di RKM sudah terstruktur setiap kegiatan yang akan dilakukan untuk dilakukan beberapa tahun kedepannya maupun ditahun sekarang dan juga seperti halnya program tahunan, sesuai dengan kata yang diperoleh oleh peneliti tentang perencanaan pemasaran dalam upaya menarik minat masyarakat.

Dari beberapa upaya diatas tentunya tujuan utamanya adalah peningkatan mutu pendidikan yang harus sesuai dengan tuntutan masyarakat luas dan menjadikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah bukan hanya sebagai lembaga pendidikan yang tidak peka dengan kehidupan sosial keagamaan masyarakat dan perkembangannya. Sehingga selanjutnya akan tercipta citra positif dari masyarakat luas terhadap Madrasah Aliyah Darul Hikmah.

## **2. Bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan yang di gunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul ?**

Menjelang tahun ajaran baru, saatnya sekolah mencari peserta didik baru, maka kepala sekolah memanfaatkan seluruh stakeholder agar semuanya berusaha untuk mendapatkan peserta didik baru terlebih dahulu, termasuk memasang spanduk ditempat-tempat strategis dan menyebarkan brosur serta pamflet di media-media social. Sekolah ini diharapkan menjadi tujuan serta pilihan bagi orang tua untuk menyekolahkan anaknya untuk menempuh pendidikan.

Strategi pemasaran adalah strategi atau cara yang digunakan oleh perusahaan atau sekolah secara berkesinambungan dengan proses penyusunan rencana usaha secara menyeluruh yang dilandasi oleh unsur-unsur dan perumusan strategi pemasaran, sebagaimana yang telah disampaikan oleh Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul, yakni ibu Hakimah, M.Pd.I, mengatakan :

“Sebelum melakukan strategi pemasaran, kami selalu memperhatikan unsur-unsur strategi atau perumusan strategi pemasaran dengan melakukan perumusan unsur strategi dulu sebelum melaksanakan strategi pemasaran, agar kendala yang ada dalam melaksanakan pemasaran dapat teratasi. Sebagai alternative, ada dua unsur penting yang dilakukan kami sebelum memulai strategi pemasaran lembaga. Yang pertama penentuan pasar sasaran (*target market*) tujuannya untuk mengidentifikasi segmen pasar jasa pendidikan tertentu dari total pasar jasa pendidikan tujuannya untuk menarik jumlah calon peserta didik baru yang akan mendaftar di MA ini, target atau sasaran yang diambil adalah murid SMP dan MTs yang berada di daerah Bondowoso, yang mana kami lakukan dengan cara melakukan sosialisasi atau kunjungan ke SMP dan MTs yang bertujuan untuk mempromosikan sekolah kepada siswa SMP dan MTs agar mau melanjutkan sekolahnya ke MA Darul Hikmah, promosi ini dilakukan dengan cara melakukan presentasi tentang keunggulan yang dimiliki oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah, mempromosikan sekolah melalui spanduk, brosur dan media social seperti Instagram, Youtube, Whatsapp, Facebook. Kemudian yang ke dua penentuan posisi pasar persaingan (*competitive positioning*) tujuannya untuk mengidentifikasi atribut madrasah yang berbeda-beda sehingga membuat madrasah berbeda dengan kompetitornya yang beroperasi pada segmen pasar jasa pendidikan yang sama”.

Pihak sekolah juga bertindak dalam hal menghadapi persaingan pasar, hal ini sesuai dengan pernyataan yang di ungkapkan oleh Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah ibu Hakimah, M.Pd.I, beliau mengatakan :

“Persaingan didalam mempromosikan madrasah sudah pasti ada dan persaingan juga terjadi sangat ketat, yang dilakukan oleh kami untuk mengatasi persaingan yaitu tetap menjaga kualitas Madrasah Aliyah Darul Hikmah dan terus mengikuti perkembangan yang ada, agar Madrasah Aliyah Darul Hikmah ini tetap bertahan dan lebih maju dibandingkan dengan madrasah lainnya, dengan tetap mempertahankan prestasi baik dibidang intrakurikuler maupun ekstrakurikuler, seperti mengikuti lomba-lomba yang diselenggarakan instansi-instansi masyarakat, pemerintah kecamatan, kabupaten, provinsi maupun Nasional dan berusaha untuk memenangkannya. Menjalin hubungan baik dengan masyarakat secara intensif, seperti mengadakan bakti social kepada masyarakat, ikut serta rutinan sholawatan malam ahad yang diadakan pesantren dengan lembaga pendidikan, membagikan masker kepada masyarakat sekitar serta membagikan daging qurban dan sebagainya kepada masyarakat sekitar. dan selalu berusaha membangun kepercayaan terhadap masyarakat dengan cara mempertahankan kualitas yang ada serta berusaha meningkatkan pelayanan pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah”.

Terkait dengan strategi pemasaran Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul, Ketua pelaksana penerimaan peserta didik baru yakni Ibu Hokimah, S.Pd.I M,Pd.I , beliau mengatakan :

“Strategi yang dilakukan Madrasah Aliyah Darul Hikmah kami ini terkait dengan strategi pemasaran menggunakan strategi pemasaran secara langsung maupun tidak langsung, karena keduanya mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menarik peserta didik baru. yang kami lakukan dengan cara pemasaran dengan berkomunikasi, Cara ini dilakukan dengan selalu berbicara dan memasarkan madrasah dengan membiasakan menyebut sekolah ini Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul di spanduk, brosur maupun di media lainnya dalam bentuk promosi. Inovasi ini diharapkan agar masyarakat lebih percaya kepada sekolah untuk mendaftarkan anak-anaknya ke Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul. Pemasaran dengan cara mempromosikan, selain mempromosikan lewat media sosial yang dimiliki, sekolah juga melakukan promosi lewat adanya kegiatan pengajian atau sholawatan yang bekerja sama dengan yayasan pondok pesantren Nurul Hasan pada malam ahad yang dipimpin langsung oleh penhgasuh atau ketua yayasan Nurul Hasan, kegiatan ekstrakurikuler yang paling menonjol yaitu drumband atau marcingband yang mana kegitan tersebut banyak disukai masyarakat dan para anak-anak muda masa kini, pemasangan spanduk di pinggir jalan raya tujuannya untuk supaya masyarakat



lebih mengenal lebih Madrasah Aliyah Darul Hikmah. Mengundang orang tua murid, gunanya meminta bantuan agar ikut serta mempromosikan sekolah dengan mengadakan rapat akhir tahun, Dalam rapat secara tidak langsung sekolah mempromosikan dengan keunggulan dan prestasi yang dimiliki oleh lembaga, sehingga para orang tua pun tergerak hatinya untuk mempromosikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah ini kepada masyarakat yang ada disekitar mereka. Dan strategi yang terakhir mengikuti lomba-lomba dibidang intrakurikuler seperti olimpiade matematika, IPA, IPS, lomba pidato bahasa Inggris, bahasa arab, seni baca Al-Qur`an dan Tahfidz. Bidang ekstrakurikuler seperti lomba Marching Band, lomba Kaligrafi, lomba kitab kuning, lomba qiro`ah, ceramah, dan sebagainya”.<sup>46</sup>

### **3. Faktor-faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul?**

Setiap organisasi atau lembaga pendidikan tentunya tidak terlepas dari adanya kendala dalam berbagai hal, terutama dalam proses pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Maka dari itu ada beberapa kendala dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul.

Hal yang menjadi hambatan atau kendala dalam melakukan pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul yang dipaparkan langsung oleh Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul yakni ibu Hakimah, M.Pd.I, beliau mengatakan :

“Sering saya perhatikan kekurangan atau hambatan yang dimiliki lembaga kita ini dalam memasarkan lembaga hambatannya adalah dari beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru dan para guru masih ada yang kurang memahami tentang pentingnya pemasaran lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menambah wawasan, meningkatkan mutu pendidikan dan mengutamakan pelayanan secara optimal untuk kepuasan

<sup>46</sup> Hokimah, wawancara 07 Maret 2023

pelanggan pendidikan.<sup>47</sup>

Kemudian ditambahi informasi faktor penghambat yang di paparkan langsung oleh guru yang mana juga sebagai anggota pelaksana penerimaan peserta didik atau anggota manajemen pemasaran lembaga yakni Bapak Ali Tsabit, S.Pd.I, selaku Ketua pelaksana penerimaan peserta didik baru di Madrasah Aliyah Darul Hikmah, beliau mengatakan :

“Selain yang telah dijelaskan oleh ketua pelaksana penerima peserta didik masih ada faktor lain yang menghambat jalannya manajemen pemasaran lembaga Madrasah Aliyah Darul Hikmah ini yaitu kurangnya kerja sama yang baik antar anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru, serta kurang sadar akan tanggung jawab yang telah diberikan”.

Dan ditambahi kembali tentang hambatan atau kendali yang terjadi pada proses manajemen pemasaran lembaga oleh Wakil Kepala Madrasah Aliyah Darul Hikmah Ibu Hokimah, M.Pd.I beliau Mengatakan:

“Dikarenakan adanya lokasi dekat dengan lembaga pendidikan Madrasah Aliyah sebelah itu juga menjadi faktor kekurangan dalam pemasaran lembaga Madrasah Aliyah Darul Hikmah kita ini, sehingga calon peserta didik di daerah setempat terbagi menjadi 2 pilihan untuk melanjutkan sekolah di Madrasah Aliyah Darul Hikmah atau di lembaga Madrasah Aliyah sebelah”.

### C. Hasil Temuan

#### 1. Proses Manajemen Pemasaran lembaga pendidikan dalam meningkatkan peserta didik baru di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul

Sebagaimana telah dijelaskan pada teori bab 2 bahwasanya proses manajemen pemasaran pendidikan adalah manajemen dengan system yang

<sup>47</sup> Hakimah, wawancara 18 Maret 2023

berlandaskan pada hakikat saling berhubungan antara semua bidang yang membentuk kemampuan dasar yang fundamental dan fungsional dalam sebuah lembaga pendidikan sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Diketahui dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam interview kepada kepala madrasah dan ketua pelaksana penerimaan peserta didik baru bahwasanya langkah-langkah proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul dimulai dari:

a. *Planning* (perencanaan)

Dalam proses perencanaan pemasaran lembaga pendidikan islam Madrasah Aliyah Darul Hikmah, maka disusun perangkat pemasaran meliputi rencana waktu/tanggal pelaksanaan, rencana daerah pemasaran, segmen atau target yang dituju, dan cara pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan serta tim pelaksana.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

- 1) Pengorganisasian Struktur Kerja
- 2) Pengorganisasian Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan
- 3) Pengorganisasian Sumber Daya Pemasaran Lembaga Pendidikan

c. *Actuating* (penggerakan)

Dalam pelaksanaan proses penggerakan, Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Koncer Kidul selalu melakukan penggerakan/pengarahan kepada para stafnya baik secara langsung

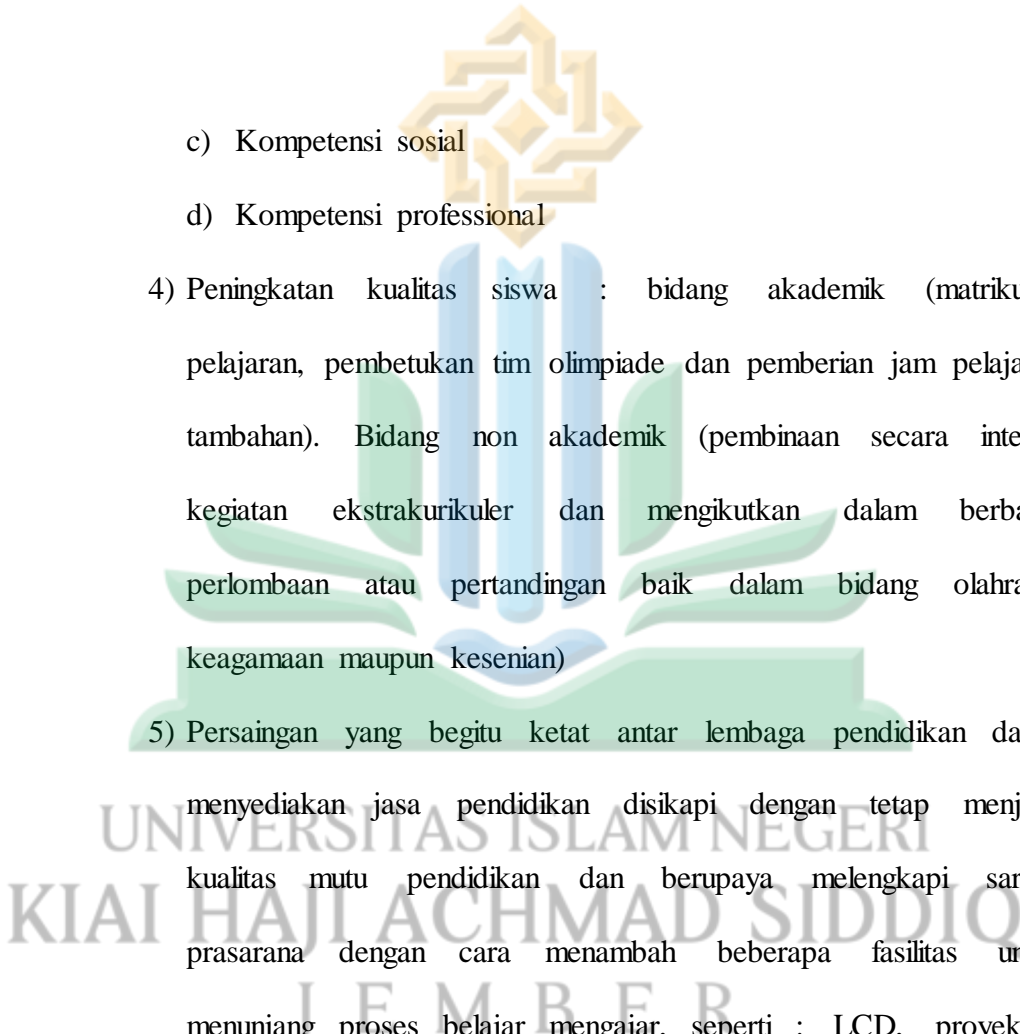
maupun tidak langsung, karena agar para anggota organisasi yang diberikan tugas dan tanggung jawab dalam berhubungan dengan public dapat bekerja dengan baik dan benar.

d. *Controlling* (evaluasi/pengendalian)

Membahas program yang telah dilaksanakan dalam tahapan waktu tersebut yaitu tentang bagaimana realisasinya dan jika terjadi kendala maka akan dipecahkan dan dicari solusi bersama demi menjaga kualitas pelayanan pendidikan islam yang disampaikan.

Dalam kaitannya dengan evaluasi, sebagai lembaga pendidikan islam tentunya Madrasah Aliyah Darul Hikmah selalu melakukan peningkatan mutu pendidikan agar dapat bersaing dalam persaingan mutu siswa yang lulus dari sekolah. Diantara upaya yang dilakukan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul dalam peningkatan mutu lembaga pendidikan diantaranya :

- 1) Meningkatkan mutu guru dengan cara melaksanakan pelatihan pelatihan keguruan
- 2) Peningkatan kinerja guru dengan mengharuskan setiap guru membuat silabus dan RPP pada setiap pelajaran yang diampu
- 3) Evaluasi diri guru (mengevaluasi kinerja) baik dilakukan sendiri maupun dengan cara meminta kritik dan saran dari para siswa di antara yang dievaluasi dari guru adalah :
  - a) Kompetensi pedagogic
  - b) Kompetensi kepribadian

- 
- c) Kompetensi sosial
- d) Kompetensi professional
- 4) Peningkatan kualitas siswa : bidang akademik (matrikulasi pelajaran, pembetulan tim olimpiade dan pemberian jam pelajaran tambahan). Bidang non akademik (pembinaan secara intensif kegiatan ekstrakurikuler dan mengikuti dalam berbagai perlombaan atau pertandingan baik dalam bidang olahraga, keagamaan maupun kesenian)
- 5) Persaingan yang begitu ketat antar lembaga pendidikan dalam menyediakan jasa pendidikan disikapi dengan tetap menjaga kualitas mutu pendidikan dan berupaya melengkapi sarana prasarana dengan cara menambah beberapa fasilitas untuk menunjang proses belajar mengajar, seperti : LCD, proyektor, internet, computer, perlengkapan alat olahraga, dan alat-alat keterampilan lainnya.

## **2. Strategi pemasaran lembaga pendidikan yang di gunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024**

Strategi pemasaran diartikan sebagai upaya memasarkan suatu produk dengan menggunakan pola rencana tertentu, untuk mendapat jumlah penjualan yang lebih tinggi. Menurut Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah cara-cara mendasar yang meliputi serangkaian keputusan yang digunakan untuk mencapai tujuan

pemasaran dan dilakukan pada pasar sasaran yang telah ditetapkan.

Diketahui hasil dari observasi dalam interview peneliti dengan narasumber informan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul sebelum menentukan strategi pemasaran pihak sekolah merumuskan dua unsur penting sebelum penetapan strategi pelaksanaan pemasaran yaitu :

- a. Strategi penentuan pasar sasaran (*target market strategy*) yang didalamnya mencakup sosialisai, dan promosi pemasaran secara umum.
- b. Strategi penentuan posisi pasar persaingan (*competitive positioning strategy*) yang didalamnya berisikan langkah-langkah strategi pemasaran lebih khusus yang dilakukan oleh lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul.
- c. Strategi Pemasaran Lembaga
  - 1) Pemasaran dengan cara berkomunikasi
  - 2) Pemasaran dengan cara mempromosikan
  - 3) Mengundang orang tua murid
  - 4) Mengikuti lomba-lomba dibidang intrakurikuler dan ekstrakurikuler

### **3. Faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024**

Faktor penghambat adalah suatu kejanggalan yang mengakibatkan suatu proses pelaksanaan kegiatan yang telah tersusun rapi

dari awal hingga akhir program kurang mencapai kemaksimalan hasil/sesuai apa yang diinginkan, dalam artian mendapat hasil yang kurang memuaskan.

Adapun faktor penghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul yang telah diketahui peneliti dari hasil interview dengan narasumber ada 3 faktor penghambat yaitu:

- a. Masih kurangnya pemahaman dari beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru dan para guru tentang pentingnya pemasaran lembaga pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan mengutamakan pelayanan secara optimal demi kepuasan pelanggan pendidikan.
- b. Masih kurangnya kerja sama yang baik dari beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru sebagai bagian dari pelaksana pemasaran lembaga pendidikan, sehingga mengakibatkan pelaksanaan program sedikit terganggu.
- c. Adanya kedekatan antar lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Himah dengan lembaga pendidikan Madrasah Aliyah lainnya di daerah setempat yang sama-sama berada di bawah naungan pondok pesantren yang berbeda.

**Tabel 4.3**  
**Temuan Penelitian**

No	Fokus penelitian	Temuan penelitian
1	Bagaimana proses manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024	Proses manajemen pendidikan madrasah aliyah darul hikmah dapat dikelola jadi satu yaitu dilakukan bersama dengan yayasan pondok pesantren nurul hasan koncer kidul sehingga nantinya akan ditentukan bagaimana alternatif promosi yang baik yang akan ditempuh dengan cara efektif efisien. Dari alternatif-alternatif itu disaring sehingga ditentukan yng paling tepat untuk dilaksanakan sebagai bentuk pemasaran lembaga pendidikan islam madrsah aliyah darul hikmah koncer kidul.
2	Bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan yang digunakan oleh Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024	Setrategi pemasaran yang dilakukan madrasah aliyah darul hikmah yaitu menggunakan setrategi pemasaran secara langsung dan tidak langsung yaitu dengan menggunakan spanduk, browsur maupun dimedia lainnya dalam bentuk promosi. Selain mempromosikan lewat media sosial yang dimiliki, sekolah juga melakukan promosi lewat adanya kegiatan pengajian/sholawatan yang bekerja sama dengan yayasan pondok pesantren nurul hasan pada malam ahad. Selain itu setrategi yang dilakukan yaitu mengikuti lomba lomba dibidang intra kurikuler seperti olimpiade matematika,IPA,IPS,lomba pidato bahasa inggris, bahasa arab.
3	Bagaimana faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan pemasaran yang ada di di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tahun Pelajaran 2023-2024	Yang menjadi penghambat atau kekurangan dalam pelaksanaan pemasaran di Madrasah Aliyah Darul Hikmah yaitu beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru dan para guru masih ada yang kurang memahami tentang pentingnya pemasaran lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menambah wawasan, meningkatkan mutu pendidikan dan mengutamakan pelayanan secara optional untuk kepuasan pelanggan pendidikan.juga dikarenakan adanya lokasi lembaga pendidikan MA lain yang berdekatan dengan Madrasah Aliyah Darul Hikmah sehingga peserta didik di daerah tersebut terbagi menjadi 2 pilihan untuk melanjutkan sekolah.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam Dalam Menarik Minat Masyarakat di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024 dikemukakan hasil sebagai berikut:

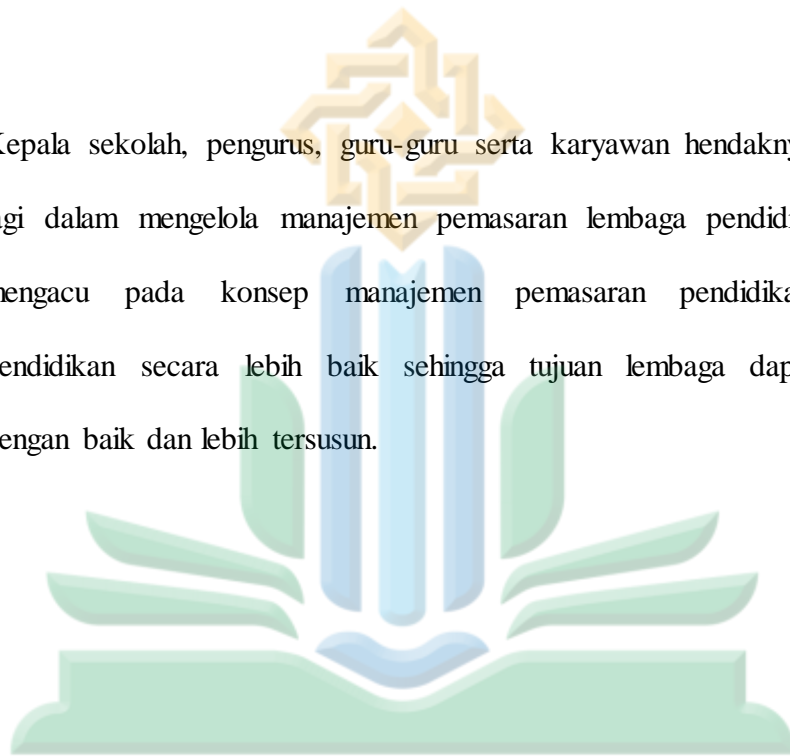
1. Manajemen pemasaran lembaga pendidikan islam di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul dimulai dari *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakan atau pengarahan), *Controlling* (pengendalian). Dan digolongkan menjadi satuya itu dilakukan bersama dengan Yayasan Perguruan Pondok Pesantren Nurul Hasan Koncer kidul sehingga nantinya akan ditentukan bagaimana alternative promosi yangbaik yang akan ditempuh dengan cara efektif dan efisien.
2. Ada dua unsur penting yang dilakukan Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul sebelum perumusan strategi pemasaran, antara lain yaitu: Penentuan pasarsasaran (target marketing), Penentuan posisi pasar persaingan (*competitive positioning*). Kemudian strategi pemasaran lembaga dengan cara berkomunikasi, Pemasaran dengan cara mempromosikan, Mengundang orang tua murid guna meminta bantuan agar ikut serta mempromosikan sekolah dengan mengadakan rapat akhir tahun, Mengikuti lomba-lomba dibidang intra kurikuler dan ekstrakurikuler.

3. Faktor faktor penghambat terlaksana nya manajemen pemasaran lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Hikmah adalah masih kurangnya pemahaman dari beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru dan para guru tentang pentingnya pemasaran lembaga pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan mengutamakan pelayanan secara optimal demi kepuasan pelanggan pendidikan, masih kurangnya kerjasama yang baik dari beberapa anggota pelaksana penerimaan peserta didik baru sebagai bagian dari pelaksana pemasaran lembaga pendidikan, sehingga mengakibatkan pelaksanaan program sedikit terganggu, dan dikarenakan adanya kedekatan antar lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Darul Hikmah dengan lembaga pendidikan Madrasah Aliyah lainnya di daerah setempat yang sama-samaberada di bawah naungan pondok pesantren yang berbeda. Sehingga calon peserta didik di daerah setempat terbagi menjadi 2 pilihan untuk melanjutkan sekolah di Madrasah Aliyah Darul Hikmah atau di lembaga Madrasah Aliyah sebelah.

## **B. Saran**

1. Disarankan untuk pengurus, penyelenggara dan pengelola pendidikan untuk selalu bekerja lebihgiat dan lebih professional lagi dalam menjalankan dan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk melahirkan SDM yang berkualitas dan unggul, dengan selalu merencanakan dan melaksanakan kegiatan dengan baik dan terprogram, serta harus lebih meningkatkan dan memberdayakan seluruh sumber daya yang ada, demi kebaikan dan peningkatan mutu pendidikan islam secara terus menerus.

2. Kepala sekolah, pengurus, guru-guru serta karyawan hendaknya lebih giat lagi dalam mengelola manajemen pemasaran lembaga pendidikan dengan mengacu pada konsep manajemen pemasaran pendidikan lembaga pendidikan secara lebih baik sehingga tujuan lembaga dapat tercapai dengan baik dan lebih tersusun.



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



## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul, dan Umaimah Wahid. “Strategi Sales Promotion Lembaga Kursus Informal Alpha Smart Education dengan Penguatan Aspek Psikologis Fun, Focus, dan Fantastic” 01 (2017).
- Baya’gub Rusydi. 2017. *Madrasah Dalam Lintas Sejarah Sistem Pendidikan Nasional*. Jember: IAIN Jember Press
- Cendekia Sandyakala, Mutiara. “Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan.” *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (31 Juli 2020): 184–98. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i2.63>
- Dharmaesta, Basu, Swastha dan Handoko, Hani. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Dokumen MA Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul TP. 2023/2024
- Erlina, Alimin, dkk. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok: Sevaliterindo Kreasi
- Hamid, Hamdani dan Saebani, Beni, Ahmad. 2013. *Pendidikan Karakter Islam*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Helaludin, dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. 1 ed. 1. Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Hermawan, Agus. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Eirlangga
- Hidayati, Rohanah, Titiek. 2014. *Manajemen Pendidikan Islam*. Jember: STAIN Jember Press
- Hutahaean, Wendy, Sepmady. 2018. *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press
- J Moleong Lexy, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, Kosim, Mohammad. 2013. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Madura: Pena Salsabila
- Mahbub, dan Eva Husnia Zen. “Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam* 2, no. 1 (1 April 2020): 113. <https://doi.org/10.30739/jmpid.v2i1.601>.
- Muharam, Masyhar, dan Andhika Giri Persada. “Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo.” *Jurnal Automata* 1, no. (26 Juni 2020): 1–4.

- Muhsin, Mumuh dan Heryati, Yeti. 2014. *Manajemen Sumber daya Pendidikan*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Mundir. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jember: IAIN Jember Press
- Ningtyas, Dwi Arum, Mohammad Badrul, dan Daning Nur Sulistyowati. "Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru pada SMP Ar-Ridha Jakarta" Vol. 15, No. 1 (Maret 2018): 19.
- Nugroho, Ari, Diyan. 2017. *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Publik, dan Nirlaba*. Malang: UB Press
- Nursalim. "Iklan dan Implikasinya dalam Pendidikan." *Kutubkhanah: Jurnal Penelitian sosial keagamaan* Vol.17, No.2 (Juli 2014): 261–62.
- Priyono. 2007. *Pengantar Manajemen*. Surabaya: Zifatama Publisher
- Rodliyah. 2016. *Manajemen Pendidikan, Sebuah Konsep dan Aplikasi*. Jember: IAIN Jember Press
- Rosyidi, Dawud. 2014. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jember: STAIN Jember Press
- Siswanto. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara 2002), 3.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service) Sutrisno Hadi, Metode Research II (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 151.
- Tsauri, Sofyan. 2017. *Manajemen Kinerja (Performance Management)*. Jember: IAIN Jember Press

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Moh. Zammilul Muttaqin  
NIM : T20173096  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Jurusan : Pendidikan Islam dan Bahasa  
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini dengan judul "**Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024**" adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian yang dirujuk sebelumnya.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Jember, 06 Juni 2024  
Saya yang menyatakan



Moh. Zammilul Muttaqin  
NIM : T20173096



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

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

Nomor : B-5995/In.20/3.a/PP.009/03/2024

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala MADRASAH ALIYAH DARUL HIKMAH  
di jalan Tamanan Desa Koncer Kidul, Kec. Tenggarang, Kab. Bondowoso, Jawa  
Timur

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

NIM : T20173096

Nama : ZAMMILUL MUTTAQIN

Semester : Semester empat belas

Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "MANAJEMEN PEMASARAN  
PENDIDIKAN DALAM

MENARIK MINAT MASYARAKAT DI MADRASAH ALIYAH  
DARUL HIKMAH KONCER KIDUL BONDOWOSO

" selama 30 ( TIGA puluh ) hari dilingkungan lembaga wewenang  
Bapak/Ibu Ibu Hokimah, M.Pd.I

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Jember, 18 Maret 2024

Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

**KHOTIBUL UMAM**

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

### Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah (MA) Darul Hikmah Koncer Kidul Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso Tahun Pelajaran 2023-2024.

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	Jumat, 03 Maret 2023	Menyerahkan surat izin penelitian kepala sekolah kepada Madrasah Aliyah Darul ibu Hikmah, M.Pd.I Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
2	Jumat, 03 Maret 2023	wawancara kepada kepala sekolah Hokimah, M.Pd.I Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
3	Sabtu, 04 Maret, 2023	wawancara kepada Ali Stabit, S.Pd.I, selaku tim manajemen pemasaran Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
4.	Selasa, 07 Maret 2023	wawancara kepada Andrik Iriyanto, S.Pd.I selaku Anggota tim manajemen pemasaran Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
5.	Selasa, 07 Maret 2023	wawancara kepada Ibbah selaku Sekretaris Tim pemsdsrsn Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
6.	Sabtu. 18 Maret 2023	wawancara kepada Hikmah, M.Pd.I selaku Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	
8.	Selasa 21 Maret 2023	Mengambil surat seelesai penelitian ke lembaga Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso	

Jember, 21 Maret 2023

Kepala sekolah

Madrasah Aliyah Darul Hikmah

Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso







## YAYASAN DARUL HIKMAH KONCER KIDUL MADRASAH ALIYAH DARUL HIKMAH

SK KEMENKUMHAM NOMOR : AHU – 3482.AH.01.04.Tahun 2013  
NSM : 131235110038 NPSN : 69788068 TERAKREDITASI  
JL. Tamanan Koncer Kidul, Tenggarang, Kab. Bondowoso,  
Kode Pos 68281 Telp. 08124926089, Email : darulhikmah17@yahoo.com

### SURAT KETERANGAN

Nomor. 117.2.1/YPI.DH/MAS.DH/SK.P/06/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hokimah, S.Pd.I, M.Pd.I  
Jabatan : Kepala Madrasah  
Unit Kerja : Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul  
Alamat : Jl. Tamanan Koncer Kidul Tenggarang Bondowoso

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : ZAMMILUL MUTTAQIN  
NIM : T20173096  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Benar telah melakukan Penelitian / Riset di Madrasah Aliyah Darul Hikmah Koncer Kidul dalam rangka penyusunan tugas Skripsi :

**“MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK  
MINAT MASYARAKAT DI MADRASAH ALIYAH DARUL HIKMAH  
KONCER KIDUL BONDOWOSO TAHUN PELAJARAN 2023-2024”**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



## DOKUMENTASI

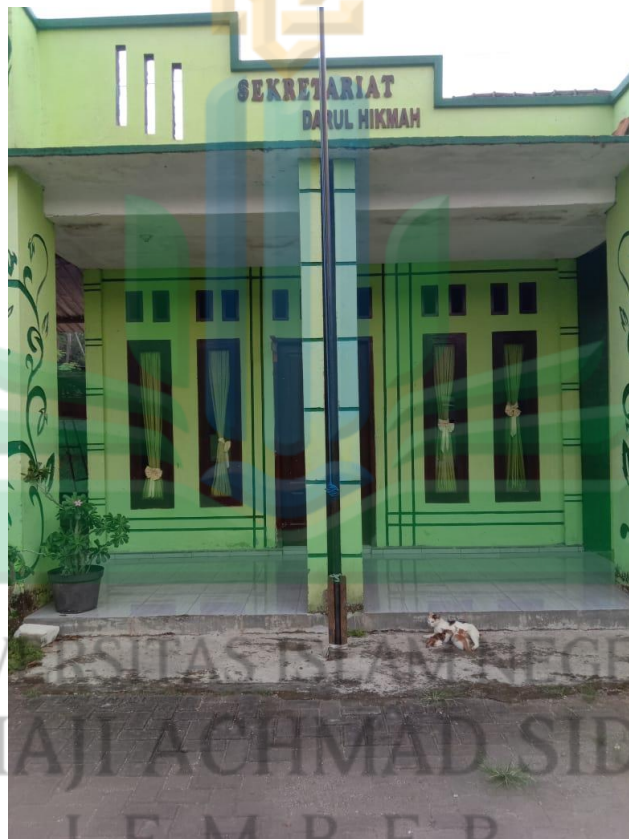


Foto Tampak Depan Kantor Sekretariat



Kegiatan Mengajar Kelas 1 MA Darul Hikmah



## BIODATA DIRI



### A. Data Pribadi

1. Nama : Zammilul muttaqin
2. Tempat & Tanggal Lahir: Sumenep, 11 November 1997
3. Jenis Kelamin : Laki laki
4. Agama : Islam
5. NIM : T20173096
6. Fakultas : Tarbiyah
7. Jurusan/Prodi : Manajemen pendidikam islam
8. Alamat Asal : Dusun kramas, RT 002,RW 001,  
Desa Ketawang Parebaan Kec. Ganding
9. Telepon/HP : 085784142642
10. Email : [zammilulmuttaqin01@gmail.com](mailto:zammilulmuttaqin01@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Bajur 3 : Th. 2005-2011
2. MTsN Sumber Bungur : Th. 2011-2014
3. MA Sumber Bungur : Th. 2014-2017
4. UIN KHAS Jember : Th. 201-2023