

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM  
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MTs MA'ARIF NU  
08 PANICAN KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN  
PURBALINGGA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)**

**Oleh:**

**TIARA EKA LESTARI  
NIM. 1717401090**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI  
SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Tiara Eka Lestari  
NIM : 1717401090  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma’arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dari akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 20 November 2023

Saya yang menyatakan,



**Tiara Eka Lestari**

NIM.1717401090

# Skripsi Tiara Eka Lestari

## ORIGINALITY REPORT

**20%**

SIMILARITY INDEX

**15%**

INTERNET SOURCES

**7%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.iainpurwokerto.ac.id</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<b>repository.uinsaizu.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repository-feb.unpak.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>repo.uinsatu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>digilib.uinkhas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>repository.radenfatah.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>ojs.kopertais14.or.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>11</b>	<b>repository.library-iaida.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>12</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt; 1%</b>
<b>13</b>	<b>www.coursehero.com</b> Internet Source	<b>&lt; 1%</b>



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**  
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**  
Skripsi berjudul  
**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENERIMAAN**  
**PESERTA DIDIK BARU DI MTs MA'ARIF NU 08 PANICAN**  
**KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA**

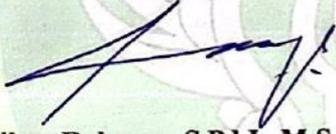
yang disusun oleh Tiara Eka Lestari (NIM. 1717401090) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Jurusan Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah diujikan pada tanggal 4 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Pendidikan (S.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

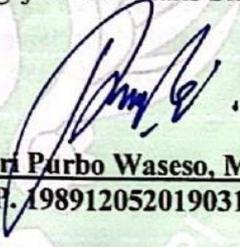
Purwokerto, 4 Januari 2024

Disetujui oleh:

Penguji I/ *Ketua Sidang,*

Penguji II/ *Sekretaris Sidang,*

  
**Mujibur Rohman, S.Pd.I., M.S.I.**  
NIP. 198309252015031004

  
**Hendri Purbo Waseso, M.Pd.I.**  
NIP. 198912052019031011

Penguji Utama,

  
**Mawi Khusni Albar, M.Pd.I.**  
NIP. 198302082015031001

Diketahui oleh:

KEMENTERIAN AGAMA  
KEMENTERIAN AGAMA  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
  
**D. M. Asbah, M.Ag**  
NIP. 196203121001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 20 November 2023

Hal : Pengajuan Munaqosah Skripsi  
Sdr. Tiara Eka Lestari  
Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.  
Dekan FTIK UIN Prof. K.H  
Saefuddin Zuhri Purwokerto  
di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui Surat ini saya sampaikan bahwa:

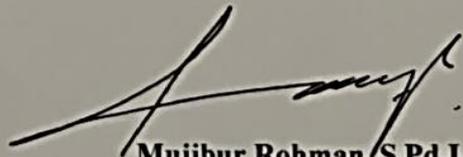
Namn : Tiara Eka Lestari  
NIM : 1717401090  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
ProgramStudi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/MPI  
Judul : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Sudah dapat diajukan Kepada Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, untuk dimunaqosahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing,



**Mujibur Rohman, S.Pd.I., M.S.I**  
NIP. 198325092015031002

# **STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MTs MA'ARIF NU 08 PANICAN KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA**

**Tiara Eka Lestari  
NIM: 1717401090**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi strategi manajemen pemasaran yang diterapkan dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Alasan utama di balik penelitian ini adalah untuk memahami efektivitas strategi pemasaran yang telah diadopsi oleh madrasah ini dan bagaimana strategi tersebut mempengaruhi penerimaan peserta didik baru. Fokus pada karakteristik pasar, terutama dalam konteks minat keagamaan, menjadi dorongan untuk memahami bagaimana sekolah agama dapat menarik minat calon peserta didik dan orang tua mereka. Tujuan utama adalah memperoleh wawasan mendalam tentang strategi pemasaran yang dapat diadopsi oleh lembaga pendidikan sejenis untuk meningkatkan penerimaan peserta didik baru.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai kerangka utama. Subjek penelitian melibatkan kepala madrasah dan staf pemasaran madrasah sebagai informan kunci. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara mendalam dengan para subjek, observasi langsung terhadap proses penerimaan siswa, dan analisis dokumen terkait strategi pemasaran yang digunakan oleh madrasah. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi data, dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan temuan dan interpretasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Mereka memahami dengan baik preferensi pasar, dengan fokus pada minat keagamaan, dan menggunakan strategi segmentasi dan positioning untuk membedakan diri dari pesaing serta membangun citra sebagai lembaga pendidikan agama yang berkualitas. Diferensiasi produk melalui program unik seperti program tahfidz, dan pembiasaan pengajian kitab kuning yang menjadi daya tarik utama bagi calon peserta didik dan orang tua mereka. Selain itu, strategi harga, termasuk program beasiswa, berkontribusi pada kemudahan aksesibilitas pendidikan berkualitas. Keseluruhan, strategi pemasaran ini membantu madrasah dalam mengatasi tantangan penerimaan peserta didik baru dan memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang diminati dalam komunitasnya. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi pendidikan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sukses dalam konteks pendidikan agama.

**Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Peserta didik, Strategi**

# MARKETING MANAGEMENT STRATEGY IN ADMISSION OF NEW STUDENTS AT MTs MA'ARIF NU 08 PANICAN KEMANGKON DISTRICT PURBALINGGA REGENCY

Tiara Eka Lestari

NIM: 1717401090

## ABSTRACT

*This research aims to investigate the marketing management strategies applied in accepting new students at MTs Ma'arif Nu 08 Panican. The main reason behind this research is to understand the effectiveness of the marketing strategies that have been adopted by these madrasas and how these strategies influence the acceptance of new students. A focus on market characteristics, especially in the context of religious interest, provides an impetus for understanding how religious schools can attract the interest of prospective students and their parents. The main objective is to gain in-depth insight into marketing strategies that can be adopted by similar educational institutions to increase the acceptance of new students.*

*This research uses a qualitative approach with case studies as the main framework. The research subjects involved the madrasa head and madrasa marketing staff as key informants. Data collection techniques consist of in-depth interviews with subjects, direct observation of the student admission process, and analysis of documents related to marketing strategies used by madrasas. The validity of the data is strengthened through data triangulation, by comparing information from various sources to ensure the accuracy of findings and interpretations.*

*The research results show that MTs Ma'arif Nu 08 Panican has succeeded in implementing an effective marketing strategy. They understand market preferences well, focus on religious interests, and use segmentation and positioning strategies to differentiate themselves from competitors and build an image as a quality religious education institution. Product differentiation through unique programs such as Madrasah Sehat is the main attraction for prospective students and their parents. Additionally, pricing strategies, including scholarship programs, contribute to easy accessibility of quality education. Overall, this marketing strategy helps madrasas overcome the challenges of accepting new students and strengthen their position as educational institutions that are sought after in their communities. These findings provide valuable insights for educational practitioners to develop successful marketing strategies in the context of religious education.*

**Keywords: Marketing Management, Students, Strategy**

## MOTTO

“Semutu apapun sebuah lembaga pendidikan tidak akan bisa mengubah angka kuantitatif peserta didik tanpa adanya pemasaran yang baik” (Tiara Eka Lestari)



## PERSEMBAHAN

*Alhamdu lillahi rabbil 'alamin*

Segala puji bagi Allah SWt tuhan semesta alam. Dengan Rahmat, Inayah serta RidhoMu sehingga sekripsi ini telah selesai dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya Bapak Arif Muhyidin S. Pd I dan Ibu Kaspiyah yang selalu mendoakan baik siang maupun malam kepada anak pertamanya serta menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Adiku tercinta Aura Adhwa Arifiani selalu emberikan dukungan baik dukungan materi maupun non materi.

Kepada teman dekat saya, Alit Maulana Pramudya yang tidak henti memberikan dukungan dan semangat serta selalu sabar menghadapi penulis dalam keadaan apapun.

Kepada sahabatku, Irmayani Azizah, Lusiana Amalia Putri yang selalu berjuang bersama dan teman teman MPI B 12017, yang selalu setia menemani dan berjuang bersama selama perkuliahan.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* segala puji bagi Allah SWT, *dzat* yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) IAIN Purwokerto yang berjudul **“Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma’arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga”** ini dapat terselesaikan karena bantuan dan motivasi dari berbagai pihak.

*Shalawat* serta *salam* semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat yang telah membawa petunjuk bagi umatnya dan semoga kita mendapat *syafa'at-Nya* di hari akhir.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan dan arahan kepada penulis, ucapkan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. Suparjo, MA., Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr Nurfuadi, M.Pd I., Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. Subur, M.Ag., Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. M. Misbah, M.Ag, Ketua Jurusan Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Novi Mulyani, M.Pd I, Sekretaris Jurusan Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

8. Sutrimo Purnomo, M.Pd., Kordinator Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
9. Mujibur Rohman, M.S.I., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan arahan pembuatan sekripsi sehingga peenelitian ini bisa terselesaikan dengan baik.
10. Segenap dosen dan staf administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Torik Jahidin, S.PD.I.,M.Pd.I., selaku Kepala Madrasah MTs Ma'arif NU 08 Panican.
12. Umul Marifah, S.Pd., selaku Marketing Madrasah MTs Ma'arif Nu 08 Panican.
13. Seluruh staf pendidik dan kependidikan MTs Ma'arif Nu 08 Panican.
14. Teman-Teman MPI B yang telah memberikan kebahagiaan, kasih sayang, cinta, dukungan, dan pengalaman kepada penulis serta terimakasih atas perjuangan dan kerjasama kalian selama empat tahunnya.
15. Dan semua pihak yang belum bisa saya sebutkan satu-persatu namanya semoga Allah SWT memberikan rahmat kepada kalian semua.

Atas semua bantuan, dorongan, dan saran, saya ucapkan terimakasih. Semoga Allah SWT membalas amal baik semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Purwokerto, 20 November 2023

Penulis,



**Tiara Eka Lestari**

NIM.1717401090

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HASIL LOLOS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	5
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Mafaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Stratgei Manajemen Pemasaran .....	12
1. Pengertian Stratgei Manajemen Pemasaran .....	12
2. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	14
3. Konsep Pemasaran .....	17
4. Unusr-Unsur Manajemen Pemasaran .....	21
5. Kegiatan Pemasaran .....	22
6. Langkah-langkah stratgei pemasaran pendidikan .....	23
B. Konsep Peserta didik .....	25
1. Pengertian Peserta Didik .....	25

2. Kriteria Penerimaan Peserta Didik.....	27
3. System dan Prosedur Penerimaan Peserta didik .....	28

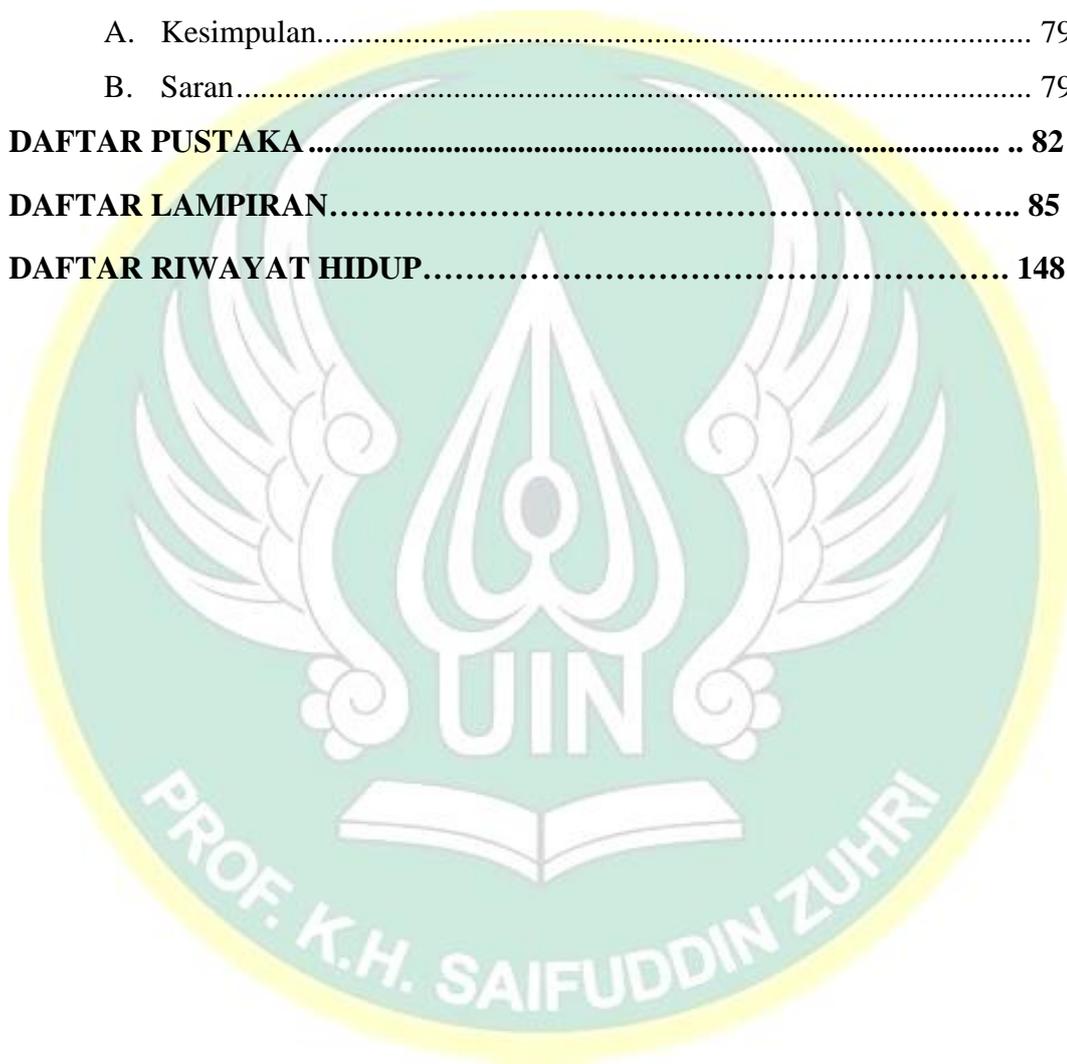
### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Subjek Penelitian.....	38
D. Objek Penelitian .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Teknik Analisis Data .....	45

### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Hasil Penelitian Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga .....</b>	<b>49</b>
<b>1. Identifikasi Pasar .....</b>	<b>49</b>
a. Profil Demografis Calon Peserta Didik yang mana lebih memilih kepada pendidikan yang berupa keagamaan.....	49
b. Profil Geografis Calon Peserta Didik ymana lebih banyak dari madrasah Ibtidaiyah dari pada Madrasah Dasar .....	53
c. Orang tua menginginkan anaknya bisa hafal Juz 30.....	57
<b>2. Segmentasi Pasar dan <i>Positioning</i> .....</b>	<b>60</b>
a. Penentuan Segmen Pasar .....	60
b. Pemahaman Terhadap Preferensi Segment Pasar dengan menggratiskna Uang Gedung kepada peserta didik yang mendaftar 10 anak pertama .....	63
c. Strategi Positioning dengan membuat program unggulan berupa Qirtub, dan pembiasaan pagi .....	65
<b>3. Diferensiasi Produk.....</b>	<b>67</b>
a. Fitur dan Layanan Tambahan dengan berupa program madrasah sehat dan jumat bersih .....	67
b. Branding dan Citra Madrasah .....	71

c. Strategi Harga dengan berupa memberikan beasiswa tahfdzi bagi peserta didik yang sudah hafal 30 jus dan beasiswa prestasi bagi peserta didik yang Bintang kelas dengan wujud gratis SPP selama 3 bulan.....	73
<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>148</b>



## DAFTAR TABEL DAN BAGAN

Bagan Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru .....	36
Tabel 1 : Kisi-Kisi Observasi .....	41
Tabel 2 : Kisi-Kisi Wawancara.....	44
Tabel 3 : Daftar Tenaga Pendidik MTs Ma'arif NU 08 Panican.....	121
Tabel 4 : Daftar Tenaga Kpendidikan MTs Ma'arif NU 08 Panican .....	121
Tabel 5 : Data Siswa MTs Ma'arif NU 08 Panican Tahun 2023/2024 .....	122





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga pendidikan mengalami kemajuan yang pesat, apalagi semenjak diberlakukannya UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional yang merupakan landasan yuridis bagi pengelolaan pendidikan di Indonesia.<sup>1</sup> Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan dahulu hanya di pandang sebagai *seller's market*, calon peserta didik berlomba mendaftar ke Madrasah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain.<sup>2</sup> Namun beberapa tahun terahir ini, lembaga pendidikan mulai merasa sulit mencari calon peserta didik, masyarakat begitu cerdas memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Apalagi semakin banyaknya lembaga pendidikan mulai dari jenjang pendidikan usia dini hingga pendidikan tinggi yang masing-masing lembaga menawarkan keunggulannya. Hal ini membuat adanya iklim kompetisi antar lembaga pendidikan, tak terkecuali pada tingkat lembaga pendidikan menengah pertama, dalam hal ini adalah madrasah.

Sekolah atau Madrasah dituntut untuk mampu memasarkan lembaganya guna bisa mempertahankan eksistensi, karena seberapapun bagusny suatu Madrasah jika tidak dipromosikan secara maksimal maka akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya Madrasah tersebut dikalangan masyarakat. Disinilah hubungan masyarakat (humas) Madrasah memiliki peran penting untuk membangun dan mempertahankan citra positif sehingga lembaganya dapat memikat hati masyarakat. Hal ini tidak hanya berlaku pada Madrasah negeri milik pemerintah saja, tetapi juga Madrasah swasta. Bahkan Madrasah swasta

---

<sup>1</sup> Pemerintah, Peraturan Pemerintah Republic Indonesia Nomor 47 dan 48 Tentang Wajib Belajar dan Pendanaan Pendidikan, (Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2008), hlm. 85.

<sup>2</sup> Maskub Abrori, "*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda*" Jurnal Syamil, Vol. 3, No. 2, 2015, hlm. 228.

cenderung lebih aktif mempromosikan keunggulan lembaganya kepada masyarakat, sehingga bagi Madrasah berstatus negeri apalagi yang menjadi favorit tidak boleh terlena karena sudah mapan.<sup>3</sup>

Pemasaran menjadi suatu hal mutlak yang harus dilakukan oleh Madrasah, selain ditunjukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk meningkatkan citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Minat tidak dapat dipisahkan dari tiap individu, itu sebabnya minat sangat penting untuk menjunjung aktivitas individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya berkisar dalam upaya mewarnai perilaku, namun lebih dari itu minat dapat mendorong individu untuk melakukan sebuah kegiatan sekaligus akhirnya menaruh perhatian dan akhirnya menyukai hubungan dirinya dengan kegiatan tersebut.<sup>4</sup> Dalam hal ini termasuk minat terhadap pemilihan Madrasah ke jenjang selanjutnya. Banyak faktor yang dapat dipertimbangkan saat pemilihan Madrasah lanjutan yang berkaitan dengan minat seseorang. Salah satunya yaitu citra dari Madrasah tersebut.

Citra yang positif merupakan aset yang sangat berharga di pasar. Image yang positif juga merupakan modal kuat dalam memenuhi harapan pelanggan. Citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sesuai dengan produk dan layanan yang ada di Madrasah/madrasah. Dengan demikian calon siswa bisa lebih tertarik untuk masuk ke Madrasah/madrasah tersebut. Maka dari itu Madrasah harus menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan, dan didukung dengan promosi yang maksimal agar hasil yang diharapkan tercapai. Promosi yang dilakukan dapat berupa spanduk yang dipasang ditempat strategis, menyebarkan brosur ke TK dan media sosial

---

<sup>3</sup> Suyitno, “Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) Dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan” Jurnal Basicedu, Vol. 5 No. 5, 2021, hlm. 4139.

<sup>4</sup> Moh. Fachri dan Laily Imzaqiyah, “Konsep Marketing Dalam Meningkatkan Minat Input di Lembaga Pendidikan Islam” Managere: Indonesian Journal of Educational Management, Vol. 01 No. 01, p. 76-85, 2019, hlm. 78.

lain seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta melakukan interaksi dengan masyarakat melalui sosialisasi.<sup>5</sup>

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran produk dan nilai dengan yang lain.<sup>6</sup> Pemasaran juga dikatakan sebagai ujung tombak dari suatu kegiatan bisnis dalam rangka menjual produk kepada konsumen industri maupun konsumen akhir. Ada komponen kunci yang dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran, yaitu pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan konsumen. Menurut William J. Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli akhir maupun pembeli potensial.<sup>7</sup>

Adapun tujuan dari pemasaran adalah membantu pengelolaan suatu organisasi untuk memutuskan produk apa yang mesti ditawarkan terlebih dahulu dan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat. Di lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang produk Madrasah, memberi perbandingan dengan produk Madrasah lainnya, memberi penekanan nilai lebih kepada masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan Madrasah di masyarakat.

Dalam kaitannya dengan pendidikan, manajemen pemasaran sangat diperlukan oleh Madrasah/madrasah guna tercapainya peningkatan penerimaan peserta didik baru. Sebuah madrasah harus tetap exis dengan adanya jumlah peserta didik baru minimal 2 rombel atau 2 kelas dengan

---

<sup>5</sup> Aat Lisnawati, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Dasar Dharma Mulia Dusun Banaran Getasan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17, (2020): 198-205.

<sup>6</sup> Jamal Ma'ruf Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Madrasah* (Yogyakarta: Diva Press, 2015), hlm.18.

<sup>7</sup> Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyudin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Ponorogo: Myria Publisher, 2000), hlm. 1.

masing-masing kelas berisi 25-35 siswa atau mahasiswa. Manajemen pemasaran yang baik melakukan kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program) merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.<sup>8</sup>

Apabila melihat lembaga pendidikan sebagai sebuah perusahaan, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen. Konsumen utamanya adalah para siswa atau mahasiswi, disamping itu masih banyak konsumen yang lainnya. Perusahaan akan dengan mudah mengalami kebangkrutan jika tenaga produksinya 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, sehingga menyebabkan produk jasa yang ditawarkan tidak laku. Akibatnya Madrasah akan mundur dan tidak ada peminatnya, yang akhirnya menyebabkan Madrasah tersebut tutup.

Melalui observasi pra penelitian yang dilakukan, MTs Ma'arif NU 08 adalah Madrasah Tsanawiyah yang berada di desa Panican, kecamatan Kemangkon, kabupaten Purbalingga dan merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang menjadi pilihan penulis untuk dikaji manajemen pemasarannya dan merupakan salah satu madrasah dari 2 madrasah yang ada di kecamatan Kemangkon yang telah memperoleh akreditasi A saat ini, dengan pencapaian akreditasi ini merupakan nyawa bagi madrasah untuk tetap exis dan diminati banyak masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi hasil wawancara penulis dengan kepala Madrasah MTs Ma'arif NU 08 Panican yaitu bapak Torik Jahidin S.Pd.I M.Pd.I beliau mengatakan

---

<sup>8</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.130.

manajemen pemasaran merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan yakni meningkatnya minat siswa baru untuk Madrasah tersebut. Dalam pelaksanaannya beliau mengartikan sebagai usaha, namun usaha yang dimaksud disini bukan bisnis melainkan usaha untuk menarik minat dan kepercayaan masyarakat. Pemasaran sangatlah penting dilakukan agar para pelanggan atau masyarakat tahu serta paham terkait apa yang ditawarkan, selain itu kami juga menggunakan strategi yang tersusun agar program yang dibuat dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dengan adanya pemasaran ini menjadikan jumlah siswa atau peserta didik yang berminat masuk ke MTs Ma'arif NU 08 Panican semakin meningkat.<sup>9</sup> Salah satu bukti pemasaran berhasil yaitu adanya data peserta didik baru selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan melalui wawancara dengan kepala Madrasah nya langsung yakni pada tahun pelajaran 2019/2020 jumlah pendaftar nya hanya 83 peserta didik, selanjut nya pada tahun pelajaran 2020/2021 jumlah pendaftar nya meningkat yakni 89 peserta didik, kemudian pada tahun 2021/2022 jumlah pendaftar menjadi 97.

Berdasarkan pemaparan data diatas, untuk mengetahui bahwa di MTs Ma'arif NU 08 Panican mengalami peningkatan jumlah pendaftar peserta didik baru yang akan ditempatkan di kelas VII, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga”.

## **B. Definisi Operasional**

Sebelum membahas penelitian ini lebih lanjut, peneliti akan terlebih dahulu membahas istilah-istilah yang dipakai dalam judul penelitian yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan menghindari kesalahpahaman penafsiran tentang judul skripsi diatas, maka

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Torik Jahidin, M.Pd.I,S.Pd.I., Kepala MTs Ma'arif Nu 08 Panican pada tanggal 31 October 2021

penulis memberikan penegasan definisi dan istilah-istilah yang digunakan. Adapun definisi dan batasan istilah yang berkaitan dengan judul dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manajemen Pemasaran

Menurut Sondang P. Siagian. (1979) manajemen adalah suatu aktivitas menggerakkan orang lain (memberdayakan), suatu kegiatan memimpin atas dasar sesuatu yang telah diputuskan dahulu.<sup>10</sup> Sedangkan pemasaran menurut William J. Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli secara potensial. Jadi Manajemen Pemasaran adalah penganalisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.

### 2. Peserta Didik

Dunia pendidikan adalah sebuah sistem yang kompleks dan memiliki banyak unsur yang harus ada didalamnya. Salah satu unsur yang paling penting yaitu peserta didik yang sekaligus menjadi subjek utama pendidikan. secara etimologi peserta didik adalah anak didik yang mendapat pengajaran. Sedangkan secara terminology peserta didik adalah anak didik atau individu yang mengalami perubahan, perkembangan sehingga masih memerlukan bimbingan dan arahan dalam membentuk kepribadian serta sebagai bagian dari struktural proses pendidikan.<sup>11</sup>

### 3. MTs Ma'arif NU 08 Panican

MTs Ma'arif NU 08 Panican adalah Madrasah swasta yang berlokasi di Jl. Raya Panican No. 184, Dusun II, Panican, Kecamatan

---

<sup>10</sup> Muh. Hizbul Muflihini, *Administrasi Manajemen Pendidikan*, (Klaten : CV. Gema Nusa, 2017), hlm. 5.

<sup>11</sup> Drs. Suwardi, M.Pd, Drs. Daryanto, *Manajemen Peserta Didik* (Penertbit : Gava Media, 2017), hlm. 3

Kemangkon, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53381. Kepala Madrasah MTs Ma'arif NU 08 Panican adalah Bapak Torik Jahidin S.Pd. M.Pd.i. Seperti pada umumnya, MTs memiliki jenjang pendidikan kelas satu sampai kelas tiga dengan tambahan ekstrakurikuler.

#### 4. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik

Strategi manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan. Sedangkan penerimaan peserta didik adalah usaha yang dilakukan dalam mencari dan menentukan calon peserta didik yang biasanya dilakukan menjelang tahun ajaran baru.

Adapun yang dimaksud dengan strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program) dengan cara mencari dan menentukan calon peserta didik menjelang tahun ajaran baru dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru.

#### **C. Rumusan Masalah**

Dari identifikasi dan analisis masalah sebagaimana yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu : “Bagaimana Strategi Manajemen Pemasaran dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga?”

#### **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

Rumusan masalah yang sudah dikemukakan di atas memunculkan beberapa tujuan dari adanya penelitian ini, yaitu :

##### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi manajemen pemasaran di MTs Ma'arif Nu 08

Panican yang digunakan dalam penerimaan jumlah peserta didik baru. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan madrasah dalam manajemen pemasarannya.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan masukan dan sumbangan pemikiran tentang manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik dan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam pembelajaran manajemen Madrasah.

### b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian secara praktis diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut :

- 1) Bagi kepala madrasah, hasil penelitian ini merupakan bahan untuk memajukan manajemen pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.
- 2) Bagi Guru, penelitian ini memiliki guna untuk memahami masalah yang berkaitan dengan bagaimana manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.
- 3) Bagi peneliti lain, penelitian ini sebagai refensi tambahan dalam rangka mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini memuat tentang penelitian yang relevan pernah diteliti sebelumnya untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiat, maka penulis mencantumkan beberapa skripsi sebagai pembandingnya. Peneliti akan menunjukkan persamaan dan perbedaan di beberapa penelitian yang relevan diantaranya :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Ahmad dengan judul “ Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas”, menjelaskan bahwa dalam pendidikan, pemasaran bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk Madrasah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat kepada produk Madrasah, membedakan produk Madrasah dengan produk Madrasah lainnya, memberikan penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan Madrasah di masyarakat.<sup>12</sup> Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu keduanya meneliti tentang manajemen pemasaran di madrasah. Perbedaannya berada pada fokus penelitian, pada skripsi ini fokus kegiatan utamanya adalah manajemen pemasaran peningkatan penerimaan peserta didik, sedangkan pada penelitian ini penulis lebih fokus pada strategi manajemen pemasaran peningkatan jumlah penerimaan peserta didik di madrasah.

*Kedua*, penelitian oleh Akhmad Muadin dalam Jurnal Pendidikan Islam, menjelaskan bahwa manajemen pemasaran pondok pesantren tahfidz qur'an yang baik dimulai dengan mengevaluasi 7P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*. Ketujuh elemen tersebut menjadi pondasi dalam melakukan analisis untuk menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh suatu lembaga. Manajemen pemasaran pendidikan pondok pesantren harus diterapkan untuk menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen dan langkahnya, sehingga produk yang disiapkan benar-benar sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat sehingga akan menimbulkan kepuasan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan masyarakat. Jika ekspektasi pelanggan terpenuhi maka hal ini akan mengantarkan lembaga pondok pesantren pada citra yang lebih baik. Citra

---

<sup>12</sup> Fitriana Ahmad, *Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016).

lembaga yang baik akan meningkatkan peminat pendidikan, jika peminat pendidikan (pelanggan) meningkat maka pendapatan lembaga juga akan meningkat.<sup>13</sup> Disini peneliti juga akan melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran pendidikan. perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, dalam jurnal ini fokus pada manajemen pemasarannya melalui evaluasi yang dilakukan. Sedangkan peneliti lebih fokus pada strategi yang digunakan dalam memasarkan lembaga pendidikan.

*Ketiga*, Skripsi yang ditulis oleh Reni Nila Sari, yang berjudul “Manajemen Pemasaran Industri Kreatif Kain Lukis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Industri Kain Lukis Nasrafa Surakarta), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang diterapkan di Industri Kreatif Kain Lukis Nasrafa sesuai dengan marketing syariah dimana dalam usaha tersebut menerapkan nilai-nilai seperti teitis, etis, realistis dengan humanistik.<sup>14</sup> Untuk kegiatan promosinya yaitu memaksimalkan pameran sebagai media promosi yang efektif, kemudian untuk factor pendukung pada Industri Nasrafa yaitu kreativitas dan nilai seni produk yang tinggi, dukungan pemerintah, rumah produksi berada dilingkungan yang mempunyai jiwa seni dan budaya tinggi, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, pengalaman organisasi yang baik, tim solid, menggunakan sistem kekeluargaan. Sedangkan factor penghambatnya meliputi keterbatasan tenaga kerja, proses produksi handmade, belum adanya brand atau merk yang kuat dan keterbatasan dalam memanfaatkan IT dan media social. Persamaannya adalah mengkaji tentang manajemen pemasaran. Sedangkan perbedaannya pada fokus penelitiannya. Di mana skripsi tersebut memfokuskan pada manajemen pemasaran dalam kegiatan promosi. Sedangkan penulis lebih fokus pada beberapa strategi manajemen pemasarannya.

---

<sup>13</sup> Akhmad Muadin, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an”, Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 05 No. 02, 2017, hlm. 307.

<sup>14</sup> Reni Nila Sari, *Manajemen Pemasaran Industri Kreatif Kain Lukis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (studi kasus di Industri Kain Lukis Nasrafa Surakarta), (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2015).

Dari karya-karya tersebut belum ada yang membahas tentang “Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Jumlah Penerimaan Peserta Didik di MTs Ma’arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga”.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mengetahui dan mempermudah dalam penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun sistematika pembahasan dalam pokok-pokok bahasan yang dibagi menjadi ilmu bab yaitu sebagai berikut :

Bab I berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang landasan teori atau kajian teori mengenai manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru di MTs Ma’arif Nu 08 panican.

Bab III menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan metode pengumpulan data.

Bab IV berisi penyajian analisis data yang berupa hasil analisis data yang meliputi tentang gambaran umum objek penelitian MTs Ma’arif Nu 08 Panican.

Bab V merupakan penutup yang memaparkan kesimpulan hasil penelitian sekaligus penulis memberikan saran bagi praktisi pendidikan berkaitan dengan manajemen pemasaran khususnya di MTs Ma’arif Nu 08 Panican yang diteliti oleh peneliti.

Bagian akhir dari skripsi yaitu terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran yang mendukung, dan daftar riwayat hidup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsep Strategi Manajemen Pemasaran

##### 1. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran

Secara etimologi, strategi berasal dari kata Yunani, yakni “*strategos*” yang merupakan gabungan dari kata “*stratus*” artinya militer dan “*ego*” yang artinya pemimpin. Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>15</sup> Strategi diartikan juga sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kata-kata tersebut digabung menjadi kata kerja *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya Management diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.<sup>16</sup> Manajemen merupakan suatu ilmu seni untuk membuat orang lain mau dan bersedia bekerja untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan bersama, oleh sebab itu manajemen memerlukan konsep dasar pengetahuan, kemampuan untuk menganalisis situasi, kondisi, sumber daya manusia yang ada dan memikirkan cara yang tepat untuk melaksanakan kegiatan yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan.<sup>17</sup>

Melihat pengertian diatas, dalam lembaga pendidikan hal pertama yang dilakukan untuk menarik minat konsumen atau masyarakat adalah bagaimana pemasaran itu dilakukan. Secara

---

<sup>15</sup> Kbbi.kemendikbud.go.id

<sup>16</sup> Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 3

<sup>17</sup> Winda Sari, “*Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Perpustakaan*” *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*, Vol. 1 No, 2012, hal. 41

etimologi pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan barang dagangan.<sup>18</sup> Sedangkan pemasaran secara terminology adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.<sup>19</sup> Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan, penawaran, pertukaran, jasa dan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>20</sup>

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen pemasaran merupakan rencana untuk memaksimalkan peluang meraih bisnis yang ditargetkan melalui pengelolaan faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan, seperti desain produk, periklanan, pengendalian biaya, dan pengetahuan pasar.<sup>21</sup> Pada lembaga pendidikan strategi manajemen pemasaran diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan dan saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas Madrasah/lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan memakai jasa pendidikan (orang tua siswa/ wali murid).<sup>22</sup> Didalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip

---

<sup>18</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 1027.

<sup>19</sup> William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1984), hlm. 6

<sup>20</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Erlangga, 2008) hal. 5

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2019), hal. 17.

<sup>22</sup> A Imron, *Manajemen Peserta Didik* . Dalam Imron, A., Maisyaroh dan Burhanuddin, *Manajemen Pendidikan: Analisis Substansif dan Aplikasinya Dalam Institusi Pendidikan*, (2003): 51-66.

pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

## 2. Fungsi Manajemen Pemasaran

Sebuah bisnis perusahaan atau sebuah lembaga pendidikan yang sedang berkembang harus memahami manajemen pemasaran yang baik, apalagi di era globalisasi seperti ini, banyak *competitor* yang berlomba dalam memasarkan produknya hingga ke manca Negara. Manajemen pemasaran memiliki fungsi yaitu :<sup>23</sup>

### a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran dalam manajemen pemasaran terbagi menjadi dua fungsi utama yakni, fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian berarti peran manajemen pemasaran berfungsi sebagai proses timbal balik dari aktivitas penjualan. Dengan begitu, di perlukan strategi khusus terutama pemahaman mengenai cara menarik konsumen untuk membeli. Sedangkan fungsi penjualan termasuk dalam aktivitas mempertemukan antara penjual dan pembeli yang bisa dilakukan secara langsung maupun melalui perantara.

### b. Fungsi fisis

Fungsi ini terfokus pada kegunaan waktu, lokasi, dan bentuk yang perlu di pertimbangkan pada suatu produk yang akan diangkut, diproses dan disimpan hingga sampai ke tangan konsumen. Jika tidak direncanakan dengan baik, maka perusahaan bisa mengalami kerugian besar akibat penanganan produk yang tidak berstandar.

### c. Fungsi penyediaan sarana

Fungsi lainnya yaitu sebagai penyediaan sarana yang akan berkaitan dengan segala kegiatan guna memperlancar operasional pemasaran. Fungsi penyediaan sarana mencakup segala proses pengumpulan, komunikasi, penyortiran, sesuai standar dan

pembiayaan. Penjelasan fungsi pemasaran ini terpadu dan saling mendukung antara lain:

a) Analisis pasar

Tidak semua perusahaan atau instansi memiliki bagian marketing dan penjualan yang formal, akan tetapi pasti memiliki dan melaksanakan berbagai elemen penting yang terdapat dalam aktivitas marketing dan penjualan yang tujuan utamanya membuat konsumen yang baru maupun lama tertarik kembali untuk menggunakan produk dan fasilitas yang ditawarkan. Untuk mengetahui peluang dan ancaman serta kebutuhan dan keinginan konsumen ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses kegiatan analisis pasar yaitu analisis terhadap peluang dan ancaman serta analisis perilaku konsumen.

b) Sgmentasi pasar

Sgmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar ke dalam kelompok yang berbeda dimana setiap kelompok memiliki ciri yang hampir sama. Dengan melakukan sgmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih terarah dan sumber daya di bidang pemasaran dapat digunakan lebih efektif dan efisien.

Sgmentasi pasar harus memenuhi syarat diantaranya: dapat diukur (*measurable*) baik besar maupun luas serta daya beli segmen pasar tersebut, dapat dicapai (*accessible*) sehingga dapat dilayani secara efektif, substansial sehingga dapat menguntungkan jika dilayani, dan dapat dilaksanakan (*actionable*) semua program yang telah dirancang untuk menarik dan melayani segmentasi pasar secara efektif dan efisien.

c) Menetapkan pasar sasaran

Menetapkan pasar sasaran berarti memberikan nilai keaktifan setiap bagian kemudian memilih salah satu dari bagian pasar atau lebih untuk dilayani. Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi: evaluasi bagian pasar (ukuran dan pertumbuhan bagian seperti data tentang usia nasabah, pendapatan, jenis kelamin dari setiap segmen), struktural yang menarik dilihat dari segi profitabilitas, dan sasaran serta sumber daya yang dimiliki.

d) Penempatan pasar

Perusahaan atau instansi yang baru harus mampu melakukan identifikasi posisi pesaing yang ada sebelum menentukan penempatannya sendiri. Kotler (1992) menerangkan ada dua pilihan yaitu:

- 1) Menempatkan diri di sebelah salah satu pesaing yang ada dan berjuang untuk mendapatkan bagian pasar. Pimpinan bisa melakukan ini jika merasa perusahaan atau instansi itu bisa membuat produk yang unggul, pasarnya luas, dan memiliki lebih banyak sumber daya.
- 2) Mengembangkan sebuah produk yang belum pernah ditawarkan pada pasar. Sebelum mengambil keputusan ini manajemen harus yakin bahwa secara teknis dapat membuat produk secara cepat, secara ekonomis dapat dibuat secara unggul pada tingkat harga yang telah direncanakan, serta jumlah konsumen yang menyukai produk tersebut memadai.

e) Perencanaan pemasaran

Aktivitas pemasaran (*marketing*) yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi penting untuk dikoordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan umum dan khusus dibidang pemasaran. Alat koordinasi dan pengarahan pemasaran tersebut adalah planning pemasaran.

Terlepas dari jenis gaya manajemen yang dianut oleh sebuah perusahaan dalam melakukan perencanaan harus melaksanakan empat tahapan sebagai berikut :

- 1) Menetapkan misi perusahaan
- 2) Mengenali unit-unit bisnis strategi perusahaan, menganalisis dan mengevaluasi portofolio bisnis yang ada.
- 3) Mengenali arena bisnis baru yang akan dimasuki

Dengan demikian disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran bertujuan untuk memberikan pendekatan yang sistematis dan rapi bagi perusahaan dengan cara :

- 1) Menyeimbangkan dan menyelaraskan kegiatan pemasaran yang menjamin tercapainya tujuan dan sasaran.
- 2) Menggunakan cara-cara berusaha di bidang pemasaran secara instensif dan optimal.
- 3) Pengendalian yang cepat, tepat, dan teratur atas catatan, gagasan atau pemikiran serta usaha-usaha atau aktivitas pemasaran dalam perusahaan.

### 3. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>24</sup>

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar

---

<sup>24</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan strategi* (Jakarta: PT BajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 81.

sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.<sup>25</sup>

Seperti halnya dalam tujuan bisnis yaitu menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan TQM, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Usaha manajemen dalam TQM diarahkan pada satu tujuan utama yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Apa saja yang dilakukan manajemen tidak ada gunanya jika akhirnya tidak menghasilkan peningkatan pada kepuasan pelanggan.<sup>26</sup> Intinya penerapan pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba perusahaan/ lembaga akan tetapi bagaimana menciptakan kepuasan bagi pelanggan atau konsumen sebagai bentuk tanggung jawab kepada stakeholder atas mutu dari outputnya.

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Definisi pemasaran tersebut didasarkan pada konsep-konsep pemasaran.

Konsep pemasaran antara lain:

a. Kebutuhan

Konsep dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan. Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan yang bukan hanya fisik tetapi juga rasa aman, aktualisasi diri, sosialisasi, penghargaan, dan kepemilikan. Semua kebutuhan berasal dari konsumen. Jika konsumen tidak puas maka akan mencari produk atau jasa lain yang dapat memberikan rasa puas serta memenuhi kebutuhan mereka.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, t.t.), Edisi ke Enam, hlm. 21.

<sup>26</sup> Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 101-102.

<sup>27</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Madrasah dan Madrasah* (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hlm. 259.

b. Keinginan

Keinginan merupakan kehendak yang kuat terhadap pemuas yang spesifik pada kebutuhan-kebutuhan yang mendalam.

c. Permintaan

Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.<sup>28</sup> Permintaan antara satu dengan yang lain itu berbeda-beda maka harus dapat memenuhi untuk penunjang keberhasilan terutama dalam sebuah pendidikan.

d. Produk

Produk merupakan hal paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi konsumen atau bisa diartikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>29</sup> Produk tidak hanya mencakup objek fisik, tetapi juga jasa, orang, tempat, organisasi ataupun gagasan.

e. Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan adalah selisih antara nilai total yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya total yang menyertai produk tersebut.<sup>30</sup>

f. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relative terhadap harapan pembeli. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan mutu. Day menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah

---

<sup>28</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 5

<sup>29</sup> TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 343.

<sup>30</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 260

pemakaiannya.<sup>31</sup> Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan kinerja atau hasil yang dirasakan.

g. Pertukaran

Pertukan adalah tindakan untuk memperoleh barang yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan.<sup>32</sup>

h. Transaksi

Transaksi merupakan unit dasar dari pertukaran. Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai diantara dua pihak. Transaksi meliputi beberapa beberapa hal yang bernilai yaitu, kesepakatan terhadap persyaratan, waktu dan tempat persetujuan.<sup>33</sup>

i. Hubungan

Hubungan adalah proses menciptakan, memelihara, dan meningkatkan hubungan erat yang bernilai dengan pelanggan dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya.

j. Jaringan

Terdiri dari perusahaan atau instansi dan semua pihak pendukung: pelanggan, *supplier*, distributor, pengecer, agen iklan, ilmuwan dan pihak lain yang bersama-sama dengan perusahaan yang telah membangun hubungan bisnis.

k. Pasar

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

l. Pemasar dan Calon Pembeli

Pemasar adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran tersebut. Calon pembeli merupakan seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *TQM*, hlm. 102.

<sup>32</sup> Ara hidayat dan Imam Machli, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 261.

<sup>33</sup> Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 8.

sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran tersebut.<sup>34</sup>

#### 4. Unsur- unsur Manajemen Pemasaran

Unsur pemasaran diklasifikasikan menjadi tiga unsur yaitu :

##### a. Unsur strategi persaingan (*mind share strategy*) meliputi :

###### 1) Segmentasi pasar

Yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Setiap konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.

###### 2) *Targeting*

Yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

###### 3) *Positioning*

Yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar kepada konsumen.

##### b. Unsur taktik pemasaran (*market share tactic*) meliputi :

###### 1) *Selling*, yaitu terkait dengan penjualan

###### 2) Diferensiasi, berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran di berbagai aspek perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan diferensiasi antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

###### 3) Bauran pemasaran, ini berkaitan dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat atau yang lebih dikenal dengan sebutan 4P yaitu *product, price, promotion, dan place* untuk bauran barang dan 7P yaitu *product (produk jasa), person (sumber daya manusia), place (tempat), promotion*

---

<sup>34</sup> Ara hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 261-261.

(promosi jasa), person (sumber daya jasa), dan process (manajemen layanan jasa) untuk pemasaran jasa.

c. Unsur pemasaran (*heart share*) yang berkaitan dengan *brand*, *service* dan *process*. Dalam pemasaran, merek (*brand*) mempunyai arti penting bagi konsumen, yaitu :

- 1) Sebagai identifikasi untuk membedakan antara produk satu dengan produk lain. Identifikasi diperlukan agar konsumen mempunyai kebebasan dalam memilih produk dan merek mana yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya
- 2) Sebagai generasi atas kualitas dan kinerja dari produk yang akan dibeli. Merek akan memberikan rasa percaya diri pada konsumen.
- 3) Merek memberi status dan image pada seseorang. Membeli produk dengan merek tertentu, sudah menunjukkan bagaimana status sosial seseorang.
- 4) Merek memberi arti emosional. Misalnya, fans sebuah klub bola akan rela membeli berbagai macam merchandise yang dijual dengan atribut klub bola tersebut.<sup>35</sup>

#### 5. Kegiatan Pemasaran

Dalam pemasaran ada beberapa kegiatan, diantaranya:<sup>36</sup>

- a. Periklanan, yaitu bagian dari pemasaran yang mampu membuat produk atau jasa diketahui oleh konsumen. Dalam hal ini, iklan harus berisi hal yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan.
- b. Publishitas, yaitu bentuk komunikasi nonpersonal tentang perusahaan atau instansi produk dan jasa. Dengan adanya publishitas kepercayaan pelanggan atau konsumen akan meningkat.
- c. Kemasan, yaitu bentuk promosi yang membuat produk terlihat lebih menarik sehingga menimbulkan kesan mendalam bagi

---

<sup>35</sup> Ara hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 258-259

<sup>36</sup> Jamal Ma'ruf Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Madrasah* (Yogyakarta: Diva Press, 2015), hlm. 65-67.

konsumen yang akhirnya membuat konsumen mau tertarik membeli produk tersebut.

- d. Penjualan personal, yaitu presentasi penyampain pesan-pesan promosi secara lisan melalui seorang tenaga penjual untuk mempengaruhi calon konsumen dengan tujuan membeli produk tersebut.

#### 6. Langkah-langkah Strategi Pemasaran Pendidikan

Menurut Ara Hidayat dan Imam Machali, untuk mencapai sasaran ada beberapa langkah-langkah strategi pemasaran yang dilakukan yaitu:

##### a) Identifikasi Pasar

Tahap pertama dalam pemasaran Madrasah/madrasah adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahap ini perlu dilakukan penelitian/riset pasar pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan, termasuk dalam tahap ini adalah pemetaan dari pihak Madrasah.

Dalam konteks pendidikan madrasah, identifikasi dapat dilakukan dengan melihat bahwa lembaga pendidikan madrasah sesungguhnya mempunyai kapasitas dan potensi besar dalam upaya ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mensukseskan program wajib belajar.<sup>37</sup>

Menurut barnawi identifikasi pasar adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan Madrasah bila dibandingkan dengan Madrasah pesaing.<sup>38</sup>

Identifikasi pasar merupakan suatu kegiatan penelitian pasar pendidikan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi pasar pendidikan dibandingkan dengan Madrasah pesaing.

##### b) Segmentasi Pasar dan *Positioning*

---

<sup>37</sup> Ara hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 279.

<sup>38</sup> Barnawi dkk. *Buku Pintar Mengelola Madrasah Swasta* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 24

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk berbeda. Sedangkan *Positioning* (pemosisian) merupakan karakteristik dan pembedaan produk nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya.<sup>39</sup>

Menurut Jamal Ma'mur Asmani, segmentasi yaitu cara memandang pasar secara kreatif. Segmentasi disebut juga strategi pemetaan dan bermanfaat untuk membagi kelompok pelanggan potensial dengan ciri-ciri serupa.<sup>40</sup>

Menurut Sutisna, segmen pasar yaitu strategi yang sangat penting dalam mengembangkan program pemasaran. Segmen pasar, mengharapkan usaha-usaha pemasaran yang dilakukan dapat mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif. Segmen pasar dikembangkan untuk memilih salah satu sasaran yang bisa diidentifikasi dari berbagai sudut pandang seperti demografi, geografi, dan psikografi.<sup>41</sup>

Segmentasi pasar adalah suatu kegiatan mengidentifikasi konsumen atau kelompok yang dibedakan berdasarkan tingkah laku dan karakter-karakter yang dapat dilihat dari demografi, geografi, dan psikografi yang berguna untuk mempermudah suatu kegiatan pemasaran pendidikan.

#### c) Diferensiasi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya Madrasah yang ada, orang tua siswa akan terlihat kesulitan memilih Madrasah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar Madrasah semakin

---

<sup>39</sup> Ara hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 280

<sup>40</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Madrasah*, hlm. 43

<sup>41</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rpsdakarya, 2003), hlm. 248

standar. Madrasah hendaknya memberikan tekanan yang berbeda dari Madrasah lainnya dalam bentuk kemasan yang menarik, seperti logo dan slogan.<sup>42</sup>

Menurut Kazmi, diferensiasi adalah proses untuk menciptakan penawaran yang berbeda dan dapat membedakan organisasi melalui sejumlah alat yang tersedia, sehingga dapat menambahkan nilai yang berbeda pada penawaran tersebut.<sup>43</sup>

## **B. Konsep Peserta Didik**

### **1. Pengertian Peserta Didik**

Menurut ketentuan undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, siswa atau peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.<sup>44</sup>

Oemar Hamalik mendefinisikan peserta didik sebagai suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan Nasional. Menurut Abu Ahmadi peserta didik adalah sosok manusia sebagai individu/pribadi (manusia seutuhnya). Individu diartikan sebagai orang/seorang yang tidak tergantung orang lain, dalam arti benar-benar seorang pribadi yang menentukan diri sendiri dan tidak terpaksa dari luar, mempunyai sifat dan keinginan sendiri.<sup>45</sup> Tanpa adanya peserta didik, sesungguhnya tidak akan terjadi proses pengajaran. Sebabnya ialah

---

<sup>42</sup> Ara Hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 281

<sup>43</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 63

<sup>44</sup> Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No 14 Tahun 2003 tentang Guru dan Dosen & Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 Tentang Sisdiknas*, (Bandung: Permana, 2006), hlm. 65

<sup>45</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 205

peserta didiklah yang membutuhkan pengajaran dan bukan guru, guru hanya berusaha memenuhi kebutuhan yang ada pada peserta didik.<sup>46</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, bisa dikatan bahwa peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya.

Sementara itu mengenai peserta didik berdasarkan peraturan Menteri Agama RI Bab IV pasal 16 menyatakan bahwa :

1. Peserta didik kelas 7 (tujuh) MTs wajib :
  - a. Lulus dan memiliki ijazah MI/Madrasah dasar (SD)/ Madrasah dasar luar biasa (SDLB) / program paket A atau bentuk lainnya yang sederajat
  - b. Memiliki surat keterangan hasil ujian Nasional (SKHUN) MI/SD/SDLB/program paket A atau bentuk lainnya yang sederajat; dan
  - c. Berusia paling tinggi 18 (delapan belas) tahun pada awal tahun pelajaran baru.
2. MTs wajib menerima warga Negara berusia 13 (tiga belas) tahun sampai 15 (lima belas) tahun sebagai peserta didik sesuai dengan jumlah dayaampungnya.
3. MTs wajib menyediakan akses bagi peserta didik yang berkebutuhan khusus.<sup>47</sup>

Kemudian ditambahkan dalam pasal 17 yang menyatakan bahwa :

1. Penerimaan peserta didik pada MTs dilakukan secara adil, objektif, transparan, dan akuntabel.

---

<sup>46</sup> Departemen Agama, *Wawasan Tugas Guru dan Tenaga Kependidikan*, (t.tp., Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, 2005), hlm. 47

<sup>47</sup> Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2013, *Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah*, (Jakarta: 2013), hlm. 7

2. MTs dapat menerima peserta didik pindahan dari Madrasah menengah pertama (SMP) / program paket B atau bentuk lain yang sederajat.

2. Kriteria Penerimaan Peserta didik

Yang dimaksud dengan kriteria adalah patokan-patokan yang menentukan bisa tidaknya seseorang untuk diterima sebagai peserta didik. Ada tiga macam kriteria penerimaan peserta didik.

Pertama, kriteria acuan patokan (*standard criterion referenced*), yaitu suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan atas patokan-patokan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini, Madrasah terlebih dahulu membuat patokan bagi peserta didik dengan kemampuan minimal setingkat dengan Madrasah yang menerima peserta didik.

Kedua, kriteria acuan normal (*norm criterion referenced*) yaitu, penerimaan calon peserta didik yang didasarkan atas keseluruhan prestasi calon peserta didik yang mengikuti seleksi. Dalam hal ini Madrasah menetapkan kriteria penerimaan berdasarkan prestasi keseluruhan peserta didik. Keseluruhan prestasi peserta didik dijumlah, kemudian dicari rata-ratanya. Calon peserta didik yang nilainya berada diatas rata-rata, digolongkan sebagai calon yang dapat diterima sebagai peserta didik. Sementara yang dibawah rata-rata termasuk peserta didik yang tidak diterima.

Ketiga, kriteria yang didasarkan atas daya tampung Madrasah. Pihak Madrasah akan terlebih dahulu menentukan berapa jumlah daya tampungnya, atau berapa calon peserta didik baru yang akan diterima. Setelah Madrasah menentukan, kemudian meranking prestasi siswa mulai dari yang berprestasi paling tinggi hingga paling rendah.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Madrasah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 45-46.

Penerimaan peserta didik termasuk salah satu aktivitas penting dalam manajemen peserta didik. Sebab aktivitas penerimaan ini menentukan seberapa kualitas input yang diterima oleh Madrasah tersebut.

### 3. Sistem dan Prosedur Penerimaan Peserta Didik

Dalam hal ini, sistem yang dimaksud lebih merujuk pada cara. Berarti, penerimaan peserta didik adalah cara penerimaan peserta didik baru. Pengelolaan penerimaan peserta didik baru harus dilakukan sedemikian rupa sehingga kegiatan belajar mengajar sudah dapat dimulai pada hari pertama setiap tahun ajaran baru.

Ada dua macam sistem penerimaan peserta didik baru. Pertama, menggunakan sistem promosi, sedangkan yang kedua menggunakan sistem seleksi.<sup>49</sup>

Pertama, yang dimaksud dengan sistem promosi adalah penerimaan peserta didik tanpa seleksi. Mereka yang mendaftar sebagai calon peserta didik disuatu Madrasah, diterima begitu saja. Karena itu, mereka yang mendaftar menjadi peserta didik tidak ada yang ditolak.

Kedua, sistem seleksi adalah proses pengambilan keputusan dimana individu dipilih untuk mengisi suatu jabatan yang didasarkan pada penilaian terhadap seberapa besar karakteristik individu yang bersangkutan, sesuai dengan persyaratan yang sudah ditentukan untuk jabatan tersebut.<sup>50</sup>

Seleksi merupakan suatu kegiatan pemilihan dan penentuan bagi pelamar yang diterima atau ditolak.<sup>51</sup> Sistem seleksi yang mana dilakukan setelah proses rekrutmen merupakan kegiatan untuk memperoleh siswa baru dengan cara menetapkan atau ditolak.

Sistem seleksi ini lazimnya dilakukan melalui dua tahap, yakni seleksi administratif dan seleksi akademik. Seleksi administratif

---

<sup>49</sup> Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 53

<sup>50</sup> Ara Hidayat, *Pengelolaan Pendidikan*, hlm. 163-164

<sup>51</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 177

adalah seleksi atas kelengkapan administratif calon, apakah kelengkapan yang dipersyaratkan dipenuhi atau tidak oleh calon. Jika tidak memenuhi persyaratan yang telah ditentukan, maka mereka tidak diterima dan tidak dapat mengikuti seleksi selanjutnya yaitu seleksi akademik.

Adapun seleksi akademik merupakan suatu aktivitas yang bermaksud untuk mengetahui kemampuan akademik calon peserta didik. Apakah calon tersebut diterima disuatu Madrasah atau tidak. Jika kemampuan prasyarat yang diinginkan oleh Madrasah tidak dapat terpenuhi, maka yang bersangkutan tidak diterima atau bisa dikatakan gagal masuk Madrasah tertentu. Sebaliknya, jika calon mampu memenuhi kemampuan prasyarat tersebut, maka yang bersangkutan lolos dan diterima sebagai peserta didik baru.<sup>52</sup>

Adapun prosedur penerimaan peserta didik baru adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru, rapat menentukan peserta didik baru, pembuatan, pengiriman pengumuman, pendaftaran peserta didik, seleksi, penentuan peserta didik yang diterima, pengumuman peserta didik baru dan registrasi peserta didik yang diterima.<sup>53</sup>

Secara lebih jelas, langkah-langkah rekrutmen peserta didik baru tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Pembentukan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru

Kegiatan pertama yang harus dilakukan oleh kepala Madrasah dalam penerimaan peserta didik baru adalah pembentukan panitia. Panitia ini dibentuk dengan maksud agar sedapat mungkin melaksanakan pekerjaannya. Susunan panitia penerimaan peserta didik baru antara lain :

---

<sup>52</sup> Eka prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, hlm. 54

<sup>53</sup> Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, hlm. 56

1) Ketua Umum

Ketua umum bertugas untuk bertanggung jawab secara umum atas pelaksanaan kegiatan penerimaan peserta didik baru sejak awal perencanaan sampai dengan selesai.

2) Ketua Pelaksana

Ketua pelaksana bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan penerimaan peserta didik baru sejak awal perencanaan sampai dengan selesai.

3) Sekretaris

Sekretaris bertanggung jawab atas resepsinya konsep menyeluruh mengenai penerimaan peserta didik baru.

4) Bendahara

Bertanggung jawab atas pemasukan dan pengeluaran anggota sebagai penunjang kegiatan penerimaan peserta didik baru dengan sepengetahuan ketua pelaksana.

5) Pembantu umum

Membantu ketua umum, ketua pelaksana, sekretaris, dan bendahara jika sedang dibutuhkan.

a) Seksi kesekretariatan

Bertugas membantu sekretaris dalam hal pencatatan, penyimpanan, pengadaan, pencarian kembali dan pengembalian konsep-konsep, keterangan dan data-data yang diperlukan dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru.

b) Seksi Pengumuman/ Publikasi

Seksi ini bertugas melakukan pengumuman penerimaan peserta didik baru sehingga dapat diketahui oleh banyak masyarakat khususnya calon peserta didik yang ingin mendaftar.

c) Seksi pendaftaran

Seksi ini bertugas untuk melakukan pendaftaran calon peserta didik baru berdasarkan ketentuan dan persyaratan yang telah ditentukan. Selain itu juga bertugas untuk melakukan pendaftaran ulang atas peserta didik yang telah dinyatakan lolos atau diterima.

d) Seksi pengawasan

Bertugas untuk mengatur jalannya kegiatan penerimaan peserta didik baru. Selain itu juga bertugas sebagai pengawas untuk panitia sehingga mereka melakukan tugas sesuai tugasnya masing-masing.

e) Seksi seleksi

Bertugas untuk mengadakan seleksi atas peserta didik berdasarkan ketentuan yang telah dibuat bersama.<sup>54</sup>

b. Rapat Penerimaan Peserta Didik

Penerimaan peserta didik baru merupakan pekerjaan rutin yang dilakukan setiap tahun, tetapi ketentuan yang berlaku pada saat kegiatan penerimaan harus senantiasa dibicarakan agar tidak dilupakan oleh mereka yang terlibat.

Dalam rapat penerimaan peserta didik baru, keseluruhan anggota panitia diperbolehkan mengajukan ide sesuai dengan kapasitas masing-masing. Aktivitas yang akan dilakukan harus dibicarakan setuntas mungkin sehingga setelah rapat selesai, seluruh anggota bisa langsung menindaklanjuti. Apa yang sudah ditentukan dalam rapat hendaknya tidak mentah-mentah, melainkan diikuti dengan langkah selanjutnya.

Hasil rapat panitia penerimaan peserta didik baru tersebut, dicatat dalam buku notulen rapat tersebut. Buku notulen rapat merupakan buku catatan tentang rapat yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan untuk membuat keputusan-

---

<sup>54</sup> Ali Imron, *Manajemen Peserta didik berbasis Madrasah*, (JAKARTA: BUMI AKSARA, 2012), hlm. 59

keputusan Madrasah.<sup>55</sup> Rapat penentuan ini tidak boleh terlewatkan, karena dengan adanya rapat ini bisa mengetahui siapa dan ada perkembangan apa saja yang didapat.

c. Pembuatan, dan Pengiriman Pengumuman

Setelah rapat mengenai penerimaan peserta didik berhasil mengambil keputusan-keputusan penting, sesi pengumuman memberikan informasi yang berisi hal-hal berikut :

- 1) Gambaran singkat mengenai Madrasah, meliputi sejarahnya, kelengkapan gedung, fasilitas Madrasah, tenaga kependidikan: guru, pustakawan, laborat, dan sebagainya.
- 2) Persyaratan pendaftaran peserta didik baru
- 3) Cara pendaftaran, meliputi pendaftaran secara kolektif melalui kepala Madrasah sebelumnya, pendaftaran visual oleh masing-masing calon pendaftar.
- 4) Waktu pendaftaran, yang memuat keterangan kapan waktu pendaftaran dimulai dan diakhiri.
- 5) Tempat pendaftaran yang menyatakan dimana saja calon peserta didik bisa mendaftarkan diri.
- 6) Berapa uang pendaftarannya, dan kepada siapa uang tersebut diserahkan.
- 7) Waktu dan tempat seleksi dilakukan.
- 8) Kapan pengumuman hasil seleksi di umumkan, dan dimana calon peserta didik tersebut dapat memperolehnya.<sup>56</sup>

Pengumuman yang telah dibuat hendaknya ditempelkan pada tempat yang strategis agar dapat dibaca oleh para calon peserta didik, selain itu. Pengumuman dapat juga dikirimkan ke Madrasah tempat peserta didik berada.

d. Pendaftaran calon peserta didik baru

---

<sup>55</sup> Eka prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, hlm 59.

<sup>56</sup> Ali Imron, *Manajemen peserta Didik berbasis Madrasah*, hlm. 54-55

Yang harus disediakan pada saat pendaftaran peserta didik baru adalah loket pendaftaran, loket informasi, dan formulir pendaftaran. Formulir pendaftaran dimaksud untuk mengetahui untuk mengetahui identitas calon dan untuk kepentingan pengisian buku induk Madrasah.<sup>57</sup>

Yang harus disiapkan di loket pendaftaran ini adalah seorang petugas yang mengatur antrian calon peserta didik. Khusus mengenai pengambilan formulir pendaftaran, hendaknya diatur, mereka yang datang lebih dahulu di depan, menyusul yang datang kemudian. Loket ini juga memberikan keterangan dan informasi kepada calon peserta didik yang mengalami kesulitan, baik kesulitan dalam hal pengisian formulir maupun kesulitan teknis.

Formulir hendaknya disediakan secukupnya berdasarkan antisipasi awal. Semakin banyak formulir yang terdistribusi berarti semakin besar peluang untuk mendapatkan siswa sesuai dengan yang diinginkan. Dan jika pengisian formulir tersebut membutuhkan penjelasan, maka Madrasah dapat menerbitkan petunjuk pengisian formulir.<sup>58</sup> Isi dalam formulir hendaknya diperjelas supaya peminatnya tidak sering bertanya.

#### e. Seleksi Peserta Didik Baru

Seleksi peserta didik baru selain menggunakan raport dan Ujian Akhir Madrasah, dan Ujian Nasional, juga dapat menggunakan tes. Dimana tes merupakan alat untuk mengetahui kemampuan calon peserta didik baru, dan tes ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kemampuan mereka.

Dalam tes ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu mengatur pengawas tes dan peserta tes. Pengawas tes perlu diatur agar mereka dapat mengerjakan tugasnya sesuai dengan yang ditentukan. Para pengawas ini, sebelum melaksanakan tugasnya

---

<sup>57</sup> B. Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan Di Madrasah* (Yogyakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm. 76

<sup>58</sup> Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Ddidik*, hlm. 61

perlu diberi arahan terlebih dahulu mengenai apa yang mereka boleh lakukan dan yang tidak boleh dilakukan pada saat pelayanan tes.<sup>59</sup> Peserta tes juga harus diatur agar mampu mengikuti seleksi dengan baik dan mau mengikuti tata tertib yang berlaku sehingga Madrasah juga bisa mendapatkan calon peserta didik yang unggul sesuai dengan yang ditentukan.

f. Penentuan Peserta Didik Yang Diterima

Umumnya yang menjadi pertimbangan utama Madrasah adalah berapa daya tampung kelas baru tersebut, sebab apapun jenis seleksi yang dipergunakan, ketentuan penerimanya masih berdasarkan daya tampung kelas baru.

Hasil penerimaan peserta didik berupa tiga macam kebijakan Madrasah, yakni peserta didik yang diterima, peserta didik cadangan dan peserta didik yang tidak diterima. Hasil penentuan demikian, kemudian diumumkan.

Ada dua macam pengumuman yaitu, pengumuman tertutup dan terbuka. Yang dimaksud pengumuman tertutup adalah suatu pengumuman tentang diterima tidaknya seseorang menjadi peserta didik secara tertutup melalui surat, dalam pengumuman sistem tertutup ini, umumnya surat pemberitahuan atas pengumuman berguna untuk mendaftar ulang menjadi peserta didik di Madrasah tersebut.

Adapun yang dimaksud dengan sistem terbuka adalah pengumuman secara terbuka mengenai peserta didik yang diterima dan menjadi cadangan, pengumuman demikian ditempelkan di papan pengumuman Madrasah. Yang dicantumkan terbatas nomor-nomor ujian tes atau yang diterima dan cadangan saja.<sup>60</sup> Adapun tujuan dari pengumuman adalah agar kesempatan dan syarat

---

<sup>59</sup> Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Madrasah*, hlm. 60.

<sup>60</sup> Ali imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Madrasah*, hlm. 66-67.

pendaftaran calon peserta didik baru diketahui oleh masyarakat luas khususnya para orang tua yang berkepentingan.

g. Pendaftaran Ulang

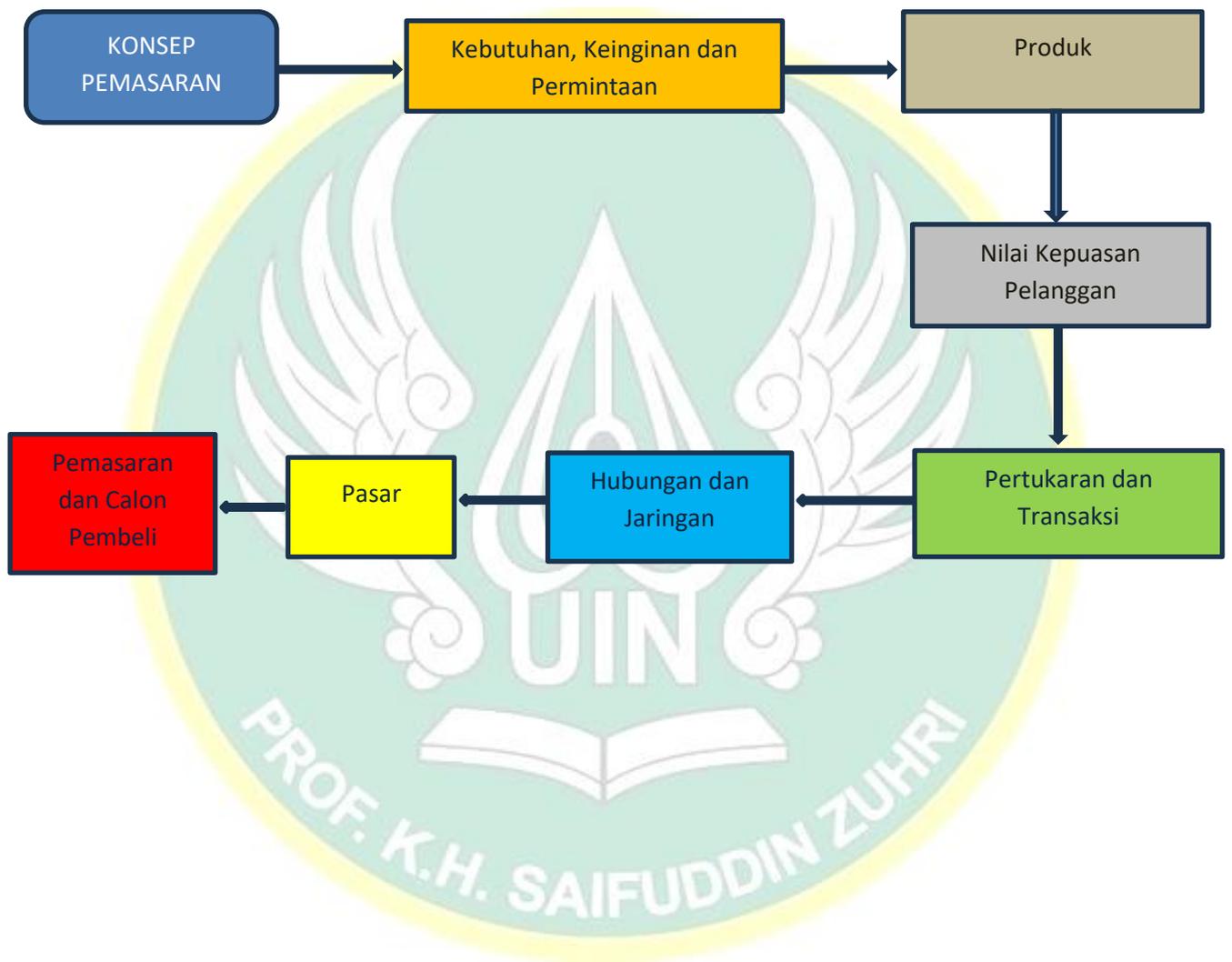
Calon peserta didik yang dinyatakan diterima harus melakukan pendaftaran ulang dengan memenuhi persyaratan dan kelengkapan yang diminta oleh Madrasah. Madrasah harus menentukan batas waktu pendaftaran ulang dimulai dan ditutup. Jika pendaftaran ulang sudah dinyatakan ditutup, maka calon peserta didik yang tidak mendaftar ulang dinyatakan gugur, kecuali yang bersangkutan memberi keterangan yang tepat mengenai alasan keterlambatan dalam mendaftar ulang.

Demikian juga mereka yang dinyatakan cadangan, ada saat kapan dipanggil untuk mendaftar ulang. Pemanggilan demikian, juga sekaligus mencantumkan kapan batas waktu pendaftaran dibuka dan kapan batas pendaftaran ditutup. Cadangan yang dipanggil untuk mendaftar ulang ini juga harus memenuhi kelengkapan-kelengkapan yang dipersyaratkan oleh Madrasah. Peserta didik yang mendaftar ulang dicatat dalam buku induk Madrasah. Yang dimaksud buku induk Madrasah adalah buku yang memuat data penting mengenai peserta didik di Madrasah tersebut.<sup>61</sup> Peserta yang sudah dicantumkan atau sudah dinyatakan diterima wajib untuk mendaftar ulang.

---

<sup>61</sup> Eka prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, hlm. 65.

Bagan Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai pada skripsi ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode yang dipakai dalam penelitian pada keadaan obyek secara natural, dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilaksanakan dengan cara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi.<sup>62</sup>

Penelitian kualitatif menggunakan data berbentuk catatan, naskah, dokumen lapangan, dokumen pribadi, serta dokumen resmi. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak didapatkan melalui langkah kuantitatif.

Penelitian kualitatif menjelaskan dan menggambarkan secara rinci fenomena yang ada di lapangan. Pendekatan deskriptif yang dipakai pada penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat tertentu di lapangan.<sup>63</sup>

Adapun jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilaksanakan di lapangan atau di lokasi yang dipilih sebagai tempat dalam menganalisis tanda-tanda objektif yang ada ditempat penelitian, yang digunakan untuk menyusun laoran ilmiah.<sup>64</sup>

Penelitian kualitatif dilaksanakan peneliti dengan berangkat langsung ke lokasi untuk mengawasi suatu fenomena pada satu kondisi

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm 15.

<sup>63</sup> Wina sanjaya, penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013), hlm. 59

<sup>64</sup> Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 96.

ilmiah. Kegiatan penelitian kualitatif menyangkut beberapa upaya penting, misalnya memberikan pertanyaan-pertanyaan serta langkah-langkah, pengumpulan data yang khusus dari para partisipan, penganalisisan data dengan induktif dimulai dari tema-tema khusus ke umum, serta menerjemahkan arti data.<sup>65</sup>

Berdasarkan pada permasalahan yang diamati, maka penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan, dikarenakan pada penelitian ini menyelidiki dan mendeskripsikan semua informasi terkait strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangko Kabupaten Purbalingga.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ialah tempat dimana peneliti melaksanakan penelitian untuk memperoleh berbagai data yang dibutuhkan. Penelitian ini dilaksanakan di MTs Ma'arif NU 08 Panican yang beralamat di Jl. Raya Panican No.184, Dusun II, Panican, Kec. Kemangkon, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, 53381.

## **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah semua hal yang menjadi sumber atau informasi dalam penelitian. Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini antara lain :

### 1) Kepala MTs Ma'arif NU 08 Panican

Kepala Madrasah sebagai leader yang secara umum mempunyai tugas memimpin dan mengelola secara keseluruhan kegiatan-kegiatan penyelenggaraan pendidikan di Madrasah. Penelitian ini melibatkan kepala MTs Ma'arif NU 08 Panican sebagai subjek penelitian dan sumber data utama guna mendapatkan informasi

---

<sup>65</sup> John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), hlm. 4

yang dibutuhkan. Dari kepala Madrasah, penulis dapat memperoleh informasi bagaimana strategi perencanaan dan bentuk pemasaran pendidikan yang dilakukan di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Dalam hal ini, kepala madrasah MTs Ma'arif NU 08 Panican adalah Torik Jahidin S.Pd.I.,M.Pd.I.

#### 2) Penanggung Jawab Kesiswaan

Penanggung jawab kesiswaan merupakan seseorang yang membidangi terkait persoalan kesiswaan, dari beliau penulis dapat memperoleh informasi terkait perkembangan peminat dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap MTs Ma'arif NU 08 Panican. Penanggung jawab kesiswaan di MTs Ma'arif NU 08 Panican adalah Mangesti Ma'rifati, S.Pd

Penanggung jawab kesiswaan merupakan pihak pendukung ketika peneliti melaksanakan penelitian terkait manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Melalui penanggung jawab kesiswaan, diperoleh informasi tentang bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

#### 3) Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Panitia peserta didik baru adalah sebuah panitia yang ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan mulai dari mencari dan menerima calon peserta didik baru. Dari kepanitiaan ini, penulis memperoleh informasi terkait prosedur dalam pemasaran pendidikan dan penerimaan peserta didik baru. Dalam hal ini, penulis mendapatkan informasi dari ketua panitia yaitu Ummul Marifah dan anggota.

#### 4) Guru dan Karyawan

Bagian yang tidak dapat di pisahkan dari struktur Madrasah yakni guru dan karyawan yang dari merek penulis memperoleh data keterlibatannya dalam rangka manajemen pemasaran pendidikan

sehingga MTs Ma'arif NU 08 Panican mampu dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas.

#### **D. Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan objek strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>66</sup> Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Adapun teknik penelitian data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Observasi merupakan salah satu proses dalam penelitian yang dipakai untuk pengumpulan data.<sup>67</sup> Metode ini digunakan untuk mengamati dari dekat, terkait bagaimana strategi manajemen pemasaran di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Dari segi kegiatan pelaksanaan pengumpulan data, observasi terbagi menjadi dua yaitu observasi partisipatif dan observasi nonpartisipatif. Selain itu dari segi instrumentasi yang dipakai, observasi terbagi menjadi observasi terstruktur serta tidak terstruktur.

Dalam metode observasi ini, penulis menggunakan observasi partisipatif, Karena penulis meneliti subjek dan objek penelitian yang diamati secara langsung. Sedangkan dari instrumentasi yang digunakan adalah observasi terstruktur, karena observasi ini

---

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm. 308.

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, hlm. 310.

dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan di observasikan. Dalam melakukan pengamatan penulis tidak menggunakan instrumen yang telah baku tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan.

Dalam observasi ini penulis menggunakan teknik observasi langsung, dimana penulis *face to face* dengan pihak subjek penelitian yakni kepala Madrasah, penanggung jawan kesiswaan, guru dan karyawan. Teknik observasi demikian dipilih karena hakekatnya yang memungkinkan untuk dapat menggerakkan penulis dengan subjek penelitian dan juga memperoleh pengalaman langsung dalam proses manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru sehingga mampu menemukan hal-hal yang tidak terungkap dari informan wawancara karena biasanya ada hal yang ditutup-tutupi.

Peneliti melaksanakan observasi awal pada tanggal 28 Oktober 2021 dengan mengamati letak geografis MTs Ma'arif NU 08 Panican serta terkait data-data madrasah terutama mengenai penerimaan peserta didik baru. Berikutnya, observasi kedua dilaksanakan pada tanggal 5 November 2021 guna mengamati serta mencatat mengenai penerimaan peserta didik di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Saat di lapangan, peneliti akan menggunakan beberapa alat bantu seperti perekam audio maupun visual untuk mendapatkan data yang lengkap. Hal tersebut untuk menyempurnakan data yang didapatkan agar lengkap sesuai dengan rambu penelitian.

Tabel 1  
Kisi-Kisi Observasi

NO	Objek Observasi	Indikator
1.	Strategi Manajemen Pemasaran	1.1 kondisi lingkungan Madrasah 1.2 personalitas kepala Madrasah dalam proses pemasaran

		<p>1.3 personalitas guru dalam proses pemasaran</p> <p>1.4 hubungan antara kepala Madrasah dengan guru dan karyawan dalam proses pemasaran</p> <p>1.5 hubungan antara guru dan pihak yayasan dalam proses pemasaran</p>
2.	Penerimaan Peserta Didik Baru	<p>1.1 Personalitas panitia penerimaan peserta didik dalam proses penerimaan peserta didik baru</p> <p>1.2 Hubungan antar panitia didalam proses penerimaan peserta didik baru</p> <p>1.3 Hubungan antara panitia dengan wali siswa dalam penerimaan peserta didik baru</p> <p>1.4 Proses penerimaan peserta didik baru.</p>

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui cara tatap muka langsung dengan seseorang yang menjadi sumber data.<sup>68</sup> Metode ini penulis gunakan untuk melakukan *interview* dengan Kepala Madrasah, panitia penerimaan peserta didik baru, guru dan karyawan guna memperoleh data yang berhubungan

<sup>68</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, hlm. 89

dengan strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik di MTs Ma'arif NU 08 Panican kecamatan kemangkon kabupaten purbalingga.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara jenis ini adalah untuk mengemukakan permasalahan secara lebih terbuka dan merasa nyaman. Pada saat wawancara, pengumpulan data dapat menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar. Penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data berupa instrument yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada kepala Madrasah, penanggung jawab kesiswaan, panitia penerimaan peserta didik baru, dan juga guru beserta karyawan MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga.

Sebelum melakukan wawancara, penulis melakukan beberapa langkah agar wawancara berjalan lancar, yaitu :

- a) Menentukan terwawancara (narasumber), dalam hal ini Kepala Madrasah, penanggung jawab kesiswaan, panitia penerimaan peserta didik baru, guru dan karyawan serta wali murid dari calon peserta didik baru.
- b) izin dengan subjek penelitian dan membuat kesepakatan untuk menentukan waktu, tempat dan alat yang digunakan dalam wawancara.
- c) Menyusun materi wawancara yang nantinya sebagai panduan agar fokus pada informasi yang dibutuhkan.

Wawancara dilakukan dengan bapak Torik Jahidin, S.Pd.I.,M.Pd.i. selaku kepala MTs Ma'arif NU 08 Panican mengenai bagaimana strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan jumlah penerimaan peserta didik baru pada tanggal 31 Oktober 2021 di MTs Ma'arif NU 08 Panican, wawancara selanjutnya dengan penanggung jawab kesiswaan Ibu Mangesti Ma'rifati mengenai bagaimana strategi

manajemen pemasaran yang digunakan dalam penerimaan peserta didik baru pada tanggal 3 November 2021 di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Tabel 2  
Kisi-kisi Wawancara

NO	Objek Penelitian	Indikator	Objek Wawancara
1.	Strategi Manajemen Pemasaran	1.1 Strategi pemasaran dalam Madrasah 1.2 Strategi pemasaran di luar Madrasah 1.3 Strategi pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru	Kepala Madrasah, Guru dan Karyawan MTs Ma'arif NU 08 Panica
2.	Penerimaan Peserta Didik Baru	2.1 Keterlibatan guru dalam penerimaan peserta didik baru 2.2 Proses penerimaan peserta didik baru 2.3 Kecenderungan sukses atau tidak dalam penerimaan peserta didik baru 2.4 Faktor penghambat dan pendukung dalam	Kepala Madrasah, Guru, Karyawan dan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

		penerimaan peserta didik baru	
--	--	-------------------------------	--

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>69</sup>

Dokumentasi ini digunakan untuk mencari teori-teori, konsep-konsep dan data lapangan sesuai dengan fokus penelitian ini. Data yang terkumpul selanjutnya dipilih dan dipilah untuk kemudian disistematisasi.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tentang struktur organisasi Madrasah, sara dan prasarana, keadaan guru dan peserta didik, profil, sejarah dari MTs Ma'arif NU 08 Panican, arsip mengenai manajemen pemasaran pendidikan, foto-foto yang diambil penulis pada saat pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dan sebagainya.

#### F. Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan suatu aktivitas dalam pengaturan urutan data, pengorganisasiannya terhadap suatu pola, kategori serta satuan dasar, yang berikutnya dilanjutkan dengan penafsiran (interpretasi) data.<sup>70</sup> Setelah penulis memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, maka untuk menganalisa data yang diperoleh dari penelitian, penulis menggunakan cara berfikir dengan teknik analisis data kualitatif. Aktivitas dalam menganalisa data kualitatif dilakukan secara terus menerus dan

<sup>69</sup> Suharsimi, *Arikunto, Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 236.

<sup>70</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm.

dilakukan sampai tuntas. Hal ini dilakukan dengan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi, display, kesimpulan atau verifikasi.<sup>71</sup>

Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilaksanakan yaitu dengancara wawancara terhadap subyek penelitian dan selanjutnya observasi untuk menunjukkan hasil wawancara serta berkas terkait penelitian ini dan pengambilan dokumen seperti foto, arsip, dan gambar terkait penerimaan peserta didik di madrasah. Data yang diperoleh peneliti dari observasi, wawancara, dan dokumentasi selanjutnya akan dicatat dalam catatan lapangan.

#### 2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu.<sup>72</sup> Data yang didapatkan dari lapangan sangat banyak, oleh karenanya perlu adanya pencatatan yang rinci dan teliti. Dengan direduksinya data tersebut akan memberikan perkiraan yang lebih jelas serta memudahkan peneliti dalam pengambilan data selanjutnya. Setelah data di proses kemudian tindakan selanjutnya adalah penyajian data.

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

Setelah data direduksi, tahap berikutnya yaitu menyajikan data. Penyajian data merupakan teknik mengorganisir serta menyusun bentuk interaksi antara satu data deangan data yang lainnya, sehingga semakin mudah dipahami. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilaksanakan dengan uraian singkat, bagan, keterkaitan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.<sup>73</sup> Data-data yang tersusun dengan

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm. 273.

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, hlm. 273.

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, hlm. 341

benar dalam penyajian data memungkinkan penulis untuk menarik kesimpulan dengan benar juga.

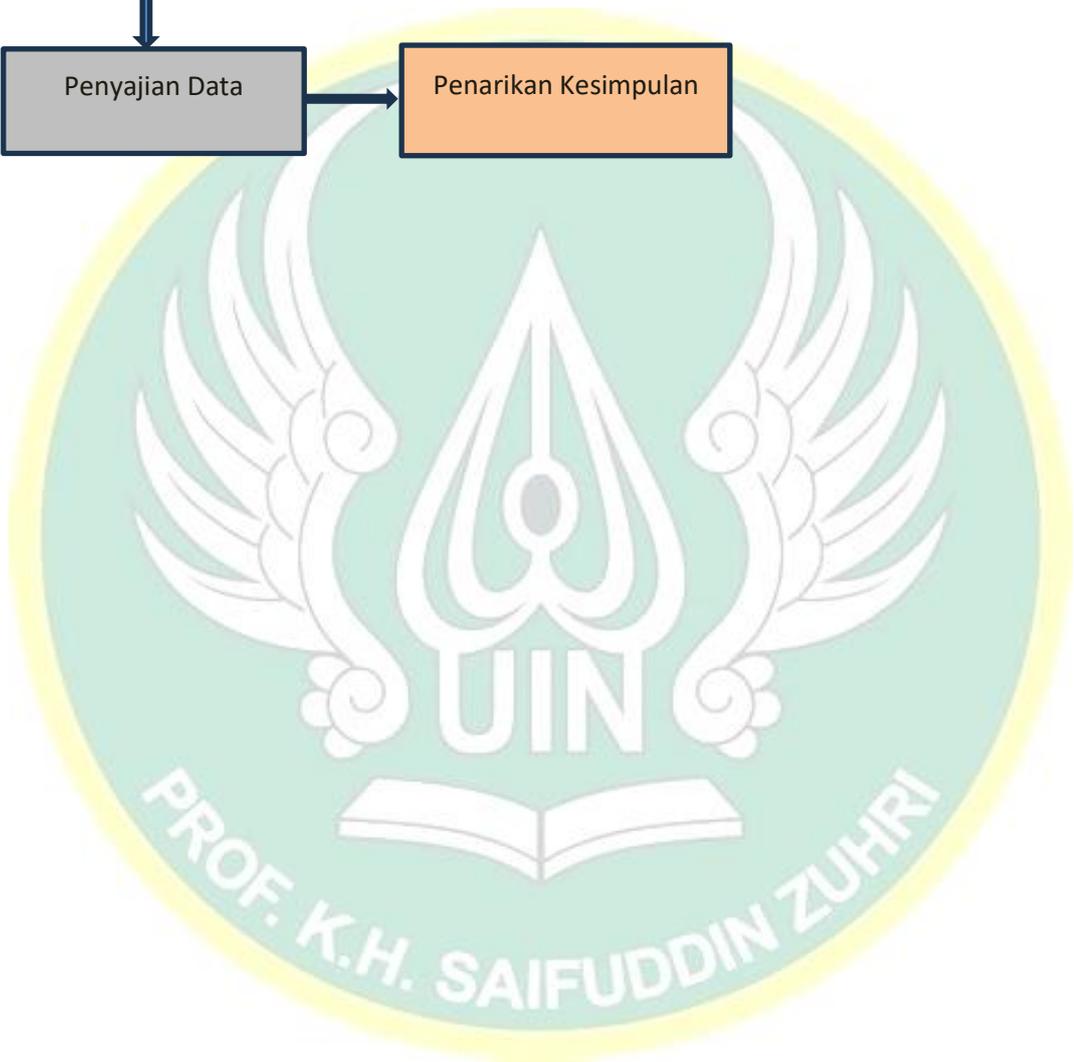
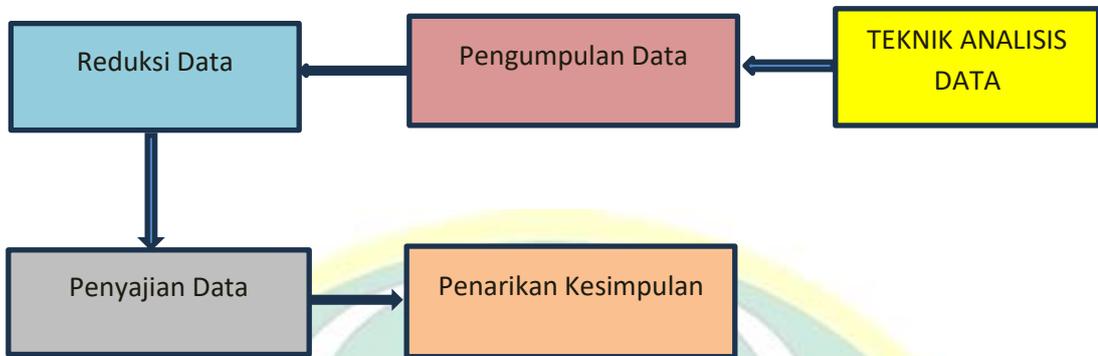
4. Penarikan Kesimpulan (*Concluding Drawing*)

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan juga dilakukan verifikasi guna menentukan kebenaran dari apa yang telah ditafsirkan dan disimpulkan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar sehingga diteliti menjadi jelas.



### Bagan Analisis Data Manajemen Pemasaran



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkön Kabupaten Purbalingga**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, peneliti mencoba menggambarkan manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik di MTs Ma'arif NU 08 Panican dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun cara manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik di MTs Ma'arif NU 08 Panican yaitu sebagai berikut:

##### **1. Identifikasi Pasar**

- a. Profil Demografis Calon Peserta Didik yang mana lebih memilih kepada pendidikan yang berupa keagamaan

MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah sebuah lembaga pendidikan Islam yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas kepada calon peserta didiknya. Salah satu langkah penting dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah melakukan identifikasi pasar dengan menggali profil demografis calon peserta didik. Identifikasi ini sangat penting untuk memahami karakteristik calon peserta didik dan memberikan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.<sup>74</sup>

Dalam identifikasi pasar, aspek demografis menjadi salah satu fokus utama. Calon peserta didik MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki latar belakang sosial ekonomi yang beragam. Namun, yang menarik adalah bahwa mayoritas peserta didik di sana lebih berfokus pada aspek keagamaan dalam pendidikan mereka. Hal ini tercermin dalam latar belakang sosial ekonomi peserta didik, di mana banyak di antara mereka berasal dari keluarga dengan tingkat keagamaan yang tinggi.

---

<sup>74</sup> Observasi Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 28 Oktober 2021

Hal tersebut sesuai dengan pendapat kepala sekolah yang mengatakan bahwa:

Tentu. MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah sekolah yang terletak di daerah pedesaan. Sebagian besar calon peserta didik kami berasal dari desa-desa sekitar dan beberapa dari kecamatan terdekat. Kebanyakan peserta didik yang mendaftar adalah mereka yang tinggal dalam jarak tempuh yang cukup dekat dengan sekolah, karena ini memudahkan mereka dalam mengakses pendidikan. Faktanya, sebagian besar peserta didik kami adalah warga setempat, dan sekolah ini menjadi pilihan utama bagi mereka. Beberapa dari mereka mungkin juga sebelumnya telah mengikuti pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah di desa atau di madrasah-madrasah setempat, sehingga memilih untuk melanjutkan pendidikan mereka di sini. Hal ini juga berkaitan dengan preferensi orang tua untuk pendidikan yang berfokus pada nilai-nilai agama.<sup>75</sup>

Salah satu hal yang menonjol adalah bahwa banyak orang tua di wilayah ini lebih memilih untuk mendaftarkan anak-anak mereka di madrasah seperti MTs Ma'arif Nu 08 Panican daripada Madrasah formal. Alasan utama di balik keputusan ini adalah bahwa di madrasah, jam pelajaran keagamaan lebih banyak daripada di Madrasah formal. Ini mencerminkan keinginan kuat orang tua untuk memberikan pendidikan agama yang mendalam kepada anak-anak mereka. Hal tersebut selaras dengan ungkapan dari Ibu Ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

“Selamat sore juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda dalam penelitian ini. Dalam hal identifikasi pasar, kami melakukan analisis terhadap karakteristik calon peserta didik yang mendaftar ke MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Secara demografi, kita melihat bahwa banyak calon peserta didik memiliki latar belakang sosial ekonomi yang lebih berfokus kepada aspek keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan sekolah Umum. Salah satu alasannya adalah karena jam pelajaran keagamaan di madrasah lebih banyak dan dianggap lebih penting dalam pendidikan mereka. Sebagian besar

---

<sup>75</sup> Wawancara bersama Bapak Torik Jahidin selaku Kepala Madrasah Mts Maarif NU 08 Pacinan pada tanggal 31 Oktober 2021

calon peserta didik kami juga memiliki minat dan motivasi yang tinggi dalam aspek keagamaan.”<sup>76</sup>

Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan sekolah Umum. Salah satu alasannya adalah karena jam pelajaran keagamaan di madrasah lebih banyak dan dianggap lebih penting dalam pendidikan mereka. Sebagian besar calon peserta didik kami juga memiliki minat dan motivasi yang tinggi dalam aspek keagamaan.

Keberfokusan pada pendidikan agama ini juga tercermin dalam kurikulum MTs Ma’arif Nu 08 Panican. Madrasah ini memberikan penekanan khusus pada mata pelajaran agama, termasuk pelajaran tentang Islam, Al-Qur'an, dan hadits. Selain itu, mereka juga mengintegrasikan nilai-nilai agama Islam ke dalam mata pelajaran lain, sehingga pendidikan agama menjadi bagian tak terpisahkan dari pengalaman belajar peserta didik. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara bersama dengan kepala Madrasah yang mengatakan bahwa:

“Sementara dari segi latar belakang sosial ekonomi, kami telah mencatat bahwa peserta didik di sini lebih berfokus pada aspek keagamaan. Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan Madrasah formal. Salah satu alasannya adalah karena di madrasah, jam pelajaran keagamaan lebih banyak dan lebih menekankan nilai-nilai agama dalam pendidikan. Oleh karena itu, kami melihat latar belakang sosial ekonomi peserta didik cenderung beragam, dengan penekanan kuat pada nilai-nilai keagamaan.”<sup>77</sup>

Hal di atas juga di perkuat dengan pendapat dari Ibu Ummul Ma’rifati selaku marketing Madrasah yang mengatakan bahwa:

“Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan Madrasah Umum. Salah satu alasannya adalah karena jam pelajaran keagamaan di madrasah lebih banyak dan dianggap lebih penting dalam pendidikan mereka. Sebagian besar calon peserta didik

---

<sup>76</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021

<sup>77</sup> Wawancara bersama dengan bapak Torik Jahidin S.Pd.I,M.Pd.I selaku Kepala Madrasah MTs Maarif NU 08 Pacinan pada tanggal 31 Oktober 2021

kami juga memiliki minat dan motivasi yang tinggi dalam aspek keagamaan.”<sup>78</sup>

Selain aspek keagamaan, MTs Ma’arif NU 08 Panican juga memperhatikan aspek lain dari identifikasi pasar. Mereka mencatat bahwa sebagian besar peserta didik berasal dari lingkungan sosial ekonomi yang menengah ke bawah. Oleh karena itu, Madrasah ini berupaya untuk membuat pendidikan berkualitas tersedia dan terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Mereka menawarkan berbagai program beasiswa dan bantuan keuangan kepada keluarga yang membutuhkan untuk memastikan bahwa pendidikan di MTs Ma’arif NU 08 Panican tidak hanya menjadi hak, tetapi juga akses yang inklusif.

Dalam hal fasilitas dan sarana pendidikan, MTs Ma’arif NU 08 Panican terus berinvestasi untuk memberikan lingkungan belajar yang nyaman dan mendukung. Mereka memiliki perpustakaan yang lengkap, laboratorium komputer, serta fasilitas olahraga yang memadai. Semua ini bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar yang holistik dan memastikan bahwa peserta didik memiliki akses ke sumber daya yang mereka butuhkan untuk meraih kesuksesan.<sup>79</sup>

Selain itu, MTs Ma’arif NU 08 Panican juga memperhatikan pengembangan karakter peserta didik. Mereka mengintegrasikan pendidikan karakter ke dalam kurikulum mereka, dengan penekanan pada nilai-nilai seperti kejujuran, kepedulian, dan kerja sama. Mereka percaya bahwa pendidikan tidak hanya tentang pengetahuan akademis, tetapi juga tentang pembentukan karakter yang kuat dan moral yang baik.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan, MTs Ma’arif NU 08 Panican juga terus melakukan peningkatan dalam metode pengajaran dan sumber daya manusia. Mereka mengadakan pelatihan

---

<sup>78</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021

<sup>79</sup> Observasi pada tanggal 28 Oktober 2021

rutin untuk guru-guru mereka, menghadirkan pembicara tamu, dan berkolaborasi dengan berbagai lembaga pendidikan untuk mendapatkan wawasan dan praktik terbaru dalam dunia pendidikan.

Di MTs Ma'arif NU 08 Panican, pendidikan bukan hanya sekadar transfer pengetahuan dari guru ke peserta didik. Lebih dari itu, pendidikan di sini adalah proses pembentukan karakter, pengembangan potensi, dan pemberian pemahaman mendalam tentang agama. Dengan identifikasi pasar yang matang dan pemahaman yang mendalam tentang calon peserta didik, MTs Ma'arif NU 08 Panican terus berkomitmen untuk memberikan pendidikan yang relevan, bermakna, dan berkualitas bagi generasi muda, sehingga mereka dapat tumbuh menjadi individu yang berkontribusi positif bagi masyarakat dan umat.

b. Profil Geografis Calon Peserta Didik ymana lebih banyak dari madrasah Ibtidaiyah dari pada Madrasah Dasar

Penting untuk dicatat bahwa identifikasi profil geografis calon peserta didik adalah langkah awal yang sangat penting dalam merancang program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik siswa. Berikut ini akan kami bahas lebih lanjut tentang temuan dalam profil geografis calon peserta didik MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Salah satu temuan utama dalam identifikasi pasar ini adalah bahwa sebagian besar calon peserta didik berasal dari desa-desa tetangga dan kecamatan yang berdekatan dengan MTs Ma'arif NU 08 Panican. Ini menunjukkan bahwa Madrasah ini memiliki daya tarik yang kuat di antara komunitas lokal. Dalam konteks ini, penting untuk memahami mengapa orang tua lebih memilih MTs Ma'arif NU 08 Panican daripada Madrasah dasar yang lebih dekat dengan tempat tinggal mereka. Hal tersebut selaras dengan ungkapan ibu Ummul Ma'rifati yang mengatakan:

“Untuk profil geografis calon peserta didik, kami mengumpulkan data mengenai asal calon peserta didik saat mereka mendaftar. Kami mencatat daerah asal mereka, apakah itu kecamatan atau

desa. Data ini membantu kami memahami asal usul geografis calon peserta didik dan seberapa jauh jarak tempuh mereka ke sekolah. Penting untuk dicatat bahwa banyak calon peserta didik kami berasal dari desa-desa tetangga dan kecamatan sekitar. Ini bisa disebabkan oleh fakta bahwa di wilayah kami, madrasah ibtidaiyah lebih banyak dibandingkan dengan sekolah dasar, sehingga banyak anak-anak yang melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah di madrasah, termasuk di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.”<sup>80</sup>

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama dengan kepala Madrasah yang mengatakan bahwa:

“Dalam hal profil psikografis, kami melihat bahwa orang tua calon peserta didik memiliki harapan yang kuat terkait pendidikan agama. Mereka menginginkan anak-anak mereka memiliki kemampuan menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini menjadi prioritas bagi mereka, dan sebagai sekolah, kami memberikan perhatian serius terhadap pengajaran dan penghafalan Al-Qur'an. Selain itu, orang tua juga mengharapkan pendidikan yang menekankan nilai-nilai agama dan etika moral. Mereka ingin anak-anak mereka mendapatkan pemahaman yang baik tentang agama dan tumbuh sebagai individu yang berakhlak baik. Oleh karena itu, kami memiliki program-program pendidikan yang menekankan pendidikan agama dan moralitas sebagai bagian integral dari kurikulum kami. Kebutuhan psikografis lainnya termasuk minat peserta didik dalam hal pembelajaran agama dan keinginan mereka untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas dalam lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan moral mereka.”<sup>81</sup>

Salah satu alasan utama di balik preferensi ini adalah ketersediaan Madrasah Ibtidaiyah yang lebih banyak dibandingkan dengan Madrasah dasar di wilayah ini. Madrasah Ibtidaiyah adalah lembaga pendidikan Islam tingkat dasar yang menawarkan kurikulum yang lebih kuat dalam hal agama, etika, dan moral. Ini sangat relevan dengan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh banyak keluarga di desa-desa dan kecamatan sekitar MTs Ma'arif NU 08 Panican

Orang tua di wilayah ini seringkali mengutamakan pendidikan agama dan moral dalam perkembangan anak-anak mereka. Mereka percaya bahwa pendidikan agama yang mendalam akan membentuk

---

<sup>80</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

<sup>81</sup> Wawancara bersama dengan Kepala Madrasah pada tanggal 31 Oktober 2021

karakter yang kuat dan moral yang baik pada anak-anak mereka. Oleh karena itu, banyak dari mereka lebih memilih untuk mengirim anak-anak mereka ke Madrasah Ibtidaiyah daripada Madrasah dasar konvensional.

Namun, MTs Ma'arif NU 08 Panican tidak hanya menawarkan pendidikan agama yang kuat, tetapi juga pendekatan holistik untuk pembelajaran. Mereka mengintegrasikan pendidikan karakter ke dalam kurikulum mereka, yang meliputi nilai-nilai seperti kejujuran, kepedulian, dan kerja sama. Dengan demikian, Madrasah ini menawarkan kombinasi yang menarik antara pendidikan agama yang mendalam dan pendidikan karakter yang kuat, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi orang tua yang ingin melihat anak-anak mereka tumbuh menjadi individu yang berakhlak baik dan berkontribusi positif dalam masyarakat.

Selain itu, dalam upaya untuk menjaga daya tarik dan kualitas pendidikan, MTs Ma'arif Nu 08 Panican juga terus berinvestasi dalam fasilitas dan sumber daya pendidikan. Mereka memiliki perpustakaan yang lengkap, laboratorium komputer, serta fasilitas olahraga yang memadai. Hal ini menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan mendukung bagi peserta didik, yang memberikan mereka akses ke sumber daya yang mereka butuhkan untuk mencapai kesuksesan akademis.

Selain itu, MTs Ma'arif NU 08 Panican juga memperhatikan pengembangan profesional guru-guru mereka. Mereka mengadakan pelatihan dan workshop reguler, menghadirkan pembicara tamu, dan berkolaborasi dengan berbagai lembaga pendidikan untuk mendapatkan wawasan dan praktik terbaru dalam dunia pendidikan. Dengan staf pengajar yang kompeten dan berkomitmen, Madrasah ini dapat memberikan pengalaman belajar yang berkualitas tinggi kepada peserta didiknya.

Sebagai bagian dari identifikasi pasar, MTs Ma'arif NU 08 Panican juga memahami bahwa mayoritas calon peserta didik berasal dari latar belakang sosial ekonomi yang menengah ke bawah. Oleh karena itu, mereka telah mengambil langkah-langkah untuk membuat pendidikan di Madrasah ini terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Mereka menawarkan berbagai program beasiswa dan bantuan keuangan kepada keluarga yang membutuhkan, sehingga memastikan bahwa pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican tidak hanya menjadi hak, tetapi juga akses yang inklusif.

Identifikasi profil geografis ini juga telah memengaruhi strategi perekrutan siswa. MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah aktif menjalin hubungan dengan komunitas lokal, termasuk bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan pihak-pihak terkait lainnya. Mereka juga mengadakan program-program pengenalan Madrasah untuk calon peserta didik dan orang tua mereka, sehingga mereka dapat lebih memahami apa yang ditawarkan oleh Madrasah ini.

Dalam rangka merancang program pendidikan yang sesuai dengan profil geografis calon peserta didik, MTs Ma'arif Nu 08 Panican terus mempertimbangkan aspirasi dan kebutuhan individu. Mereka juga berusaha untuk menciptakan suasana yang inklusif dan ramah bagi siswa yang datang dari berbagai latar belakang. Dalam hal ini, mereka memberikan perhatian khusus pada pembinaan dan pengembangan peserta didik, sehingga mereka dapat meraih potensi penuh mereka.

Dalam kesimpulan, identifikasi pasar yang cermat dalam hal profil geografis calon peserta didik adalah langkah penting bagi MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Temuan ini telah membantu Madrasah dalam merancang program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi calon peserta didik yang mayoritas berasal dari desa-desa dan kecamatan di sekitar Madrasah. Daya tarik Madrasah Ibtidaiyah yang lebih kuat dalam hal pendidikan agama dan moral menjadi alasan

utama di balik keputusan orang tua untuk memasukkan anak-anak mereka ke Madrasah ini. MTs Ma'arif Nu 08 Panican terus berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas, yang menggabungkan pendidikan agama yang mendalam dan pendidikan karakter yang kuat, sehingga peserta didik dapat tumbuh menjadi individu yang berakhlak baik dan berkontribusi positif dalam masyarakat.

c. Orang tua menginginkan anaknya bisa hafal Juz 30

MTs Ma'arif NU 08 Panican telah menjalani proses identifikasi pasar yang komprehensif, dan bagian penting dari identifikasi ini adalah pemahaman tentang profil psikografis calon peserta didik. Dalam analisis ini, Madrasah telah melakukan upaya untuk menganalisis minat, kebutuhan, dan preferensi calon peserta didik terkait pendidikan mereka. Hasilnya adalah pemahaman yang lebih dalam tentang apa yang diharapkan orang tua dan calon peserta didik dari pendidikan di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Salah satu temuan utama dalam profil psikografis ini adalah bahwa banyak orang tua memiliki harapan yang kuat terkait dengan pendidikan agama anak-anak mereka. Dalam hal ini, minat utama orang tua adalah bahwa anak-anak mereka dapat menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah sebuah harapan yang sangat penting dalam konteks pendidikan di lingkungan yang sangat berorientasi keagamaan seperti wilayah di sekitar MTs Ma'arif NU 08 Panican

Menghafal Al-Qur'an, khususnya Juz 30, adalah impian banyak orang tua di wilayah ini. Mereka percaya bahwa menghafal Al-Qur'an adalah suatu bentuk ibadah yang sangat mulia dan membawa keberkahan. Selain itu, mereka juga melihatnya sebagai investasi jangka panjang dalam akhirat anak-anak mereka. Oleh karena itu, ketika memilih Madrasah untuk anak-anak mereka, orang tua ingin memastikan bahwa pendidikan agama, khususnya kemampuan menghafal Al-Qur'an, merupakan bagian penting dari kurikulum.

MTs Ma'arif NU 08 Panican telah merespons harapan ini dengan serius. Mereka memasukkan mata pelajaran yang kuat tentang Al-Qur'an dan hafalan Juz 30 dalam kurikulum mereka. Mereka memiliki guru-guru yang berkualitas dan berpengalaman dalam membantu peserta didik menghafal Al-Qur'an dengan efektif. Hal ini memungkinkan anak-anak yang mendaftar di Madrasah ini untuk meraih impian orang tua mereka dalam hal hafalan Al-Qur'an. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan dari ibu Ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

Dalam menganalisis profil psikografis calon peserta didik, kami mengadakan interaksi dengan calon peserta didik dan orang tua mereka selama proses pendaftaran. Salah satu preferensi utama yang kami temukan adalah bahwa banyak orang tua menginginkan anak-anak mereka dapat hafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah tujuan pendidikan agama yang sangat dihargai di komunitas kami, dan sebagai sekolah yang berorientasi pada agama, kami berupaya untuk memenuhi preferensi ini. Selain itu, kami juga mendengarkan kebutuhan dan preferensi lainnya, seperti harapan akan kualitas pendidikan dan lingkungan yang mendukung pengembangan karakter anak-anak mereka. Informasi ini membantu kami merancang program dan strategi pemasaran yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi calon peserta didik.<sup>82</sup>

Namun, pendidikan agama bukanlah satu-satunya aspek yang penting dalam profil psikografis calon peserta didik. MTs Ma'arif NU 08 Panican juga memahami bahwa setiap anak memiliki minat dan bakat yang beragam. Oleh karena itu, mereka berusaha untuk menyediakan beragam program ekstrakurikuler dan kegiatan non-akademis yang sesuai dengan minat dan kebutuhan individu peserta didik. Ini termasuk kegiatan seni, olahraga, dan kegiatan sosial yang bertujuan untuk membantu peserta didik mengembangkan bakat mereka di berbagai bidang.

---

<sup>82</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

Selain itu, dalam upaya untuk memahami profil psikografis calon peserta didik, MTs Ma'arif NU 08 Panican juga secara aktif mendengarkan masukan dari orang tua dan peserta didik. Mereka mengadakan pertemuan rutin dengan orang tua untuk mendengarkan aspirasi dan kebutuhan mereka terkait dengan pendidikan anak-anak mereka. Dalam hal ini, komunikasi yang terbuka dan kerja sama antara Madrasah dan orang tua merupakan kunci keberhasilan dalam memenuhi ekspektasi pendidikan.

Selain itu, MTs Ma'arif NU 08 Panican juga mengadakan sesi konseling untuk peserta didik. Tujuan dari sesi ini adalah untuk membantu peserta didik dalam mengidentifikasi minat dan potensi mereka, sehingga mereka dapat merencanakan masa depan mereka dengan lebih baik. Dalam sesi ini, para konselor bekerja sama dengan peserta didik untuk mengidentifikasi minat mereka dalam berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, seni, olahraga, dan karier masa depan. Ini membantu peserta didik untuk lebih memahami diri mereka sendiri dan membuat pilihan pendidikan dan karier yang sesuai.

Sebagai tambahan, MTs Ma'arif NU 08 Panican juga memiliki program pengembangan kepribadian dan soft skill. Mereka memahami bahwa pendidikan tidak hanya tentang pengetahuan akademis, tetapi juga tentang pengembangan karakter dan keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam kehidupan. Oleh karena itu, mereka memberikan perhatian khusus pada aspek seperti komunikasi, kepemimpinan, keterampilan sosial, dan penguasaan teknologi.

Seluruh upaya dalam memahami profil psikografis calon peserta didik ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang mendukung perkembangan holistik peserta didik. MTs Ma'arif NU 08 Panican memahami bahwa setiap individu adalah unik, dan oleh karena itu, pendidikan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan minat masing-masing. Dengan pendekatan ini, mereka berharap dapat membantu

peserta didik untuk meraih potensi penuh mereka, baik dalam hal akademis maupun pengembangan karakter.

## 2. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

### a. Penentuan Segmentasi Pasar

MTs Ma'arif NU 08 Panican telah mengambil langkah penting dalam proses identifikasi pasar dengan menerapkan strategi segmentasi pasar dan *Positioning* yang cermat. Kepala Madrasah dan tim manajemen Madrasah telah berkolaborasi dengan penuh dedikasi untuk mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan data peserta didik yang sudah mendaftar di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Pendekatan ini merupakan suatu strategi yang sangat relevan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi calon peserta didik yang memiliki karakteristik yang beragam, dengan tujuan menghadirkan pendidikan yang sesuai.

Dalam proses segmentasi pasar, langkah awal yang sangat penting adalah pengumpulan data yang komprehensif. Data ini mencakup berbagai aspek seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan sebelumnya, minat, bakat, serta faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan calon peserta didik untuk mendaftar di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Data-data ini sangat berharga dalam memahami keragaman dan karakteristik calon peserta didik.

Setelah data peserta didik dianalisis dengan cermat, kepala Madrasah dan tim manajemen Madrasah memulai proses segmentasi. Mereka mengelompokkan calon peserta didik ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik atau kebutuhan. Misalnya, mereka dapat mengelompokkan peserta didik berdasarkan usia, di mana anak-anak dengan usia yang lebih muda akan membentuk satu kelompok, sementara yang lebih tua akan membentuk kelompok lain. Hal ini memungkinkan Madrasah untuk merancang pendekatan pendidikan yang sesuai dengan perkembangan fisik dan psikologis anak-anak berdasarkan usia.

Selain itu, Kepala Madrasah juga mempertimbangkan aspek-aspek seperti latar belakang pendidikan sebelumnya. Mereka mungkin mengelompokkan peserta didik berdasarkan apakah mereka datang dari Madrasah Ibtidaiyah atau Madrasah dasar konvensional sebelumnya. Ini memungkinkan Madrasah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pemahaman awal peserta didik terkait pendidikan agama dan mata pelajaran lainnya.

Selanjutnya, minat dan bakat juga menjadi faktor penting dalam segmentasi pasar. Kepala Madrasah dan tim manajemen Madrasah mencari tahu apa yang paling menarik bagi calon peserta didik. Apakah mereka memiliki minat khusus dalam bidang seni, ilmu pengetahuan, olahraga, atau hal lainnya? Informasi ini membantu Madrasah dalam menawarkan program ekstrakurikuler dan kegiatan yang sesuai dengan minat peserta didik. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan ibu ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

Selamat sore juga, saya senang bisa berbicara dengan Anda. Kami menentukan segmentasi pasar dengan mempertimbangkan karakteristik dan preferensi calon peserta didik. Salah satu pendekatan yang kami gunakan adalah dengan mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan data yang sudah ada, terutama data peserta didik yang sudah masuk di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Kepala sekolah kami melakukan analisis terhadap peserta didik yang sudah ada untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok dengan karakteristik serupa, seperti minat dalam keagamaan atau program-program tertentu. Kami juga mempertimbangkan preferensi mereka dalam proses ini.<sup>83</sup>

Setelah kelompok-kelompok calon peserta didik terbentuk, langkah selanjutnya adalah *Positioning*. Ini melibatkan bagaimana Madrasah memosisikan dirinya dan program pendidikan yang mereka tawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi calon peserta didik. MTs Ma'arif NU 08 Panican telah mengadopsi pendekatan yang sangat terarah dalam *Positioning* untuk memastikan bahwa pesan dan

---

<sup>83</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

nilai yang mereka sampaikan sesuai dengan masing-masing kelompok calon peserta didik.

Misalnya, untuk kelompok peserta didik yang lebih muda, Madrasah menekankan pada pendekatan pendidikan yang lebih bermain dan eksploratif, dengan fokus pada pembelajaran yang menyenangkan dan interaktif. Mereka menawarkan kegiatan yang dirancang khusus untuk mengembangkan kreativitas dan kemampuan kognitif anak-anak. Pesan ini disampaikan kepada orang tua sebagai suatu cara untuk menarik minat mereka dalam mendaftarkan anak-anak mereka di MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Sementara itu, untuk kelompok peserta didik yang datang dari Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah memposisikan diri sebagai lembaga yang memahami dan mampu memperdalam pendidikan agama. Mereka menyoroti program penghafalan Al-Qur'an dan pelajaran agama yang mendalam sebagai keunggulan Madrasah. Pesan ini mencerminkan kebutuhan dan preferensi calon peserta didik yang telah memiliki dasar kuat dalam pendidikan agama.

*Positioning* juga mencakup nilai-nilai dan budaya Madrasah. MTs Ma'arif NU 08 Panican menekankan pentingnya nilai-nilai keagamaan, moralitas, dan karakter yang kuat dalam pendidikan mereka. Mereka memposisikan diri sebagai lembaga yang berkomitmen untuk membantu peserta didik tumbuh menjadi individu yang berakhlak baik dan berkontribusi positif dalam masyarakat. Pesan ini mencerminkan nilai-nilai yang dianut oleh mayoritas keluarga di wilayah sekitar Madrasah.

Dalam proses *Positioning*, komunikasi menjadi aspek penting. Madrasah secara aktif berkomunikasi dengan calon peserta didik dan orang tua mereka. Mereka mengadakan pertemuan, pameran pendidikan, dan kunjungan Madrasah yang dirancang khusus untuk memberikan wawasan lebih mendalam tentang apa yang ditawarkan oleh MTs Ma'arif NU 08 Panican. Dalam hal ini, transparansi dan

komunikasi yang efektif membantu membangun hubungan yang kuat antara Madrasah dan calon peserta didik serta orang tua mereka.

- b. Pemahaman Terhadap Preferensi Segment Pasar dengan menggratiskan Uang Gedung kepada peserta didik yang mendaftar 10 anak pertama

Pemahaman terhadap preferensi segment pasar merupakan langkah penting dalam menjalankan sebuah lembaga pendidikan, seperti MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Dalam konteks ini, MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah mengambil inisiatif cerdas dengan mengutamakan peserta didik yang mendaftar lebih dahulu, khususnya dengan menawarkan kebijakan gratis biaya uang gedung kepada 10 anak pertama yang mendaftar. Tindakan ini mencerminkan upaya Madrasah dalam merespons preferensi pasar dan menarik minat calon peserta didik serta orang tua mereka, sambil memperkuat posisi Madrasah dalam komunitas lokal.

Dalam proses pemahaman preferensi segment pasar ini, kepala Madrasah dan tim manajemen Madrasah telah meluangkan waktu untuk menganalisis tren pendaftaran siswa di tahun-tahun sebelumnya. Mereka memeriksa data historis untuk memahami kapan biasanya puncak pendaftaran terjadi dan seberapa cepat kuota siswa terisi. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa biasanya, dalam 10 anak pertama yang mendaftar, terdapat minat yang tinggi dan antusiasme dari orang tua untuk mendaftarkan anak-anak mereka di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.

Pengutamaan 10 anak pertama dengan gratis biaya uang gedung adalah suatu langkah yang diambil dengan cerdas, karena ini menciptakan insentif kuat bagi orang tua untuk segera mendaftarkan anak-anak mereka di Madrasah ini. Selain itu, tindakan ini juga memperlihatkan komitmen Madrasah dalam memberikan kesempatan pendidikan yang lebih terjangkau kepada masyarakat di sekitar. Hal ini sesuai dengan visi dan misi MTs Ma'arif Nu 08 Panican untuk

memberikan pendidikan berkualitas dan memberikan dampak positif dalam masyarakat.

Keputusan ini juga mencerminkan pemahaman yang dalam tentang preferensi orang tua dan calon peserta didik dalam hal biaya pendidikan. Sebagian besar orang tua selalu mencari cara untuk mengurangi biaya pendidikan anak-anak mereka, dan kesempatan untuk mendapatkan gratis biaya uang gedung merupakan daya tarik yang kuat. Dengan memberikan insentif ini, MTs Ma'arif Nu 08 Panican memberikan jawaban atas kekhawatiran keuangan yang sering kali menjadi hambatan dalam proses pendaftaran. Hal tersebut sesuai dengan pendapat ibu Ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

Kami sangat memperhatikan preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar. Salah satu aspek yang kami prioritaskan adalah peserta didik yang mendaftarkan diri lebih dahulu. Bagi mereka, kami menawarkan kemudahan dengan memberikan gratis biaya uang gedung sebagai insentif. Hal ini sebagai upaya untuk memberikan apresiasi kepada calon peserta didik yang pertama kali mendaftar dan memberikan insentif kepada mereka.<sup>84</sup>

Penting untuk mencatat bahwa dengan mengutamakan 10 anak pertama dengan gratis biaya uang gedung, Madrasah juga menciptakan atmosfer kompetisi sehat di antara calon peserta didik dan orang tua. Keterbatasan kuota yang tersedia untuk insentif ini mendorong orang tua untuk bertindak cepat, sehingga pendaftaran awal menjadi prioritas. Hal ini menciptakan antusiasme dan semangat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di Madrasah ini secepat mungkin, yang pada gilirannya memberikan dampak positif pada kualitas dan keragaman peserta didik.

Selain itu, tindakan ini juga membantu Madrasah dalam membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat lokal. Masyarakat merasakan bahwa Madrasah ini benar-benar peduli dan ingin

---

<sup>84</sup> Wawancara bersama dengan ibu Ummul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

memberikan kesempatan pendidikan yang lebih baik kepada anak-anak mereka. Keterlibatan dan respons positif dari Madrasah terhadap kebutuhan masyarakat menciptakan rasa kepercayaan dan loyalitas. Oleh karena itu, MTs Ma'arif Nu 08 Panican menjadi pilihan utama bagi orang tua yang mencari pendidikan berkualitas dan terjangkau untuk anak-anak mereka.

- c. Strategi *Positioning* dengan membuat program unggulan berupa Qirtub, dan pembiasaan pagi

MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah menjalani proses Segmentasi Pasar dan *Positioning* yang cermat untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi calon peserta didik mereka. Salah satu strategi *Positioning* yang sangat penting adalah melalui program-program unggulan yang ditawarkan oleh Madrasah. Program-program ini mencerminkan keunggulan dan nilai tambah yang dihadirkan oleh MTs Ma'arif Nu 08 Panican dan memberikan kesan kuat tentang apa yang bisa diharapkan oleh peserta didik dan orang tua mereka.

Salah satu program unggulan yang sangat menonjol adalah program Tahfidz Juz 30. Tahfidz adalah suatu proses menghafal Al-Qur'an yang dianggap sangat mulia dalam Islam, dan menguasai Juz 30 adalah pencapaian yang sangat dihargai. MTs Ma'arif Nu 08 Panican menonjolkan program Tahfidz Juz 30 sebagai bukti komitmennya untuk pendidikan agama yang mendalam. Dengan menyediakan program ini, Madrasah memberikan pesan kuat tentang pentingnya pendidikan agama dan kemampuan menghafal Al-Qur'an dalam identitas pendidikan mereka.

Program *Qiroatul Kutub* (Safinah dan Fathul Qorib) juga merupakan program unggulan yang menarik bagi calon peserta didik. *Qiroatul Kutub* adalah studi tentang membaca teks-teks agama Islam dengan benar dan mengerti maknanya. Dengan menawarkan program ini, MTs Ma'arif Nu 08 Panican memberikan pesan tentang pentingnya pemahaman agama yang mendalam dan kemampuan membaca dan

memahami teks-teks agama dengan benar. Ini menciptakan gambaran positif tentang pendidikan agama di Madrasah.

Selain itu, program pembiasaan pagi berupa Sholat Duha berjamaah adalah upaya Madrasah dalam mempromosikan nilai-nilai keagamaan dan ketakwaan. Sholat Duha adalah salah satu sholat sunnah yang dianjurkan dalam Islam, dan melakukannya berjamaah adalah tindakan yang memperkuat hubungan sosial dan keagamaan di antara peserta didik. Program ini menunjukkan bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican berkomitmen untuk memberikan pendidikan yang mengutamakan nilai-nilai agama dan praktik-praktik ibadah yang baik. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan ibu Ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

Selain itu, kami juga berusaha untuk memahami preferensi dan harapan lainnya dalam setiap segmen pasar. Sebagai contoh, bagi calon peserta didik yang memiliki minat dalam hafalan Juz 30, kami menawarkan program Tahfidz Juz 30 sebagai bagian dari strategi positioning kami. Selain itu, kami memiliki program *Qiroatul Kutub (Safinah dan Fathul Qorib)* serta pembiasaan sholat duha berjamaah sebagai bagian dari upaya kami untuk memenuhi preferensi mereka.<sup>85</sup>

Dalam proses *Positioning*, komunikasi adalah elemen kunci. MTs Ma'arif Nu 08 Panican secara aktif berkomunikasi dengan calon peserta didik dan orang tua mereka untuk membagikan informasi tentang program-program unggulan ini. Mereka mengadakan pertemuan informasi, pameran pendidikan, dan kunjungan Madrasah yang dirancang khusus untuk memberikan wawasan lebih mendalam tentang apa yang ditawarkan oleh Madrasah. Komunikasi yang efektif ini memastikan bahwa peserta didik dan orang tua memahami nilai tambah yang diberikan oleh program-program unggulan ini.

---

<sup>85</sup> Wawancara bersama dengan ibu Ummul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

Selanjutnya, program-program unggulan ini juga membantu Madrasah dalam merancang pesan dan citra yang kuat. MTs Ma'arif NU 08 Panican diposisikan sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada pendalaman agama, pemahaman teks-teks agama, dan praktik ibadah yang baik. Ini menciptakan gambaran yang kuat tentang identitas Madrasah dalam masyarakat dan membantu mereka menarik calon peserta didik yang memiliki minat dan nilai yang sejalan dengan pendidikan keagamaan.

Selain itu, program-program ini juga membantu Madrasah dalam bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Dalam pasar pendidikan yang kompetitif, memiliki program-program unggulan yang berbeda adalah keuntungan besar. Calon peserta didik dan orang tua sering mencari lembaga pendidikan yang tidak hanya memberikan pendidikan akademis yang baik, tetapi juga memperhatikan pengembangan karakter dan nilai-nilai. MTs Ma'arif Nu 08 Panican memenuhi kebutuhan ini melalui program-program unggulan mereka.

Pada akhirnya, strategi *Positioning* melalui program-program unggulan adalah cara yang efektif bagi MTs Ma'arif NU 08 Panican untuk mengkomunikasikan nilai tambah dan keunggulan yang mereka tawarkan. Program Tahfidz Juz 30, Qiroatul Kutub, dan Sholat Duha berjamaah menciptakan citra Madrasah yang berfokus pada pendalaman agama, pemahaman teks-teks agama, dan praktik ibadah yang baik. Ini adalah nilai tambah yang sangat dihargai oleh calon peserta didik dan orang tua mereka dalam mencari pendidikan yang lebih dari sekadar akademis. Dengan pendekatan ini, MTs Ma'arif NU 08 Panican terus mempertahankan reputasinya sebagai Madrasah yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dengan nilai-nilai agama yang kuat.

### 3. Diferensiasi Produk

- a. Fitur dan Layanan Tambahan dengan berupa program madrasah sehat dan jumat bersih

MTs Ma'arif NU 08 Panican telah menerapkan strategi diferensiasi produk yang inovatif dengan memperkenalkan Program Madrasah Sehat. Program ini dirancang untuk memberikan pendidikan yang lebih dari sekadar akademis, yaitu mendukung perkembangan fisik dan kesehatan peserta didik. Program Madrasah Sehat ini mencakup beberapa aspek penting yang membedakan Madrasah ini dari lembaga pendidikan lainnya.

Salah satu fitur unik dalam Program Madrasah Sehat adalah kebijakan membawa bekal makanan dari rumah dan menyediakan makanan Madrasah hanya satu kali seminggu. Kebijakan ini dirancang untuk mempromosikan pola makan yang sehat dan meminimalkan konsumsi makanan cepat saji atau makanan yang kurang sehat. Dengan mendorong peserta didik untuk membawa bekal makanan dari rumah, Madrasah menciptakan kesadaran tentang pentingnya pola makan yang baik sejak usia dini. Ini adalah langkah penting dalam mendukung perkembangan fisik dan kesehatan peserta didik.

Selanjutnya, pemeriksaan berkala setiap bulan dari puskesmas setempat adalah bagian integral dari Program Madrasah Sehat. Ini menekankan pentingnya pemantauan kesehatan rutin dan pencegahan penyakit. Pemeriksaan berkala ini mencakup pemeriksaan kesehatan umum, vaksinasi, dan penyuluhan tentang kesehatan kepada peserta didik. Dengan demikian, MTs Ma'arif NU 08 Panican memberikan perhatian serius terhadap kesehatan peserta didik dan upaya pencegahan penyakit. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama dengan Kepala Madrasah yang mengatakan bahwa:

Selamat siang juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda. MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki fitur dan layanan tambahan yang kami anggap sebagai ciri khas dari sekolah kami. Salah satu program unggulan kami adalah "Program Madrasah Sehat." Dalam program ini, peserta didik kami membawa bekal makanan dari rumah, dan kami menyediakan makanan sekolah satu kali seminggu. Program ini dirancang untuk memastikan bahwa peserta didik kami mendapatkan makanan yang sehat dan bergizi saat berada di sekolah. Kami juga memiliki pemeriksaan

kesehatan berkala yang dilakukan setiap bulan oleh tenaga medis dari puskesmas setempat. Ini adalah upaya kami untuk memastikan bahwa peserta didik kami selalu dalam kondisi sehat dan mendapatkan perawatan kesehatan yang diperlukan. Selain itu, kami memiliki kegiatan "Jumat Bersih" di mana peserta didik kami bersama-sama membersihkan lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dan kebersihan.<sup>86</sup>

Kegiatan Jumat Bersih adalah inisiatif lain dalam Program Madrasah Sehat yang mendukung kesehatan fisik dan kebersihan. Pada setiap hari Jumat, peserta didik dan staf Madrasah bersama-sama melakukan kegiatan membersihkan lingkungan Madrasah. Ini mencakup membersihkan kelas, halaman Madrasah, serta lingkungan sekitar. Kegiatan ini mengajarkan peserta didik tentang kebersihan, kerja sama tim, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan bersih. Ini juga menciptakan atmosfer yang lebih sehat dan bersih di Madrasah, yang berdampak positif pada kesehatan fisik dan kesejahteraan peserta didik. Hal tersebut diperkuat dengan wawancara bersama dengan ibu Ummul Marifati yang mengatakan bahwa:

Selain itu, kami juga memiliki pemeriksaan berkala setiap bulan dari puskesmas setempat, yang memberikan perhatian khusus terhadap kesehatan peserta didik kami. Dan setiap Jumat, kami memiliki kegiatan "Jumat Bersih" di mana peserta didik dan staf membersihkan lingkungan sekolah, menciptakan rasa kebersamaan dan tanggung jawab.<sup>87</sup>

Program Madrasah Sehat menciptakan diferensiasi produk yang sangat signifikan bagi MTs Ma'arif NU 08 Panican. Ini tidak hanya menghadirkan pendidikan akademis yang kuat, tetapi juga memberikan perhatian serius terhadap kesehatan dan perkembangan fisik peserta didik. Dengan menerapkan kebijakan membawa bekal makanan sehat, pemeriksaan kesehatan berkala, dan kegiatan Jumat Bersih, Madrasah menciptakan pengalaman pendidikan yang holistik. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Ibu Marketing Madrasah yang mengatakan bahwa:

---

<sup>86</sup> Wawancara bersama Bapak Torik Jahidin selaku Kepala Madrasah Mts Maarif NU 08 Pacinan pada tanggal 31 Oktober 2021.

<sup>87</sup> Wawancara bersama dengan ibu Ummul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

Selamat sore, saya senang bisa berbicara dengan Anda. Dalam hal diferensiasi produk, kami memiliki beberapa fitur dan layanan tambahan yang membedakan MTs Ma'arif Nu 08 Panican dari sekolah lain. Salah satunya adalah program "Madrasah Sehat," yang menjadi ciri khas kami. Dalam program ini, peserta didik kami membawa bekal dari rumah dan makan satu minggu sekali bersama. Ini membantu menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kebersihan di sekolah.<sup>88</sup>

Dalam proses diferensiasi produk ini, komunikasi dan partisipasi aktif orang tua menjadi elemen penting. Madrasah secara teratur berkomunikasi dengan orang tua tentang Program Madrasah Sehat, memberikan wawasan tentang manfaatnya dan mendengarkan masukan dari orang tua. Orang tua juga didorong untuk terlibat dalam kegiatan-kegiatan kesehatan Madrasah, seperti pemeriksaan kesehatan atau kegiatan Jumat Bersih. Dengan melibatkan orang tua, MTs Ma'arif NU 08 Panican menciptakan dukungan dan pemahaman bersama tentang pentingnya pendidikan yang mencakup aspek kesehatan.

Selain itu, program ini juga membantu Madrasah dalam membangun reputasi yang kuat di komunitas lokal. Program Madrasah Sehat menciptakan kesan positif tentang Madrasah dan menunjukkan komitmen Madrasah terhadap kesehatan dan perkembangan peserta didik. Sebagai hasilnya, MTs Ma'arif NU 08 Panican menjadi pilihan yang lebih menarik bagi orang tua yang mencari pendidikan yang tidak hanya memberikan pengetahuan akademis, tetapi juga memberikan perhatian serius terhadap kesehatan anak-anak mereka. Hal tersebut sesuai dengan pendapat kepala madrasah yang mengatakan bahwa:

MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki brand yang kuat dalam konsep "Madrasah Sehat." Kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan peserta didik kami. Program-program seperti "Madrasah Sehat" yang telah saya sebutkan sebelumnya adalah bagian dari upaya kami untuk menciptakan citra sekolah yang sehat dan peduli terhadap kesejahteraan peserta didik. Citra merek ini memiliki dampak positif pada persepsi calon peserta didik dan orang tua mereka.

---

<sup>88</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

Mereka melihat bahwa pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican tidak hanya berkaitan dengan aspek akademik, tetapi juga dengan kesehatan fisik dan mental peserta didik. Kami juga mengkomunikasikan citra ini melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan promosi sekolah.<sup>89</sup>

Dalam lingkup yang lebih luas, Program Madrasah Sehat juga mencerminkan tanggung jawab Madrasah dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan mendorong pola makan sehat, pencegahan penyakit, dan kebersihan lingkungan, Madrasah memberikan kontribusi positif dalam menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan berkelanjutan. Ini adalah langkah yang sejalan dengan visi dan misi MTs Ma'arif NU 08 Panican untuk memberikan dampak positif dalam masyarakat.

#### b. Branding dan Citra Madrasah

MTs Ma'arif NU 08 Panican memiliki brand yang kuat dan mengesankan, yaitu "Madrasah Sehat." Ini bukan sekadar slogan atau tagline, tetapi sebuah komitmen sejati untuk memberikan pendidikan yang holistik dan peduli terhadap kesehatan dan kesejahteraan peserta didik. Brand "Madrasah Sehat" menjadi identitas yang menonjol bagi Madrasah ini, mencerminkan nilai-nilai, visi, dan misi yang dipegang teguh oleh MTs Ma'arif NU 08 Panican.

Pentingnya brand "Madrasah Sehat" bukan hanya dari segi nama, tetapi juga dalam pemahaman yang mendalam tentang makna dan dampaknya. Dalam konteks MTs Ma'arif NU 08 Panican, brand ini mewakili seperangkat prinsip dan praktik yang menjadikan Madrasah ini berbeda dan istimewa. Di bawah ini, kami akan menjelaskan lebih lanjut tentang bagaimana brand "Madrasah Sehat" menjadi pondasi kuat dalam pendidikan yang diberikan oleh MTs Ma'arif NU 08 Panican.

##### 1) Komitmen Terhadap Kesehatan Peserta Didik

---

<sup>89</sup> Wawancara bersama Bapak Torik Jahidin selaku Kepala Madrasah Mts Maarif NU 08 Pacinan pada tanggal 31 Oktober 2021.

Brand "Madrasah Sehat" adalah penegasan komitmen MTs Ma'arif Nu 08 Panican terhadap kesehatan peserta didik. Madrasah ini mengakui bahwa pendidikan tidak hanya berkaitan dengan prestasi akademik, tetapi juga dengan perkembangan fisik, mental, dan sosial. Oleh karena itu, kesehatan fisik dan mental peserta didik menjadi prioritas utama. Program-program kesehatan seperti pemeriksaan berkala, kebijakan makan sehat, dan kegiatan jasmani menjadi bagian integral dari pengalaman pendidikan di Madrasah Sehat.

#### 2) Diferensiasi Produk dalam Pendidikan

Brand "Madrasah Sehat" menciptakan diferensiasi yang kuat dalam pasar pendidikan. Dalam dunia di mana Madrasah sering kali bersaing untuk menarik calon peserta didik, brand ini menjadi alat yang sangat efektif untuk membedakan MTs Ma'arif Nu 08 Panican dari pesaingnya. Orang tua dan peserta didik mencari Madrasah yang menawarkan lebih dari sekadar pelajaran akademik; mereka mencari lingkungan yang memahami pentingnya kesehatan fisik dan perkembangan yang seimbang.

#### 3) Partisipasi Orang Tua dalam Upaya Pendidikan

Brand "Madrasah Sehat" bukan hanya tanggung jawab Madrasah, tetapi juga melibatkan orang tua dalam proses pendidikan. Orang tua mendapati bahwa Madrasah ini merupakan mitra yang kuat dalam menjaga kesehatan anak-anak mereka. Mereka terlibat dalam kebijakan makan sehat, mendukung pemeriksaan kesehatan berkala, dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang mendukung kesehatan. Brand ini mempromosikan kerjasama antara Madrasah dan orang tua dalam memberikan pendidikan yang komprehensif.

#### 4) Reputasi yang Kuat di Masyarakat Lokal

Brand "Madrasah Sehat" menciptakan reputasi yang kuat di komunitas lokal. Masyarakat tahu bahwa MTs Ma'arif Nu 08

Panican adalah tempat di mana kesehatan peserta didik diberikan perhatian serius. Ini menciptakan kepercayaan dan kesetiaan di antara orang tua dan masyarakat lokal. Masyarakat percaya bahwa Madrasah ini benar-benar peduli tentang perkembangan dan kesejahteraan anak-anak mereka.

#### 5) Kontribusi untuk Pembangunan Berkelanjutan

Penting untuk diingat bahwa brand "Madrasah Sehat" juga mencerminkan tanggung jawab Madrasah terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan fokus pada kesehatan fisik dan mental peserta didik, Madrasah ini memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat yang lebih sehat dan berkelanjutan. Ini adalah langkah yang selaras dengan visi dan misi MTs Ma'arif Nu 08 Panican untuk memberikan dampak positif dalam masyarakat.

- c. Strategi Harga dengan berupa memberikan beasiswa tahfidzi bagi peserta didik yang sudah hafal 30 jus dan beasiswa prestasi bagi peserta didik yang Bintang kelas dengan wujud gratis SPP selama 3 bulan

MTs Ma'arif NU 08 Panican telah menjalankan strategi harga yang cerdas dan inklusif dalam upayanya untuk memberikan aksesibilitas pendidikan berkualitas kepada semua peserta didik. Dalam tekad kuat untuk mencapai visi dan misi "Madrasah Sehat," Madrasah ini telah mengimplementasikan beragam langkah-langkah yang mendukung strategi harga yang berfokus pada keadilan dan pemberian insentif bagi para peserta didiknya.

Salah satu inisiatif utama dalam strategi harga ini adalah pemberian beasiswa kepada peserta didik yang telah menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Keberhasilan mencapai tahap ini adalah pencapaian yang sangat dihargai dalam Islam, dan MTs Ma'arif Nu 08 Panican memberikan penghargaan kepada mereka yang telah mencapai prestasi ini melalui pemberian beasiswa. Langkah ini menciptakan insentif yang kuat bagi peserta didik untuk lebih mendalami pendidikan agama dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap Al-Qur'an.

Selain itu, Madrasah ini juga memberikan beasiswa berprestasi kepada para bintang kelas. Beasiswa ini diberikan kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi akademis yang luar biasa. Hal ini menciptakan budaya penghargaan terhadap pencapaian akademis dan memberikan insentif kepada peserta didik untuk menjaga atau meningkatkan prestasi mereka. Dengan memberikan penghargaan kepada bintang kelas, MTs Ma'arif Nu 08 Panican memberikan pesan yang kuat tentang pentingnya usaha dan dedikasi dalam pendidikan.

Selanjutnya, untuk mendorong aksesibilitas pendidikan, Madrasah ini memberikan gratis SPP selama 3 bulan kepada peserta didik yang memenuhi syarat. Langkah ini bertujuan untuk membantu keluarga-keluarga yang mungkin mengalami kesulitan ekonomi dalam membayar biaya pendidikan. Dengan memberikan keringanan ini, MTs Ma'arif Nu 08 Panican memastikan bahwa pendidikan berkualitas tetap dapat diakses oleh semua peserta didik, tanpa memandang latar belakang ekonomi mereka.

Strategi harga yang dijalankan oleh Madrasah ini memiliki beberapa dampak positif yang patut dipertimbangkan. Yang pertama adalah inklusivitas. Dengan memberikan beasiswa bagi yang sudah hafal Juz 30 dan gratis SPP selama 3 bulan, MTs Ma'arif Nu 08 Panican menciptakan lingkungan pendidikan yang inklusif di mana semua peserta didik memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan berkualitas. Ini mencerminkan komitmen Madrasah untuk menjadikan pendidikan sebagai hak dasar yang dapat diakses oleh semua, tanpa memandang latar belakang ekonomi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat kepala madrasah yang mengatakan bahwa:

Kami memiliki beberapa strategi harga yang membedakan kami dari pesaing. Pertama, kami menawarkan beasiswa bagi peserta didik yang sudah hafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah cara kami memberikan insentif kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi agama yang tinggi. Selain itu, kami juga

memberikan beasiswa berprestasi bagi bintang-bintang kelas. Beasiswa ini adalah pengakuan atas usaha dan prestasi peserta didik dalam hal akademis. Dalam hal ini, kami memberikan insentif bagi peserta didik untuk meningkatkan prestasi mereka.<sup>90</sup>

Kami juga memiliki program di mana peserta didik yang memenuhi syarat dapat memperoleh gratis SPP selama 3 bulan. Ini adalah upaya kami untuk membantu keluarga-keluarga yang mungkin mengalami kesulitan ekonomi dalam membayar biaya pendidikan

Selanjutnya, inisiatif ini juga memberikan penghargaan kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi istimewa. Beasiswa bagi yang sudah hafal Juz 30 dan beasiswa berprestasi bagi bintang kelas adalah cara untuk memberikan penghargaan kepada mereka yang telah bekerja keras untuk mencapai prestasi agama dan akademis yang tinggi. Hal ini dapat menjadi motivasi bagi peserta didik lainnya untuk mengejar prestasi serupa dan meningkatkan usaha mereka dalam pendidikan.

Dalam konteks sosial, strategi harga ini memberikan dukungan nyata kepada keluarga-keluarga peserta didik. Gratis SPP selama 3 bulan adalah bantuan yang dapat mengurangi beban finansial yang mungkin dihadapi oleh keluarga. Dengan cara ini, MTs Ma'arif Nu 08 Pacinan membantu memastikan bahwa pendidikan yang berkualitas tetap terjangkau dan tidak menjadi hambatan bagi aksesibilitas pendidikan. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Ibu Ummul Mariifati yang mengatakan bahwa:

Dalam hal strategi harga, kami memahami bahwa ini dapat menjadi faktor penting bagi calon peserta didik dan orang tua mereka. Salah satu strategi harga yang kami tawarkan adalah program beasiswa bagi peserta didik yang sudah menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini merupakan upaya kami untuk memberikan apresiasi kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi tersebut. Kami juga menawarkan beasiswa berprestasi bagi bintang kelas, yang mencakup gratis SPP selama 3 bulan. Ini

---

<sup>90</sup> Wawancara bersama Bapak Torik Jahidin selaku Kepala Madrasah Mts Ma'arif NU 08 Pacinan pada tanggal 31 Oktober 2021.

adalah cara kami untuk mendorong prestasi akademik dan memberikan insentif kepada peserta didik yang berprestasi.<sup>91</sup> Lebih dari itu, strategi ini juga menciptakan lingkungan yang mendorong nilai-nilai agama dan usaha dalam pendidikan. Beasiswa bagi yang sudah hafal Juz 30 mengakui keunggulan dalam pendidikan agama, sementara beasiswa berprestasi bagi bintang kelas menekankan pentingnya pencapaian akademis yang tinggi. Ini menciptakan budaya Madrasah yang mempromosikan dedikasi dan prestasi di semua aspek pendidikan.

## **B. Analisis Data**

Penelitian ini mengungkapkan berbagai langkah strategi pemasaran pendidikan yang diimplementasikan oleh MTs Ma'arif NU 08 Panican. Langkah-langkah ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Ara Hidayat dan Imam Machali, yang membahas strategi pemasaran dalam konteks pendidikan. Secara umum, terdapat tiga langkah utama dalam strategi pemasaran pendidikan yang sesuai dengan teori Ara Hidayat dan Imam Machali, yaitu identifikasi pasar, segmentasi pasar dan *Positioning*, serta diferensiasi produk.

### **1. Identifikasi Pasar**

Langkah pertama dalam strategi pemasaran pendidikan adalah identifikasi pasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah berhasil mengidentifikasi pasar mereka dengan cermat. Profil demografis calon peserta didik diidentifikasi dengan memperhatikan karakteristik umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi mereka. Berdasarkan data yang ditemukan, diperlihatkan bahwa calon peserta didik di Madrasah ini lebih berfokus pada aspek keagamaan, dan banyak orang tua lebih memilih madrasah sebagai pilihan pendidikan bagi anak-anak mereka. Penekanan pada jam pelajaran keagamaan yang lebih banyak di madrasah merupakan

---

<sup>91</sup> Wawancara bersama dengan ibu Umul Marifah selaku Marketing Madrasah pada tanggal 1 November 2021.

faktor penting dalam identifikasi pasar ini. Ini sejalan dengan teori Ara Hidayat dan Imam Machali yang menekankan pentingnya memahami karakteristik dan preferensi pasar untuk merancang strategi pemasaran yang efektif.

## 2. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

Langkah kedua dalam strategi pemasaran adalah segmentasi pasar dan *Positioning*. Penelitian ini menunjukkan bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah berhasil mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan data peserta didik yang sudah masuk. Dalam praktiknya, hal ini sesuai dengan teori segmentasi pasar yang dijelaskan oleh Ara Hidayat dan Imam Machali. Mereka menyarankan bahwa mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan karakteristik serupa adalah langkah yang penting dalam mencapai kesuksesan dalam pemasaran pendidikan.

Pemahaman terhadap preferensi segmen pasar juga diungkapkan dalam penelitian ini. Salah satu preferensi yang disorot adalah minat dalam hafalan Juz 30 dari Al-Qur'an. MTs Ma'arif Nu 08 Panican memosisikan diri sebagai tempat yang mendukung hafalan Juz 30 dengan program Tahfidz yang mereka tawarkan. Program-program unggulan seperti program Qiroatul Kutub dan pembiasaan sholat duha berjamaah memperkuat citra Madrasah sebagai tempat pendidikan agama yang kuat. Ini sejalan dengan konsep *Positioning* yang ditekankan oleh Ara Hidayat dan Imam Machali, di mana *Positioning* membantu Madrasah membedakan diri dari pesaing dan menciptakan citra yang kuat di pasar pendidikan.

## 3. Diferensiasi Produk

Langkah ketiga adalah diferensiasi produk. MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah berhasil menawarkan fitur dan layanan tambahan yang membedakan mereka dari Madrasah lain. Program Madrasah Sehat adalah salah satu fitur utama yang mencirikan Madrasah ini. Konsep membawa bekal dari rumah dan makan bersama satu minggu sekali

menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kebersihan di Madrasah. Pemeriksaan kesehatan berkala setiap bulan dan kegiatan Jumat bersih juga menjadi bagian integral dari program ini. Hal ini sesuai dengan teori Ara Hidayat dan Imam Machali yang menekankan pentingnya fitur-fitur unik dalam diferensiasi produk dalam pemasaran pendidikan.

Selain fitur dan layanan tambahan, branding dan citra Madrasah juga ditekankan dalam penelitian ini. Madrasah ini berhasil menciptakan citra sebagai "madrasah sehat," yang memengaruhi persepsi calon peserta didik dan orang tua mereka. Ini adalah bagian dari strategi branding yang efektif, sesuai dengan konsep branding dalam pemasaran pendidikan yang digagas oleh Ara Hidayat dan Imam Machali.

Strategi harga juga terungkap dalam penelitian ini, dengan program beasiswa bagi peserta didik yang telah menghafal Juz 30 dan program beasiswa berprestasi bagi bintang kelas. Ini sesuai dengan teori strategi harga dalam pemasaran pendidikan, yang menekankan pentingnya menciptakan insentif dan kemudahan bagi calon peserta didik.

Dalam keseluruhan analisis, data yang ditemukan dalam penelitian ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Ara Hidayat dan Imam Machali mengenai strategi pemasaran pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican telah mengadopsi pendekatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran pendidikan yang efektif. Data-data ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi pendidikan dan peneliti yang tertarik dalam strategi pemasaran pendidikan di masa depan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga," dapat disimpulkan bahwa Madrasah ini telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik peserta didik baru. Mereka telah memahami karakteristik pasar dengan baik, dengan berfokus pada calon peserta didik yang memiliki minat kuat dalam aspek keagamaan. Melalui segmentasi pasar dan *Positioning*, Madrasah ini telah mampu membedakan diri dari pesaing dan menciptakan citra yang kuat sebagai tempat pendidikan agama yang berkualitas. Diferensiasi produk yang mereka tawarkan, terutama dalam bentuk program Madrasah Sehat, telah menjadi salah satu daya tarik utama bagi calon peserta didik dan orang tua mereka. Citra merek "madrasah sehat" yang mereka bangun juga memiliki pengaruh positif terhadap persepsi calon peserta didik. Selain itu, strategi harga yang menarik, seperti program beasiswa, memberikan kemudahan aksesibilitas pendidikan berkualitas. Keseluruhan strategi pemasaran ini telah membantu MTs Ma'arif Nu 08 Panican untuk mengatasi tantangan penerimaan peserta didik baru dan memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang diminati. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi praktisi pendidikan yang tertarik dalam mengembangkan strategi pemasaran pendidikan yang sukses.

#### **B. Saran**

Terdapat beberapa saran terkait dengan penelitian yang sudah peneliti lakukan. Adapun saran tersebut ditunjukkan kepada:

1. Kepala Madrasah
  - a. Pertahankan Fokus pada Identifikasi Pasar

Lanjutkan untuk memprioritaskan identifikasi pasar yang cermat. Pastikan data demografis, geografis, dan psikografis calon peserta didik tetap terkini.

b. Dukung Inovasi Dalam Diferensiasi Produk

Dorong tim pengajar untuk terus berinovasi dalam menawarkan program-program unggulan yang membedakan Madrasah dari pesaing. Berikan dukungan yang diperlukan untuk pengembangan kurikulum dan program ekstrakurikuler yang menarik.

2. Marketing Madrasah

a. Perbarui Materi Pemasaran

Selalu perbarui materi pemasaran, termasuk brosur, website, dan media sosial, untuk mencerminkan informasi terbaru tentang Madrasah, program, dan prestasi.

b. Berikan Pelatihan Pemasaran

Pastikan staf pemasaran memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam strategi pemasaran digital dan *offline*.

3. Dewan Guru

a. Dukung Strategi Pemasaran

Dukung upaya pemasaran Madrasah dengan memberikan informasi yang akurat dan mempromosikan program-program unggulan di kelas. Guru dapat berperan penting dalam mengkomunikasikan nilai-nilai dan keunggulan Madrasah kepada calon peserta didik.

4. Peneliti selanjutnya

a. Perdalam Pemahaman Terhadap Preferensi Pasar

Melanjutkan penelitian yang lebih mendalam terhadap preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar, serta bagaimana perubahan dalam tren pendidikan dapat memengaruhi strategi pemasaran.

b. Evaluasi Dampak Jangka Panjang

Lakukan penelitian lanjutan untuk mengukur dampak jangka panjang dari strategi pemasaran yang telah diimplementasikan. Ini

dapat mencakup tingkat retensi peserta didik, pencapaian akademik, dan citra Madrasah di komunitas lokal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Abrori, Maskub. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda." *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)* 3, no. 2 (1 Desember 2015). <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Arikunto, Suharsimi. "Metode peneltian." *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010.
- Asmani, Jamal Ma'ruf. *Manajemen Efektif Marketing Madrasah*. Yogyakarta: Diva Press, 2015.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan strategi*. Jakarta: PT Baja Grafindo Persada, 2004.
- Barnawi. *Buku Pintar Mengelola Madrasah Swasta*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Database Peraturan | JDIH BPK. "PP No. 47 Tahun 2008." Diakses 21 November 2023. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/4861/pp-no-47-tahun-2008>.
- Database Peraturan | JDIH BPK. "UU No. 14 Tahun 2005." Diakses 21 November 2023. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/40266/uu-no-14-tahun-2005>.
- David Wijaya. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Eka Prihatin. *Manajemen Peserta Didik*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Fitriana Ahmad. "Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas." IAIN PURWOKERTO, 2016.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Hidayat, Ara, dan Imam Machali. *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Madrasah dan Madrasah*. Bandung: Pustaka Educa, 2010.
- Imron, Ali. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Madrasah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

- Imzaqiyah, Laily. "Konsep Marketing Dalam Meningkatkan Minat Input Di Lembaga Pendidikan Islam." *Managere: Indonesian Journal of Educational Management* 1, no. 1 (12 Desember 2019): 76–85.
- KamusLengkap.ID. "Arti kata strategi menurut Kamus KBBI - Kamus Lengkap Online." KamusLengkap.ID, 14 Juli 2016. <https://kamuslengkap.id/kamus/kbbi/arti-kata/strategi-2/>.
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Airlangga, 2008.
- Lisnawati, Aat. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan di Madrasah Dasar Dharma Mulia Dusun Banaran Getasan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 17 (2020).
- Muadin, Akhmad. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an." *Jurnal Pendidikan Islam* 05, no. 02 (2017).
- Muflihini, Muh. Hizbul. *Administrasi Manajemen Pendidikan*. Klaten: CV. Gema Nusa, 2017.
- pendis.kemenag.go.id. "Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kemenag RI | PENDIS." Diakses 21 November 2023. <https://pendis.kemenag.go.id/profil/tupoksi>.
- Reni Nila Sari. "Manajemen Pemasaran Industri Kreatif Kain Lukis Dalam Prespektif Ekonomi Islam, (studi kasus di Industri Kain Lukis Nasrafa Surakarta)." IAIN Purwokerto, 2015.
- Salim dan syahrums. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citra Pustaka Media, 2012.
- sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedu*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013.
- Sari, Winda, dan Marlina Marlina. "Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Perpustakaan Di SMK Tamansiswa Padang." *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan* 1, no. 1 (2012): 39–48. <https://doi.org/10.24036/334-0934>.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT glora Aksara Pratama, 1984.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Suprpto, Rifqi, dan M. Zaky Wahyudin Azizi. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher, 2000.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003.

Suwardi dan Daryanto. *Manajemen Peserta Didik*. Bandung: Gava Media, 2017.

Suyitno, Suyitno. “Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) Dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Basicedu* 5, no. 5 (21 September 2021): 4138–45. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1480>.

TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2019.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2000.

“Tugas & Fungsi – GTK Madrasah.” Diakses 21 November 2023. <https://gtkmadrasah.kemenag.go.id/tugasfungsi/>.

Usman, Husaini. *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksar, 2006.



## LAMPIRAN

### 1. OBSERVASI

Indikator Observasi	Hasil Observasi
<p>Kehadiran pada Acara Pameran Pendidikan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Jumlah staf yang hadir pada acara pameran pendidikan untuk mempromosikan sekolah.</li><li>• Respons peserta didik dan orang tua terhadap stand sekolah di pameran.</li></ul>	<p>Kehadiran pada Acara Pameran Pendidikan:</p> <p>Tingkat partisipasi staf sekolah dalam acara pameran pendidikan cukup tinggi, namun respons dari pengunjung belum optimal. Staf perlu meningkatkan interaksi dengan pengunjung untuk menarik minat mereka.</p>
<p>Efektivitas Materi Promosi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tingkat pemahaman calon peserta didik terhadap informasi yang diberikan dalam materi promosi.</li><li>• Reaksi positif/negatif calon peserta didik terhadap materi promosi.</li></ul>	<p>Efektivitas Materi Promosi:</p> <p>Materi promosi yang disampaikan dianggap informatif oleh sebagian besar calon peserta didik, tetapi masih ada kebutuhan untuk memperjelas beberapa poin penting yang kurang dipahami.</p>
<p>Penggunaan Media Sosial dan Situs Web:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Jumlah postingan dan interaksi di platform media sosial sekolah.</li><li>• Jumlah kunjungan dan durasi yang dihabiskan oleh pengunjung di situs web sekolah.</li></ul>	<p>Penggunaan Media Sosial dan Situs Web:</p> <p>Aktivitas di media sosial cukup aktif, namun tingkat keterlibatan dari pengguna masih perlu ditingkatkan. Situs web juga mendapat kunjungan yang lumayan, tapi navigasi dan konten perlu diperbarui untuk meningkatkan daya tariknya.</p>
<p>Kerjasama dengan Sekolah Menengah</p>	<p>Kerjasama dengan Sekolah</p>

<p>Pertama (SMP) Setempat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah program kerjasama dengan SMP setempat dalam perekrutan siswa.</li> <li>• Tingkat partisipasi siswa SMP dalam kegiatan promosi yang diadakan oleh MTS.</li> </ul>	<p>Menengah Pertama (SMP) Setempat:</p> <p>Kerjasama dengan SMP setempat berjalan baik, tetapi implementasi program-program kolaboratif masih membutuhkan lebih banyak terobosan untuk menarik minat siswa.</p>
<p>Feedback dari Peserta Didik dan Orang Tua:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Survei kepuasan dari peserta didik dan orang tua terkait strategi pemasaran yang dilakukan.</li> <li>• Testimoni atau ulasan positif yang diberikan oleh peserta didik atau orang tua kepada sekolah.</li> </ul>	<p>Feedback dari Peserta Didik dan Orang Tua:</p> <p>Secara umum, survei kepuasan menunjukkan respon positif, namun ada beberapa keluhan terkait kurangnya informasi yang spesifik tentang fasilitas dan kurikulum sekolah.</p>
<p>Tingkat Pendaftaran dan Persentase Penerimaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah pendaftaran peserta didik baru setelah implementasi strategi pemasaran.</li> <li>• Persentase penerimaan siswa baru dibandingkan dengan target yang ditetapkan.</li> </ul>	<p>Tingkat Pendaftaran dan Persentase Penerimaan:</p> <p>Ada peningkatan jumlah pendaftaran peserta didik baru setelah penerapan strategi pemasaran, namun persentase penerimaan masih di bawah target yang ditetapkan.</p>
<p>Analisis Persaingan dengan Sekolah Lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan statistik antara pendaftaran siswa baru di MTS dengan sekolah-sekolah sekitar.</li> <li>• Perbandingan keunggulan dan kelemahan dari strategi pemasaran</li> </ul>	<p>Analisis Persaingan dengan Sekolah Lain:</p> <p>MTS memiliki keunggulan tertentu dalam beberapa aspek dibandingkan dengan sekolah-</p>

<p>MTS dibandingkan dengan sekolah lain.</p>	<p>sekolah sekitar, tetapi masih ada area di mana perlu diperkuat untuk bersaing secara lebih efektif.</p>
<p>Rapat atau Diskusi dengan Tim Pemasaran Sekolah:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Efektivitas komunikasi dan koordinasi antar anggota tim pemasaran dalam menyusun strategi dan mengevaluasi hasil.</li> </ul>	<p>Rapat atau Diskusi dengan Tim Pemasaran Sekolah:</p> <p>Komunikasi dalam tim pemasaran terbilang efektif, namun dibutuhkan evaluasi lebih lanjut terhadap strategi yang telah diimplementasikan dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan pemasaran.</p>
<p>Tingkat Keterlibatan Komunitas Lokal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Partisipasi komunitas lokal dalam acara atau kegiatan promosi sekolah.</li> <li>Respon masyarakat terhadap inisiatif sekolah dalam memperkuat hubungan dengan komunitas lokal.</li> </ul>	<p>Tingkat Keterlibatan Komunitas Lokal:</p> <p>Keterlibatan komunitas lokal cukup baik, namun masih ada potensi untuk meningkatkan hubungan dan menggali lebih dalam potensi kolaborasi dengan komunitas setempat.</p>

## 2. Wawancara

### Percakapan bersama dengan kepala sekolah tentang Identifikasi Pasar

Peneliti: Selamat pagi, Pak Kepala Sekolah. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Saya memahami bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki strategi manajemen pemasaran yang unik dalam penerimaan peserta didik baru. Penelitian saya bertujuan untuk lebih memahami strategi-strategi tersebut. Pertama, saya ingin memulai dengan pertanyaan mengenai identifikasi pasar. Bagaimana karakteristik umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican dari segi profil demografis?

Kepala Sekolah: Selamat pagi juga. Terima kasih atas minat Anda dalam penelitian ini. Dalam hal karakteristik demografis, calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki beragam latar belakang. Secara umum, peserta didik yang mendaftar berkisar antara 13 hingga 15 tahun, yang sesuai dengan jenjang pendidikan kami di tingkat Tsanawiyah.

Dari segi jenis kelamin, kami memiliki campuran peserta didik laki-laki dan perempuan, walaupun kami melihat lebih banyak peserta didik laki-laki yang mendaftar. Hal ini mungkin berkaitan dengan preferensi dan latar belakang keluarga mereka.

Sementara dari segi latar belakang sosial ekonomi, kami telah mencatat bahwa peserta didik di sini lebih berfokus

pada aspek keagamaan. Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan sekolah formal. Salah satu alasannya adalah karena di madrasah, jam pelajaran keagamaan lebih banyak dan lebih menekankan nilai-nilai agama dalam pendidikan. Oleh karena itu, kami melihat latar belakang sosial ekonomi peserta didik cenderung beragam, dengan penekanan kuat pada nilai-nilai keagamaan.

**Peneliti:** Terima kasih atas penjelasannya. Sangat menarik melihat bagaimana keagamaan menjadi faktor penting dalam pemilihan madrasah. Selanjutnya, saya ingin mengetahui profil geografis calon peserta didik. Dapatkah Anda menjelaskan dari daerah mana calon peserta didik biasanya berasal, seperti kecamatan atau desa, dan sejauh apa jarak tempuh mereka ke sekolah?

**Kepala Sekolah:** Tentu. MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah sekolah yang terletak di daerah pedesaan. Sebagian besar calon peserta didik kami berasal dari desa-desa sekitar dan beberapa dari kecamatan terdekat. Kebanyakan peserta didik yang mendaftar adalah mereka yang tinggal dalam jarak tempuh yang cukup dekat dengan sekolah, karena ini memudahkan mereka dalam mengakses pendidikan.

Faktanya, sebagian besar peserta didik kami adalah warga setempat, dan sekolah ini menjadi pilihan utama bagi mereka. Beberapa dari mereka mungkin juga sebelumnya telah mengikuti pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah di desa atau di madrasah-madrasah setempat, sehingga memilih untuk melanjutkan pendidikan mereka di sini. Hal ini juga

berkaitan dengan preferensi orang tua untuk pendidikan yang berfokus pada nilai-nilai agama.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Hal ini memberikan gambaran yang jelas tentang asal-usul peserta didik. Terakhir, saya ingin mengetahui profil psikografis calon peserta didik. Apa yang bisa Anda bagikan tentang minat, kebutuhan, dan preferensi calon peserta didik terkait pendidikan?

Kepala Sekolah: Dalam hal profil psikografis, kami melihat bahwa orang tua calon peserta didik memiliki harapan yang kuat terkait pendidikan agama. Mereka menginginkan anak-anak mereka memiliki kemampuan menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini menjadi prioritas bagi mereka, dan sebagai sekolah, kami memberikan perhatian serius terhadap pengajaran dan penghafalan Al-Qur'an.

Selain itu, orang tua juga mengharapkan pendidikan yang menekankan nilai-nilai agama dan etika moral. Mereka ingin anak-anak mereka mendapatkan pemahaman yang baik tentang agama dan tumbuh sebagai individu yang berakhlak baik. Oleh karena itu, kami memiliki program-program pendidikan yang menekankan pendidikan agama dan moralitas sebagai bagian integral dari kurikulum kami.

Kebutuhan psikografis lainnya termasuk minat peserta didik dalam hal pembelajaran agama dan keinginan mereka untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas dalam lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan moral mereka.

Peneliti: Terima kasih atas wawancaranya yang sangat informatif, Pak Kepala Sekolah. Informasi ini akan sangat bermanfaat

untuk penelitian saya mengenai strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Saya sangat menghargai waktunya.

Kepala Sekolah: Terima kasih juga kepada Anda, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang bermanfaat. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan pendidikan di masa depan.



## **Percakapan bersama dengan kepala sekolah tentang Segmentasi Pasar dan Positioning**

**Peneliti:** Selamat pagi, Pak Kepala Sekolah. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Saya memahami bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki strategi manajemen pemasaran yang unik dalam penerimaan peserta didik baru. Penelitian saya bertujuan untuk lebih memahami strategi-strategi tersebut. Pertama, saya ingin memulai dengan pertanyaan mengenai identifikasi pasar. Bagaimana karakteristik umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican dari segi profil demografis?

**Kepala Sekolah:** Selamat pagi juga. Terima kasih atas minat Anda dalam penelitian ini. Dalam hal karakteristik demografis, calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki beragam latar belakang. Secara umur, peserta didik yang mendaftar berkisar antara 13 hingga 15 tahun, yang sesuai dengan jenjang pendidikan kami di tingkat Tsanawiyah.

Dari segi jenis kelamin, kami memiliki campuran peserta didik laki-laki dan perempuan, walaupun kami melihat lebih banyak peserta didik laki-laki yang mendaftar. Hal ini mungkin berkaitan dengan preferensi dan latar belakang keluarga mereka.

Sementara dari segi latar belakang sosial ekonomi, kami telah mencatat bahwa peserta didik di sini lebih berfokus pada aspek keagamaan. Banyak orang tua yang memilih

untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan sekolah formal. Salah satu alasannya adalah karena di madrasah, jam pelajaran keagamaan lebih banyak dan lebih menekankan nilai-nilai agama dalam pendidikan. Oleh karena itu, kami melihat latar belakang sosial ekonomi peserta didik cenderung beragam, dengan penekanan kuat pada nilai-nilai keagamaan.

**Peneliti:** Terima kasih atas penjelasannya. Sangat menarik melihat bagaimana keagamaan menjadi faktor penting dalam pemilihan madrasah. Selanjutnya, saya ingin mengetahui profil geografis calon peserta didik. Dapatkah Anda menjelaskan dari daerah mana calon peserta didik biasanya berasal, seperti kecamatan atau desa, dan sejauh apa jarak tempuh mereka ke sekolah?

**Kepala Sekolah:** Tentu. MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah sekolah yang terletak di daerah pedesaan. Sebagian besar calon peserta didik kami berasal dari desa-desa sekitar dan beberapa dari kecamatan terdekat. Kebanyakan peserta didik yang mendaftar adalah mereka yang tinggal dalam jarak tempuh yang cukup dekat dengan sekolah, karena ini memudahkan mereka dalam mengakses pendidikan.

Faktanya, sebagian besar peserta didik kami adalah warga setempat, dan sekolah ini menjadi pilihan utama bagi mereka. Beberapa dari mereka mungkin juga sebelumnya telah mengikuti pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah di desa atau di madrasah-madrasah setempat, sehingga memilih untuk melanjutkan pendidikan mereka di sini. Hal ini juga

berkaitan dengan preferensi orang tua untuk pendidikan yang berfokus pada nilai-nilai agama.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Hal ini memberikan gambaran yang jelas tentang asal-usul peserta didik. Terakhir, saya ingin mengetahui profil psikografis calon peserta didik. Apa yang bisa Anda bagikan tentang minat, kebutuhan, dan preferensi calon peserta didik terkait pendidikan?

Kepala Sekolah: Dalam hal profil psikografis, kami melihat bahwa orang tua calon peserta didik memiliki harapan yang kuat terkait pendidikan agama. Mereka menginginkan anak-anak mereka memiliki kemampuan menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini menjadi prioritas bagi mereka, dan sebagai sekolah, kami memberikan perhatian serius terhadap pengajaran dan penghafalan Al-Qur'an.

Selain itu, orang tua juga mengharapkan pendidikan yang menekankan nilai-nilai agama dan etika moral. Mereka ingin anak-anak mereka mendapatkan pemahaman yang baik tentang agama dan tumbuh sebagai individu yang berakhlak baik. Oleh karena itu, kami memiliki program-program pendidikan yang menekankan pendidikan agama dan moralitas sebagai bagian integral dari kurikulum kami.

Kebutuhan psikografis lainnya termasuk minat peserta didik dalam hal pembelajaran agama dan keinginan mereka untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas dalam lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan moral mereka.

Peneliti: Terima kasih atas wawancaranya yang sangat informatif, Pak Kepala Sekolah. Informasi ini akan sangat bermanfaat

untuk penelitian saya mengenai strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Saya sangat menghargai waktunya.

Kepala Sekolah: Terima kasih juga kepada Anda, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang bermanfaat. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan pendidikan di masa depan.



## **Percakapan bersama dengan kepala sekolah tentang Segmentasi Pasar dan Positioning Diferensiasi Produk**

Peneliti: Selamat siang, Pak Kepala Sekolah. Terima kasih telah bersedia melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin mendiskusikan tentang diferensiasi produk yang dilakukan oleh sekolah ini. Pertama-tama, apakah Anda dapat menjelaskan fitur dan layanan tambahan yang ditawarkan oleh MTs Ma'arif Nu 08 Panican yang membedakan sekolah ini dari sekolah lain, seperti program ekstrakurikuler, fasilitas, atau metode pengajaran?

Kepala Sekolah: Selamat siang juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda. MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki fitur dan layanan tambahan yang kami anggap sebagai ciri khas dari sekolah kami. Salah satu program unggulan kami adalah "Program Madrasah Sehat." Dalam program ini, peserta didik kami membawa bekal makanan dari rumah, dan kami menyediakan makanan sekolah satu kali seminggu. Program ini dirancang untuk memastikan bahwa peserta didik kami mendapatkan makanan yang sehat dan bergizi saat berada di sekolah.

Kami juga memiliki pemeriksaan kesehatan berkala yang dilakukan setiap bulan oleh tenaga medis dari puskesmas setempat. Ini adalah upaya kami untuk memastikan bahwa

peserta didik kami selalu dalam kondisi sehat dan mendapatkan perawatan kesehatan yang diperlukan.

Selain itu, kami memiliki kegiatan "Jumat Bersih" di mana peserta didik kami bersama-sama membersihkan lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dan kebersihan.

**Peneliti:** Terima kasih atas penjelasannya. Program Madrasah Sehat dan pemeriksaan kesehatan berkala sepertinya merupakan inisiatif yang sangat berharga. Selanjutnya, saya ingin membahas tentang branding dan citra sekolah. Bagaimana sekolah mengelola citra mereknya, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi calon peserta didik?

**Kepala Sekolah:** MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki brand yang kuat dalam konsep "Madrasah Sehat." Kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan peserta didik kami. Program-program seperti "Madrasah Sehat" yang telah saya sebutkan sebelumnya adalah bagian dari upaya kami untuk menciptakan citra sekolah yang sehat dan peduli terhadap kesejahteraan peserta didik.

Citra merek ini memiliki dampak positif pada persepsi calon peserta didik dan orang tua mereka. Mereka melihat bahwa pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican tidak hanya berkaitan dengan aspek akademik, tetapi juga dengan kesehatan fisik dan mental peserta didik. Kami juga mengkomunikasikan citra ini melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan promosi sekolah.

Peneliti: Itu sangat menarik. Terakhir, saya ingin memahami apakah sekolah memiliki strategi harga yang membedakan mereka dari pesaing. Apakah ada program beasiswa atau diskon yang ditawarkan oleh sekolah?

Kepala Sekolah: Kami memiliki beberapa strategi harga yang membedakan kami dari pesaing. Pertama, kami menawarkan beasiswa bagi peserta didik yang sudah hafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah cara kami memberikan insentif kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi agama yang tinggi.

Selain itu, kami juga memberikan beasiswa berprestasi bagi bintang-bintang kelas. Beasiswa ini adalah pengakuan atas usaha dan prestasi peserta didik dalam hal akademis. Dalam hal ini, kami memberikan insentif bagi peserta didik untuk meningkatkan prestasi mereka.

Kami juga memiliki program di mana peserta didik yang memenuhi syarat dapat memperoleh gratis SPP selama 3 bulan. Ini adalah upaya kami untuk membantu keluarga-keluarga yang mungkin mengalami kesulitan ekonomi dalam membayar biaya pendidikan.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasan lengkapnya. Strategi harga yang inklusif ini tentu akan menjadi nilai tambah bagi peserta didik dan keluarga mereka. Saya sangat menghargai waktunya, Pak Kepala Sekolah.

Kepala Sekolah: Sama-sama, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau membutuhkan data tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat

memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.



## **Percakapan bersama dengan Ibu Ummul Marifah selaku Marketing Sekolah tentang Identifikasi Pasar**

**Peneliti:** Selamat sore, Ibu Ummul Ma'rifati. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin fokus pada identifikasi pasar. Pertama-tama, bagaimana Anda menentukan karakteristik umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican?

**Ummul Marifah:** Selamat sore juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda dalam penelitian ini. Dalam hal identifikasi pasar, kami melakukan analisis terhadap karakteristik calon peserta didik yang mendaftar ke MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Secara demografi, kita melihat bahwa banyak calon peserta didik memiliki latar belakang sosial ekonomi yang lebih berfokus kepada aspek keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah dibandingkan dengan sekolah Umum. Salah satu alasannya adalah karena jam pelajaran keagamaan di madrasah lebih banyak dan dianggap lebih penting dalam pendidikan mereka. Sebagian besar calon peserta didik kami juga memiliki minat dan motivasi yang tinggi dalam aspek keagamaan.

**Peneliti:** Terima kasih atas penjelasannya. Pemahaman mengenai latar belakang sosial ekonomi dan minat keagamaan calon

peserta didik sangat relevan dalam konteks pendidikan di madrasah. Selanjutnya, saya ingin membahas profil geografis calon peserta didik. Bagaimana sekolah menentukan daerah asal calon peserta didik, seperti kecamatan atau desa, dan jarak tempuh ke sekolah?

Ummul Marifah: Untuk profil geografis calon peserta didik, kami mengumpulkan data mengenai asal calon peserta didik saat mereka mendaftar. Kami mencatat daerah asal mereka, apakah itu kecamatan atau desa. Data ini membantu kami memahami asal usul geografis calon peserta didik dan seberapa jauh jarak tempuh mereka ke sekolah.

Penting untuk dicatat bahwa banyak calon peserta didik kami berasal dari desa-desa tetangga dan kecamatan sekitar. Ini bisa disebabkan oleh fakta bahwa di wilayah kami, madrasah ibtidaiyah lebih banyak dibandingkan dengan sekolah dasar, sehingga banyak anak-anak yang melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah di madrasah, termasuk di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.

Peneliti: Pemahaman tentang profil geografis calon peserta didik juga sangat penting dalam perencanaan dan pemasaran sekolah. Terakhir, saya ingin membahas profil psikografis calon peserta didik. Bagaimana sekolah menganalisis minat, kebutuhan, dan preferensi calon peserta didik terkait pendidikan?

Ummul Marifah: Dalam menganalisis profil psikografis calon peserta didik, kami mengadakan interaksi dengan calon peserta didik dan orang tua mereka selama proses pendaftaran. Salah satu preferensi utama yang kami temukan adalah bahwa banyak orang tua menginginkan anak-anak mereka dapat hafal Juz

30 dari Al-Qur'an. Ini adalah tujuan pendidikan agama yang sangat dihargai di komunitas kami, dan sebagai sekolah yang berorientasi pada agama, kami berupaya untuk memenuhi preferensi ini.

Selain itu, kami juga mendengarkan kebutuhan dan preferensi lainnya, seperti harapan akan kualitas pendidikan dan lingkungan yang mendukung pengembangan karakter anak-anak mereka. Informasi ini membantu kami merancang program dan strategi pemasaran yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi calon peserta didik.

Peneliti: Terima kasih atas wawancara yang sangat informatif, Ibu Ummul Ma'rifati. Informasi ini akan sangat berguna untuk penelitian saya. Saya sangat menghargai waktunya.

Ummul Marifah: Sama-sama, semoga penelitian Anda berhasil, dan kami senang bisa berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau membutuhkan data tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.

## **Percakapan bersama dengan Ibu Ummul Marifah selaku Marketing Sekolah tentang Segmentasi Pasar dan Positioning**

Peneliti: Selamat sore, Ibu Ummul Marifah. Terima kasih atas waktu yang telah Anda luangkan untuk berbicara dengan saya dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin mendiskusikan lebih lanjut tentang segmentasi pasar dan strategi positioning yang diadopsi oleh sekolah ini. Pertama-tama, bagaimana Anda menentukan segmentasi pasar, yaitu mengidentifikasi kelompok-kelompok calon peserta didik dengan karakteristik serupa?

Ummul Marifah: Selamat sore juga, saya senang bisa berbicara dengan Anda. Kami menentukan segmentasi pasar dengan mempertimbangkan karakteristik dan preferensi calon peserta didik. Salah satu pendekatan yang kami gunakan adalah dengan mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan data yang sudah ada, terutama data peserta didik yang sudah masuk di MTs Ma'arif NU 08 Panican. Kepala sekolah kami melakukan analisis terhadap peserta didik yang sudah ada untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok dengan karakteristik serupa, seperti minat dalam keagamaan atau program-program tertentu. Kami juga mempertimbangkan preferensi mereka dalam proses ini.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Dengan pendekatan tersebut, Anda dapat mengelompokkan calon peserta didik sesuai dengan karakteristik dan preferensi mereka.

Selanjutnya, saya ingin membahas pemahaman terhadap preferensi segmen pasar. Bagaimana sekolah menganalisis preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar?

**Ummul Marifah:** Kami sangat memperhatikan preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar. Salah satu aspek yang kami prioritaskan adalah peserta didik yang mendaftarkan diri lebih dahulu. Bagi mereka, kami menawarkan kemudahan dengan memberikan gratis biaya uang gedung sebagai insentif. Hal ini sebagai upaya untuk memberikan apresiasi kepada calon peserta didik yang pertama kali mendaftar dan memberikan insentif kepada mereka. Selain itu, kami juga berusaha untuk memahami preferensi dan harapan lainnya dalam setiap segmen pasar. Sebagai contoh, bagi calon peserta didik yang memiliki minat dalam hafalan Juz 30, kami menawarkan program Tahfidz Juz 30 sebagai bagian dari strategi positioning kami. Selain itu, kami memiliki program Qiroatul Kutub (Safinah dan Fathul Qorib) serta pembiasaan sholat duha berjamaah sebagai bagian dari upaya kami untuk memenuhi preferensi mereka.

**Peneliti:** Terima kasih atas penjelasan yang sangat jelas. Strategi mengutamakan peserta didik yang mendaftar lebih dahulu dengan insentif serta program-program unggulan yang sesuai dengan preferensi segmen pasar merupakan pendekatan yang cerdas. Terakhir, saya ingin mendiskusikan strategi positioning sekolah. Bagaimana sekolah menentukan posisinya di pasar pendidikan dan bagaimana sekolah membedakan dirinya dari pesaing?

Ummul Marifah: Strategi positioning adalah hal yang sangat penting bagi kami. Kami berusaha untuk memposisikan MTs Ma'arif NU 08 Panican sebagai sekolah yang berfokus pada pendidikan agama dan prestasi akademik. Salah satu cara kami membedakan diri dari pesaing adalah dengan memiliki program-program unggulan yang mempromosikan pendidikan agama yang kuat, seperti program Tahfidz Juz 30. Program ini memungkinkan peserta didik untuk menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an selama berada di sekolah. Selain itu, kami memiliki program Qiroatul Kutub yang mencakup buku Safinah dan Fathul Qorib, serta pembiasaan sholat duha berjamaah sebagai bagian dari pendidikan kami. Semua ini adalah upaya kami untuk menciptakan citra sekolah yang berorientasi pada agama dan berkomitmen pada prestasi akademik yang tinggi.

Peneliti: Terima kasih banyak atas penjelasan tersebut. Strategi positioning yang kuat dengan program-program unggulan yang berfokus pada pendidikan agama adalah aset berharga dalam pemasaran pendidikan. Informasi ini akan sangat bermanfaat untuk penelitian saya. Saya menghargai waktunya, Ibu Ummul Ma'rifati.

Ummul Ma'rifati: Sama-sama, semoga penelitian Anda sukses, dan kami senang bisa berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau membutuhkan data tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.

## **Percakapan bersama dengan Ibu Ummul Marifah selaku Marketing Sekolah tentang Diferensiasi Produk**

Peneliti: Selamat sore, Ibu Ummul Marifah. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk berbicara dengan saya dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin fokus pada diferensiasi produk dan bagaimana sekolah membedakan diri dari pesaing. Pertama-tama, bagaimana sekolah menilai fitur-fitur khusus yang ditawarkan oleh MTs Ma'arif Nu 08 Panican yang membedakan sekolah ini dari sekolah lain?

Ummul Marifah: Selamat sore, saya senang bisa berbicara dengan Anda. Dalam hal diferensiasi produk, kami memiliki beberapa fitur dan layanan tambahan yang membedakan MTs Ma'arif Nu 08 Panican dari sekolah lain. Salah satunya adalah program "Madrasah Sehat," yang menjadi ciri khas kami. Dalam program ini, peserta didik kami membawa bekal dari rumah dan makan satu minggu sekali bersama. Ini membantu menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kebersihan di sekolah. Selain itu, kami juga memiliki pemeriksaan berkala setiap bulan dari puskesmas setempat, yang memberikan perhatian khusus terhadap kesehatan peserta didik kami. Dan setiap Jumat, kami memiliki kegiatan "Jumat Bersih" di mana peserta didik dan staf membersihkan lingkungan sekolah, menciptakan rasa kebersamaan dan tanggung jawab.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasan tersebut. Program Madrasah Sehat dan kegiatan-kegiatan lainnya tampaknya sangat unik dan berkontribusi pada pengalaman pendidikan di sekolah ini. Selanjutnya, saya ingin membahas branding dan citra sekolah. Bagaimana sekolah mengelola citra mereknya, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi calon peserta didik?

Ummul Marifah: Kami sangat berkomitmen untuk menjaga citra merek sekolah kami. Kami telah membangun citra bahwa MTs Ma'arif Nu 08 Panican adalah "madrasah sehat." Citra ini diperkuat melalui program-program sehat yang kami tawarkan, seperti program Madrasah Sehat dan pemeriksaan kesehatan berkala. Citra ini memengaruhi persepsi calon peserta didik dengan memberikan keyakinan bahwa sekolah ini adalah tempat yang peduli terhadap kesehatan dan lingkungan yang mendukung pembelajaran. Hal ini membuat kami menjadi pilihan yang menarik bagi orang tua yang ingin memastikan bahwa anak-anak mereka mendapatkan pendidikan dalam lingkungan sehat dan aman.

Peneliti: Citra merek yang kuat dapat memiliki dampak positif pada persepsi calon peserta didik dan orang tua mereka. Terakhir, saya ingin membahas strategi harga. Bagaimana sekolah memahami apakah memiliki strategi harga yang membedakan mereka dari pesaing, seperti program beasiswa atau diskon?

Ummul Marifah: Dalam hal strategi harga, kami memahami bahwa ini dapat menjadi faktor penting bagi calon peserta didik dan orang tua mereka. Salah satu strategi harga yang kami tawarkan

adalah program beasiswa bagi peserta didik yang sudah menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini merupakan upaya kami untuk memberikan apresiasi kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi tersebut. Kami juga menawarkan beasiswa berprestasi bagi bintang kelas, yang mencakup gratis SPP selama 3 bulan. Ini adalah cara kami untuk mendorong prestasi akademik dan memberikan insentif kepada peserta didik yang berprestasi.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasan yang sangat komprehensif. Strategi harga yang mencakup program beasiswa dan insentif untuk prestasi akademik adalah tindakan yang positif. Informasi ini akan sangat berguna untuk penelitian saya. Saya menghargai waktunya, Ibu Ummul Ma'rifati.

Ummul Marifah: Sama-sama, semoga penelitian Anda berhasil, dan kami senang bisa berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau membutuhkan data tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.

## **Percakapan bersama dengan Ibu Mangesti Ma'rifati selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta didik Baru tentang Identifikasi Pasar**

Peneliti: Selamat pagi, Ibu Mangesti. Pertama-tama, saya ingin membahas tentang identifikasi pasar. Bagaimana Anda menentukan karakteristik umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi calon peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican?

Mangesti M: Selamat pagi juga, terima kasih telah melibatkan saya dalam penelitian Anda. Dalam hal identifikasi pasar, kami melakukan analisis karakteristik calon peserta didik yang mendaftar ke sekolah kami. Dari segi umur, peserta didik yang mendaftar di MTs Ma'arif Nu 08 Panican biasanya berusia antara 13 hingga 15 tahun, sesuai dengan jenjang pendidikan Tsanawiyah.

Kemudian, dalam hal jenis kelamin, kami memiliki peserta didik laki-laki dan perempuan, tetapi cenderung lebih banyak peserta didik laki-laki yang mendaftar. Ini mungkin disebabkan oleh preferensi dan kebijakan orang tua mereka.

Dari segi latar belakang sosial ekonomi, kami melihat bahwa peserta didik dan orang tua mereka lebih berfokus pada aspek keagamaan dalam pendidikan. Banyak orang tua yang memilih untuk melanjutkan pendidikan anak-anak mereka di madrasah, dibandingkan dengan sekolah formal, karena di madrasah, jam pelajaran keagamaan lebih banyak dan pendidikan agama lebih ditekankan.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Sangat menarik melihat bagaimana keagamaan menjadi faktor penting dalam pemilihan madrasah. Selanjutnya, saya ingin mengetahui tentang profil

geografis calon peserta didik. Dapatkah Anda menjelaskan dari mana calon peserta didik biasanya berasal, seperti kecamatan atau desa, dan sejauh apa jarak tempuh mereka ke sekolah?

Mangesti M: Tentu. MTs Ma'arif Nu 08 Panican terletak di daerah pedesaan. Sebagian besar calon peserta didik kami berasal dari desa-desa sekitar dan beberapa dari kecamatan terdekat. Banyak dari mereka adalah warga setempat dan sekolah ini menjadi pilihan utama bagi mereka. Beberapa calon peserta didik mungkin sebelumnya telah mengikuti pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah di desa atau di madrasah-madrasah setempat, sehingga mereka memilih untuk melanjutkan pendidikan mereka di sini.

Jarak tempuh ke sekolah bervariasi, tetapi kebanyakan peserta didik tinggal dalam jarak yang cukup dekat dengan sekolah. Hal ini memudahkan mereka dalam mengakses pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Hal ini memberikan gambaran yang jelas tentang asal-usul peserta didik. Terakhir, saya ingin mengetahui profil psikografis calon peserta didik. Apa yang dapat Anda bagikan tentang minat, kebutuhan, dan preferensi calon peserta didik terkait pendidikan?

Mangesti M: Dalam hal profil psikografis, kami telah memperhatikan bahwa orang tua calon peserta didik memiliki harapan yang kuat terkait pendidikan agama. Mereka menginginkan anak-anak mereka memiliki kemampuan menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini menjadi prioritas bagi mereka, dan sebagai sekolah, kami memberikan perhatian serius terhadap pengajaran dan penghafalan Al-Qur'an.

Orang tua juga mengharapkan pendidikan yang menekankan nilai-nilai agama dan etika moral. Mereka ingin anak-anak mereka

mendapatkan pemahaman yang baik tentang agama dan tumbuh sebagai individu yang berakhlak baik. Oleh karena itu, kami memiliki program-program pendidikan yang menekankan pendidikan agama dan moralitas sebagai bagian integral dari kurikulum kami.

Kebutuhan psikografis lainnya termasuk minat peserta didik dalam hal pembelajaran agama dan keinginan mereka untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas dalam lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan moral mereka.

Peneliti: Terima kasih atas wawancaranya yang sangat informatif, Ibu Mangesti. Informasi ini akan sangat bermanfaat untuk penelitian saya mengenai strategi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panic. Saya sangat menghargai waktunya.

Mangesti M: Sama-sama, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang bermanfaat. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan pendidikan di masa depan. Jika Anda membutuhkan informasi tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami.

## **Percakapan bersama dengan Ibu Mangesti Ma'rifati selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta didik Baru tentang Segmentasi Pasar dan Positioning**

Peneliti: Selamat sore, Ibu Mangesti. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin fokus pada segmentasi pasar dan positioning yang dilakukan oleh sekolah ini. Pertama-tama, bagaimana Anda menentukan segmentasi pasar dan mengidentifikasi kelompok-kelompok calon peserta didik yang memiliki karakteristik serupa?

Mangesti M: Selamat sore juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda dalam penelitian ini. Dalam hal segmentasi pasar, kami berupaya untuk memahami karakteristik calon peserta didik yang mendaftar ke MTs Ma'arif Nu 08 Panican. Salah satu cara kami melakukannya adalah dengan mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan data peserta didik yang sudah masuk ke sekolah kami.

Kami mempertimbangkan faktor-faktor seperti latar belakang sosial ekonomi, minat dalam pendidikan agama, dan preferensi terkait program-program pendidikan tertentu. Dengan cara ini, kami dapat mengidentifikasi segmen pasar yang memiliki karakteristik serupa dan merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk masing-masing segmen tersebut.

Peneliti: Itu adalah pendekatan yang masuk akal. Selanjutnya, saya ingin membahas pemahaman terhadap preferensi segment pasar. Bagaimana sekolah menganalisis preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar?

Mangesti M: Kami memahami preferensi dan harapan calon peserta didik dalam masing-masing segmen pasar dengan melakukan survei dan interaksi langsung dengan calon peserta didik dan orang tua mereka. Salah satu cara kami memenuhi preferensi ini adalah dengan mengutamakan peserta didik yang mendaftar lebih dahulu dengan gratis biaya uang gedung. Kami menyadari bahwa beberapa calon peserta didik dan orang tua mereka mungkin ingin memastikan bahwa pendidikan berkualitas di MTs Ma'arif Nu 08 Panicin dapat diakses tanpa hambatan finansial. Oleh karena itu, kami memberikan insentif ini sebagai upaya kami untuk mendukung preferensi ini.

Peneliti: Itu adalah langkah yang sangat baik untuk memahami dan merespons preferensi calon peserta didik. Terakhir, saya ingin membahas strategi positioning. Bagaimana sekolah menentukan posisinya di pasar pendidikan dan bagaimana sekolah membedakan dirinya dari pesaing?

Mangesti M: Kami menentukan posisi sekolah di pasar pendidikan dengan berfokus pada keunggulan dan program unggulan yang kami tawarkan. Salah satu program unggulan kami adalah "Program Tahfidz Juz 30," di mana peserta didik diajarkan untuk menghafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah nilai tambah yang signifikan bagi orang tua yang menginginkan pendidikan agama yang kuat.

Kami juga memiliki program Qiroatul Kutub (Safinah dan Fathul Qorib), serta kebiasaan pagi berupa shalat Duha berjamaah. Semua program ini mencerminkan komitmen kami pada pendidikan agama yang mendalam dan membedakan diri kami dari pesaing. Kami percaya bahwa pendidikan agama yang kuat adalah nilai yang kami tawarkan kepada calon peserta didik kami.

Dalam strategi positioning ini, kami berusaha untuk menjadi sekolah pilihan bagi orang tua yang menginginkan pendidikan agama yang kuat dan berorientasi pada nilai-nilai agama.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasan yang sangat informatif, Mangesti. Informasi ini akan sangat bermanfaat untuk penelitian saya. Saya sangat menghargai waktunya.

Mangesti M: Sama-sama, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau membutuhkan data tambahan, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.



**Percakapan bersama dengan Ibu Mangesti Ma'rifati selaku  
Ketua Panitia Penerimaan Peserta didik Baru tentang  
Diferensiasi Produk**

Peneliti: Selamat pagi, Ibu Mangesti. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara dalam rangka penelitian saya mengenai "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif Nu 08 Panican." Hari ini, saya ingin fokus pada diferensiasi produk dan strategi harga yang dilakukan oleh sekolah ini. Pertama-tama, bagaimana Anda menilai fitur khusus yang ditawarkan oleh MTs Ma'arif Nu 08 Panican yang membedakan sekolah ini dari sekolah lain, seperti program ekstrakurikuler, fasilitas, atau metode pengajaran?

Mangesti M: Selamat pagi juga, saya senang dapat berbicara dengan Anda dalam penelitian ini. Dalam hal fitur dan layanan tambahan, kami memiliki program yang kami anggap sebagai fitur khusus yang membedakan kami dari sekolah lain. Salah satu program unggulan kami adalah "Program Madrasah Sehat." Dalam program ini, peserta didik kami membawa bekal makanan dari rumah, dan kami menyediakan makanan sekolah satu kali seminggu. Program ini dirancang untuk memastikan bahwa peserta didik kami mendapatkan makanan yang sehat dan bergizi saat berada di sekolah.

Kami juga memiliki pemeriksaan kesehatan berkala yang dilakukan setiap bulan oleh tenaga medis dari puskesmas setempat. Ini adalah upaya kami untuk memastikan bahwa peserta didik kami selalu dalam kondisi sehat dan mendapatkan perawatan kesehatan yang diperlukan.

Selain itu, kami memiliki kegiatan "Jumat Bersih" di mana peserta didik kami bersama-sama membersihkan lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dan kebersihan.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasannya. Program Madrasah Sehat dan pemeriksaan kesehatan berkala sepertinya merupakan inisiatif yang sangat berharga. Selanjutnya, saya ingin membahas tentang branding dan citra sekolah. Bagaimana sekolah mengelola citra mereknya, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi calon peserta didik?

Mangesti M: MTs Ma'arif Nu 08 Panican memiliki brand yang kuat dalam konsep "Madrasah Sehat." Kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan peserta didik kami. Program-program seperti "Madrasah Sehat" yang telah saya sebutkan sebelumnya adalah bagian dari upaya kami untuk menciptakan citra sekolah yang sehat dan peduli terhadap kesejahteraan peserta didik.

Citra merek ini memiliki dampak positif pada persepsi calon peserta didik dan orang tua mereka. Mereka melihat bahwa pendidikan di MTs Ma'arif Nu 08 Panican tidak hanya berkaitan dengan aspek akademik, tetapi juga dengan kesehatan fisik dan mental peserta didik. Kami juga mengkomunikasikan citra ini melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan promosi sekolah.

Peneliti: Itu sangat menarik. Terakhir, saya ingin memahami apakah sekolah memiliki strategi harga yang membedakan mereka dari pesaing. Apakah ada program beasiswa atau diskon yang ditawarkan oleh sekolah?

Mangesti M: Kami memiliki beberapa strategi harga yang membedakan kami dari pesaing. Pertama, kami menawarkan beasiswa bagi peserta didik yang sudah hafal Juz 30 dari Al-Qur'an. Ini adalah cara kami memberikan insentif kepada peserta didik yang telah mencapai prestasi agama yang tinggi.

Selain itu, kami juga memberikan beasiswa berprestasi bagi bintang-bintang kelas. Beasiswa ini adalah pengakuan atas usaha dan prestasi peserta didik dalam hal akademis. Dalam hal ini, kami memberikan insentif bagi peserta didik untuk meningkatkan prestasi mereka.

Kami juga memiliki program di mana peserta didik yang memenuhi syarat dapat memperoleh gratis SPP selama 3 bulan. Ini adalah upaya kami untuk membantu keluarga-keluarga yang mungkin mengalami kesulitan ekonomi dalam membayar biaya pendidikan.

Peneliti: Terima kasih atas penjelasan lengkapnya, Ibu Mangesti. Strategi harga yang inklusif ini tentu akan menjadi nilai tambah bagi peserta didik dan keluarga mereka. Saya sangat menghargai waktunya.

Ibu Mangesti: Sama-sama, semoga penelitian Anda berjalan dengan baik, dan kami senang dapat berbagi informasi yang mungkin bermanfaat. Jika Anda membutuhkan informasi tambahan atau memiliki pertanyaan lebih lanjut, jangan ragu untuk menghubungi kami. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pendidikan di masa depan.

### C. Dokumentasi

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti peroleh di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga, maka diperoleh data sebagai berikut:

#### 1. Profil MTs Ma'arif NU 08 Panican

Nama Madrasah	: MTs Ma'arif NU 08 Panican
NSPN	: 20363484
NSM	: 121233030002
Nama Kepala Madrasah	: H. Torik Jahidin, S.Pd.I, M.Pd.I
Alamat Madrasah	: Jln. Raya Panican, Rt 13 Rw 05, Desa Panican
Kecamatan	: Kemangkon
Kabupaten/Kota	: Purbalingga
Provinsi	: Jawa Tengah
Status Madrasah	: Swasta
Akreditasi Madrasah	: A
No Sertifikat Akreditasi	:
Waktu Belajar	: Pagi Hari
No. Telephone	:
Status Tanah	: Wakaf
Luas Tanah Wakaf	: 1080 m <sup>2</sup>
Luas Tanah Milik Sendiri	: 420 m <sup>2</sup>
Luas Bnagunan	: 592 m <sup>2</sup>
Bangunan Madrasah	: Milik Sendiri. <sup>92</sup>

#### 2. Letak Geografis

Letak geografis merupakan suatu letak wilayah yang dapat dilihat dari kenyataan di muka bumi. Secara geografis, MTs Ma'arif NU 08

---

<sup>92</sup> Dokumentasi Pendirian Madrasah yang diteliti pada tanggal 28 Oktober 2021

Panican terletak di Jl. Raya Panican No. 184, RT 13 RW 5, Kec. Kemangkon Kab. Purbalingga 53381, Jawa Tengah.<sup>93</sup>

### 3. Sejarah Berdirinya

Pada tahun 1970 masyarakat sekitar Kecamatan Kemangkon terutama masyarakat yang berpaham Nahdlatul Ulama mempunyai gagasan ingin membangun sebuah lembaga pendidikan yang lebih mengutamakan pelajaran agama islam dari pada pelajaran umum, dengan nama MTs Nahdlatul-Ulama.

Pada masa itu memang madrasah berkembang dengan baik, tapi masih mengalami beberapa kendala, diantaranya :

1. Umat islam Kecamatan Kemangkon pada waktu itu kurang berpartisipasi terhadap madrasah.
2. Masyarakat kurang percaya terhadap kemampuan para lulusan madrasah sehingga para orang tua enggan menyekolahkan ke madrasah.
3. Keadaan ekonomi pada saat itu melemah
4. Kurangnya sarana dan prasarana Madrasah

Tetapi walaupun dengan keadaan masyarakat yang sangat memprihatinkan, madrasah itu masih menamatkan/meluluskan anak didiknya lebih dari 60 siswa tiap tahun, karena masih ada sedikit kepercayaan dari masyarakat terhadap madrasah.

Dari pergantian tahun ke tahun, madrasah mengalami perkembangan yang luar biasa, yang tadinya tiap tahun hanya meluluskan sekitar 60 siswa kini berkembang menjadi 90 anak setiap tahunnya. Bahkan pada tahun ajaran 2021/2022 siswanya berjumlah 93 anak, hal itu disebabkan karena pihak Madrasah mampu merubah prestasi menjadi sangat luar biasa, baik prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik, selain itu juga setake holder mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga mampu memikat masyarakat dan mampu menumbuhkan kepercayaan yang utuh bagi

---

<sup>93</sup> Observasi peneliti terkait dengan lokasi penelitian yang diteliti pada tanggal 28 Oktober 2021

MTs Ma'arif NU 08 Panican ini. Pihak madrasah sangat berharap hal tersebut dapat berlanjut sampai alam menutup dunia ini.<sup>94</sup>

4. Visi dan Misi

- a. Visi : Unggul dalam prestasi, mantap dalam berimtaq, dan Santun dalam berperilaku
- b. Misi :
  - 1) Melaksanakan pendidikan islam yang mampu membekali generasi muda islam menuju terbentuknya manusia berkualitas
  - 2) Mengembangkan nilai-nilai taqwallah, akhlaqul karimah yang berjiwa ahusunnah wal jamaah
  - 3) Melaksanakan pembelajaran dan pendampingan secara efektif sehingga setiap siswa dapat berkembang secara optimal dengan memiliki nilai UN/UM di atas standar minimal
  - 4) Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan ajaran islam 'Ala Ahlussunah Waljamaah sehingga siswa menjadi tekun beribadah, jujur, disiplin, sportif, tanggung jawab, percaya diri, hormat pada orangtua, dan guru serta menyayangi sesama
  - 5) Melaksanakan pembelajaran ekstrakurikuler secara efektif sesuai bakat dan minat sehingga setiap siswa memiliki keunggulan dalam berbagai lomba keagamaan, unggul dalam berbagai lomba olahraga, dan seni berbasis aswaja
  - 6) Melaksanakan tata tertib Madrasah secara konsisten dan konsekuen
  - 7) Menerapkan manajemen partisipatif dengan melibatkan seluruh warga madrasah dan kelompok kepentingan yang terkait dengan madrasah.<sup>95</sup>

---

<sup>94</sup> Dokumentasi Pendirian Madrasah yang diteliti pada tanggal 28 Oktober 2021

<sup>95</sup> Dokumentasi terkait dengan visi dan misi madrasah pada tanggal 28 Oktober 2021

## 5. Struktur Organisasi Madrasah

Tabel 3

Daftar Tenaga Pendidik MTs Ma'arif NU 08 Panican

NO	NAMA/NIP	JABATAN	IJAZAH	TUGAS MENGAJAR
1	Torik Jahidin S.Pd.i,M.Pd.i	Kepala Madrasah	S2	Al-Qur'an Hadist
2	Misriyah S.Ag.	Guru	S1	Fikih, SKI
3	Sri Hidayati S.Ag.	Guru	S1	Akidah Akhlak, SKI
4	Mangesti Makrifati, S.Pd.	Guru	S1	B. Inggris
5	Supardi, S.Pd.	Guru	S1	Matematika
6	Awal Faidin, S.Pd.I	Guru	S1	Ke-NU-an
7	Arif Setiawan, S.Si	Guru	S1	IPA
8	Umul Ma'rifah, S.Pd	Guru	S1	Matematika
9	Lina Tri Ariani, S.Pd	Guru	S1	B. Indonesia
10	Lina Hidayati, S.Pd	Guru	S1	IPS
11	Arif Misrulloh, S.Pd	Guru	S1	IPA

Tabel 4

Daftar Tenaga Kpendidikan MTs Ma'arif NU 08 Panican

NO	NAMA	JABATAN	IJAZAH	TUGAS
1	Edi Tristanto	Administrasi	S1	Administrasi
2	Iin Latif Faiqoh	Administrasi	S1	Administrasi
3				
4				

## 6. Keadaan Siswa

Keseluruhan siswa yang ada di MTs Ma'arif NU 08 Panican pada tahun Pelajaran 2023/2024 berjumlah 308 siswa dan semua terbagi menjadi 9 kelas.<sup>96</sup> Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 5

Data Siswa MTs Ma'arif NU 08 Panican Tahun 2023/2024

NO	KELAS	JUMLAH SISWA		
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	I A	14	18	32
2	I B	15	15	30
3	I C	14	15	29
4	I D	17	13	30
5	II A	10	17	27
6	II B	17	14	32
7	II C	17	13	30
8	III A	12	21	33
9	III B	17	16	33
10	III C	16	17	33

7. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di MTs Ma'arif NU 08 Panican diantaranya :

Tabel 4

Sarana dan Prasarana MTs Ma'arif NU 08 Panican

NO	RUANG / BANGUNAN	JUMLAH	KEADAAN		
			BAIK	RUSAK RINGAN	RUSAK BERAT
1	Ruang Kelas/ Teori	9	V		

<sup>96</sup> Dokumentasi terkiat dengan siswa madrasah pada tanggal 28 Oktober 2021

2	Laboratorium IPA	1		V	
3	Laboratorium Komputer	1	V		
4	Ruang Perpustakaan	1	V		
5	Ruang UKS	1		V	
6	Ruang BP/BK	1	V		
7	Ruang Kepala Sekolah	1	V		
8	Ruang Guru	1	V		
9	Ruang TU	1	V		
10	Ruang OSIS	1		V	
11	Kamar Mandi/WC Guru Laki-laki	2	V		
12	Kamar Mandi/WC Perempuan	2	V		
13	Kamar Mandi/WC Siswa Laki-laki	6	V		
14	Kamar Mandi/WC Siswa Perempuan	6	V		
15	Gudang	1		V	
16	Ruang Ibadah	1	V		
17	Parkiran Sepeda/Motor	1	V		
18	Kantin Sekolah	1	v		



Wawancara bersama dengan ibu Iin Latif Faiqoh selaku pengelola Administrasi di MTs Maarif NU 08 Pacinan



Beberapa piagam Penghargaan yang diperoleh MTs Maarif Nu 08 Pacinan



Wawancara bersama dengan Bapak Kepala Madrasah di MTs Maarif NU 08 Pacinan



Wawancara bersama dengan Ibu Mangesti Marifati selaku Ketua penerimaan peserta didik baru di MTs Maarif NU 08 Pacinan



Wawancara bersama dengan Ibu Ummul Marifah selaku Marketing di MTs Maarif NU 08 Pacinan





Tropi yang diperoleh MTs Nu Maarif 08 Pacinan dalam berbagai perlombaan



Kantor Administrasi dan Ruang Guru MTs NU Maarif 08 Pacinan

















Kegiatan IPNU IPPNU di MTs Maarif NU 08 Pacinan yang di selenggarakan setiap satu bulan sekali pada hari sabtu



Upacara bendera sekaligus Penerimaan Peserta didik Baru di MTs Maarif NU 08 Pacinan



Pengajian Kitab Kuning yang dilaksanakn pada setiap Hari Jumat Pagi



Kegiatan Pramuka yang dilaksnakan pada Jumat Sore



Rutian Pengajian Kitab setiap jumat pagi



Kegiatan pembinaan dan pengarahan dari kaka Pembina di kegiatan Pramuka

**TERAKREDITASI "A"**

**MADRASAH HADIS BERKUALITAS**

**MA'ARIF NU 08 PANICAN**

**VISI**  
Unggul dalam Prestasi, Mantap dalam Beribadah dan Santun dalam Berakhlik

**MISI**

- Melaksanakan pendidikan Islam yang mampu membekali generasi muda Islam menuju terbentuknya manusia berkualitas.
- Mengembangkan nilai-nilai Iqowallah, akhloqul karimah yang berjiwa ahlusunnah wal jamaah.
- Melaksanakan pembelajaran dan pendampingan secara efektif sehingga setiap siswa dapat berkembang secara optimal dengan memiliki nilai Akademik di atas standar minimal.
- Menumbuhkan penghayatan dan pengalaman ajaran Islam 'Ala Ahlulsunah Waljamaah sehingga siswa menjadi tekun beribadah, jujur, disiplin, sportif, tanggung jawab, percaya diri, hormat pada orang tua, dan guru serta menyayangi sesama.
- Melaksanakan pembelajaran ekstrakurikuler secara aktif sesuai bakat dan minat sehingga setiap siswa memiliki keunggulan dalam berbagai lomba keagamaan, unggul dalam berbagai lomba olah raga, dan seni berbasis Aswaja
- Melaksanakan foto terlibit sekolah secara konsisten dan konsekuen.
- Menerapkan manajemen partisipatif dengan melibatkan seluruh warga madrasah dan kelompok kepentingan yang terkait dengan madrasah.

**TUJUAN**

- Meningkatkan kuantitas dan kualitas sikap dan praktik kagipatan serta amaliyah keagamaan Islam warga Madrasah.
- Menciptakan peserta didik yang menguasai ilmu pengetahuan umum dan agama.
- Menumbuhkan kepedulian dan kesadaran warga Madrasah terhadap keamanan, kebersihan, dan keindahan lingkungan Madrasah.
- Mengoptimalkan kualitas dan kuantitas sarana/prasarana dan fasilitas yang mendukung peningkatan prestasi akademik dan non akademik.
- Menerapkan manajemen pengendalian mutu Madrasah baru, dan

**PRESTASI**

- KOMPETISI SAINS PELAJAR INDONESIA 2021**
  - Mendali Emas FISIKA oleh Nugroho Bahayu
  - Mendali Perak FISIKA oleh Ika Yuliana Sari
  - Mendali Perunggu BIOLOGI oleh Salsabila Ilmi Aqesla
  - Mendali Perunggu BIOLOGI oleh Zahra Dani Rahmawati
  - Mendali Perunggu KIMIA oleh Zaita Dari Fityah
  - Mendali Perunggu MATEMATIKA oleh Salwa Ilmi Aqesla
- JUARA 2 PENCAK SILAT PAGAR NUSA** oleh Selfi Ramadhani
- PORSEMA TINGKAT MTs/SMP KE XII LP MA'ARIF PCNU PURBALINGGA TAHUNUN 2022**
  - Juara 1 Lomba Kaligrafi oleh Salwa Ilmi Aqesla
  - Juara 1 Lomba Poster oleh Arumi Larissa
  - Juara 1 Lomba MTO Putra oleh Anasul Alif Fahrizi
  - Juara 2 Lomba Puisi Religi putra oleh Nur Adli Nugroho
  - Juara 2 Lomba Puisi Religi putri oleh Angella Safriyanti
  - Juara 3 Lomba Pidato Bahasa Inggris oleh Julian Prawira

**PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU 2023/2024**  
**MTs MA'ARIF NU 08 PANICAN**

**INFORMASI PENDAFTARAN :**  
☎ 0856 4370 8200 / 0838 0800 9666

**GRATIS!** Biaya Pendaftaran, Seragam Pramuka, Seragam OSIS

**Brosur Pendaftaran Peserta Didik Baru MTs Maarif Nu 08 Pacinan**

**SYARAT PENDAFTARAN :**

- Mengisi Formulir Pendaftaran
- Fotocopy Akta Kelahiran
- Fotocopy Kartu Keluarga
- Pas Foto 3x4
- Fotocopy KIP/KIH/KIS
- Fotocopy Rapor Kelas 6
- Surat Keterangan Lulus (SKL)

**WAKTU PENDAFTARAN :**  
**GELOMBANG I PPDB ONLINE**  
01 Januari - 17 Juni 2023  
Registrasi : 19 Juni - 1 Juli 2023  
**GELOMBANG II PPDB OFFLINE**  
3 - 4 Juli 2023  
Registrasi : 5 - 9 Juli 2023

**PROGRAM EKSTRAKURIKULER**

- Pramuka
- Pancak Silat "Pagar Nusa"
- Drumband
- PMR
- Mading
- Hadroh
- Athletik

**PROGRAM PENGEMBANGAN KEAGAMAAN**

- Tahfidz Jus 30
- Quroatul Kutub
- Kajian Kitab
- Nahwu

**FASILITAS MADRASAH**

- Gedung/ruang Kelas Representation
- Perpustakaan
- Laboratorium Komputer
- Laboratorium IPA
- Lapangan Upacara/Olah Raga
- Ruang UKS
- Mushola
- Koperasi Siswa
- Kantin

**PEMBIASAAN JUM'AT PAGI**

MINGGU	KEGIATAN
PERTAMA	ASMA'UL KHUSNA, BURDAH DAN NGAJI SAFINAH
KEDUA	ISTIGHOSAH DAN NGAJI KITAB AQIDATUL AWAM
KETIGA	PEMBACAAN MALA'IKATI NABI MUHAMMAD SAW
KEEMPAT	TAHLIL DAN NGAJI KITAB AKHLAK
KELIMA	OLAH RAGA (SENAI)

**PEMBIASAAN PAGI**

- HAFALAN AL-QUR'AN JUS 30 (KELAS 1-6)
- TAKSIN AL-QUR'AN
- MENGAJI IQRO

**PEMBIASAAN SIANG**

- SHOLAT DZUHUR BERJAMAH
- BA'DA SHOLAT DZUHUR

SENIN	NADZOM TAJWID JAWAN	USUL HUKUM
SELASA <th>NADZOM ALA LA</th> <th>ARAL HUKUM</th>	NADZOM ALA LA	ARAL HUKUM
RABU <th>NADZOM FIQIH JAWA</th> <th>MISYITHIL TAG</th>	NADZOM FIQIH JAWA	MISYITHIL TAG
KAMIS <th>NADZOM TASHBIFAN</th> <th>IKHIMSYH S.Pd</th>	NADZOM TASHBIFAN	IKHIMSYH S.Pd
SABTU <th>NADZOM AQIDATUL AWAM</th> <th>SPI HIDAYATI, S.Ag</th>	NADZOM AQIDATUL AWAM	SPI HIDAYATI, S.Ag

Ahad Pening Selapan Sekali Istighosah Bersama Orang Tua/wali Murid

**APA BAHU BUKUMI DAN WALI MURID?**

**Ruswanti - Majafengah**  
Wali Murid dari Marzan Bagus Prayitno  
Saya pribadi menyekolahkan anak saya ke MTs Maarif NU 08 Panicin. Karena di MTs tersebut dan prasarana yang lebih lengkap, pendidikan agamanya sangat bagus, prestasinya meningkat dan guru-gurunya sangat baik.

**Siti Marfuah - Kemanghutan**  
Wali Murid dari Yezza Purwati  
Saya memang beragama Islam, dan ingin anak saya di MTs Maarif NU 08 Panicin bisa meningkatkan prestasinya di samping ilmu keagamaan yang diajarkan di MTs tersebut. Semoga ke depannya MTs tersebut bisa lebih maju, bergengsi dan berprestasi. Terimakasih.

**Nisari - Kertanegara**  
Bapak Guru dari Froya Dink, Nur Hafidza  
Sebagai banteng terhadap perilaku negatif di lingkungan masyarakat. Siswa-siswa MTs Maarif NU 08 Panicin. Semoga lebih maju lagi, semangat untuk para pengajar, semoga ke depannya bapak guru menjadi amal jariyah nantinya. Amin.

**Oktafiana Fatmawati Muteharoh**  
Mahasiswa Universitas Duta Negeri UNN, Prof. R.H. Sukandani, Dosen Negeri UNN  
Alhamdulillah. Mengingat bahwa saya berasal dari keluarga biasa MTs Maarif NU 08 Panicin adalah hal yang luar biasa bagi saya. Tiga tahun di depan guru membimbing dan sebagai bentuk pendidikan, pengalaman, pendalaman soft skill, dan sebagainya. Selain ilmu umum, ilmu agama yang dibelajarkan kepada para siswa, bisa menjadi tumpuan untuk mencapai insan kamil dan ahlulqul karimah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.uinsaizu.ac.id

## REKOMENDASI MUNAQOSYAH

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Tiara Eka Lestari  
NIM : 1717401090  
Semester : 13 (Tiga Belas)  
Jurusan/Prodi : Pendidikan Islam/Manajemen Pendidikan Islam  
Angkatan Tahun : 2017  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Ma'arif NU 08 Panican Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk dimunaqosyahkan setelah mahasiswa yang bersangkutan memenuhi persyaratan akademik yang ditetapkan.

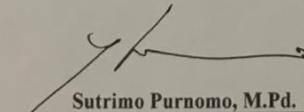
Demikian rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

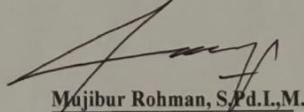
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dibuat di : Purwokerto  
Tanggal : 24 November 2023

Mengetahui,  
Koordinator Prodi MPI

Dosen Pembimbing

  
Sutrimo Purnomo, M.Pd.  
NIP. 199201082019031015

  
Mujibur Rohman, S.Pd.L., M.S.I  
NIP. 198325092015031002



# SERTIFIKAT

Nomor: 98/K.LPPM/KKN.47/05/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : TIARA EKA LESTARI

NIM : 1717401090

Fakultas / Prodi : DAKWAH/MPI

## TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-47 IAIN Purwokerto Tahun 2021  
dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 89 (A).

Purwokerto, 11 Mei 2021

Ketua LPPM,



**Dr. M. Ansoni, M.Ag.**

NIP. 19650407 199203 1 004



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
LABORATORIUM FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Telp. (0281). 635624 Psw. 121 Purwokerto 53126

# Sertifikat

Nomor : B. 017 / Un.19/K. Lab. FTIK/ PP.009/ III/ 2022

Diberikan Kepada :

**TIARA EKA LESTARI**  
**1717401090**

Sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan  
Praktik Kerja Lapangan (PKL) Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022  
pada tanggal 24 Januari sampai dengan 5 Maret 2022

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Purwokerto, 21 Maret 2022  
Laboratorium FTIK  
Kepala,

Dr. H. Suwito, M.Ag.  
NIP. 19710424 199903 1 002

Dr. Nurfuadi, M.Pd.I.  
NIP. 19711021 200604 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | [www.ainpurwokerto.ac.id](http://www.ainpurwokerto.ac.id)

## SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/7429/19/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA** : TIARA EKA LESTARI  
**NIM** : 1717401090

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	96
# Tartil	:	74
# Imla`	:	70
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 19 Jun 2020



ValidationCode



وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بورووكرتو  
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد ياني رقم: ٤٠، بورووكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٢٤ www.ainpurwokerto.ac.id

## الشهادة

الرقم: ان ١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢١/٦٦٥٧

منحت الى

الاسم

: تيارا إيكا ليستاري

المولودة

: بكومين. ٢٣ مارس ١٩٩٩

الذي حصل على

٥١ : فهم المسموع

٤١ : فهم العبارات والتراكيب

٥٢ : فهم المقروء

٤٧٨ : النتيجة



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٣١  
ديسمبر ٢٠٢٠

بورووكرتو، ٢٥ أكتوبر ٢٠٢١  
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير  
رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠٦٥٠٣٢٠٠٤



ValidationCode



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS  
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO  
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

---

---

## **CERTIFICATE**

---

*Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/6657/2021*

This is to certify that :

Name : **TIARA EKA LESTARI**  
Date of Birth : **KEBUMEN, March 23rd, 1999**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 2nd, 2020, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 50
2. Structure and Written Expression	: 46
3. Reading Comprehension	: 54

---

**Obtained Score** : **498**



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, October 25th, 2021  
Head of Language Development Unit,

**Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.**  
NIP: 198607042015032004

### Skripsi Tiara Eka Lestari

ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b> SIMILARITY INDEX	<b>15%</b> INTERNET SOURCES	<b>7%</b> PUBLICATIONS	<b>7%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository-feb.unpak.ac.id">repository-feb.unpak.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://repository.radenfatah.ac.id">repository.radenfatah.ac.id</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://ojs.kopertais14.or.id">ojs.kopertais14.or.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://repository.library-iaida.ac.id">repository.library-iaida.ac.id</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	< 1%
13	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	< 1%



# SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



No. IN.17/UPT-TIPD/3785/XI/2021

### SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

**TIARA EKA LESTARI**  
NIM: 1717401090

Tempat / Tgl. Lahir: Kebumen, 23 Maret 1999

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

### MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	98 / A
Microsoft Excel	90 / A
Microsoft Power Point	80 / B+



Purwokerto, 16 November 2021  
Kepala UPT TIPD

**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003





**PENGURUS CABANG NAHDLATUL ULAMA PURBALINGGA  
LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF  
MTs MA'ARIF NU 08 PANICAN  
AKREDITASI "A"**

Badan Hukum Nomor : AHU-70.AH.01.08. Tahun 2015  
Jl. Raya Panic-an-Kedungbenda Kecamatan Kemangkon Purbalingga Email : [mts.maarif8@yahoo.co.id](mailto:mts.maarif8@yahoo.co.id) 085227799182

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : MTs.08/Mrf.Pnc/195/VI/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

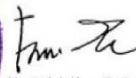
Nama : Torik Jahidin, S.Pd.I.M.Pd.I  
NIP : 19750425 200701 1 028  
Jabatan : Kepala MTs Ma'arif NU 08 Panic-an

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama : Tiara Eka Lestari  
NIM : 1717401090  
Fakultas/Jurusan : FTIK/Manajemen Pendidikan Islam/ (MPI)  
Perguruan Tinggi : UIN Saizu Purwokerto  
Alamat : Senon RT 10 RW 04

Benar-benar telah melakukan Observasi Pendahuluan di MTs Ma'arif NU 08 Panic-an pada tanggal 28 Oktober s/d 12 November 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Kemangkon, 16 Juni 2022  
Kepala MTs Ma'arif NU 08 Panic-an  
  
Torik Jahidin, S.Pd.I.M.Pd.I  
NIP.19750425 200701 1 028



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama : Tiara Eka Lestari
2. NIM : 1717401090
3. Tempat tanggal lahir : Kebumen, 23 Maret 1999
4. Alamat rumah : Senon Rt 10 Rw 004 kec. kemangkon Kab.  
Purbalingga Jawa tengah
5. Email : ltiaraeka@gmail.com
6. Nama Ayah : Arif Mukhyidin S.Pd.I
7. Nama Ibu : Kaspiyah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. Ra Diponegoro 01 Senon
  - b. MI Ma'arif Nu 01 Senon
  - c. MTs Ma'arif Nu 08 Panican
  - d. MA Negeri Purbalingga
  - e. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren Raudhlatul Tholibin

### C. Pengalam Organisasi

1. OSIS MTs Ma'arif Nu 08 Panican
2. Pramuka MTs Ma'arif Nu 08 Panican
3. OSIS MA Negeri Purbalingga
4. PMR MA Negeri Purbalingga
5. Gema Lingga