

SKRIPSI

MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK BARU DI MTs NABATUSSALAM BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI

Oleh:

Moh. Khafid Mahrus

NIM: 19111140125

Pembimbing:

Lutfi Wakhid, M.Pd.

NIPY: 3151522109101



SKRIPSI

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KUANTITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM
BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI**



Oleh:

MOH. KHAFFID MAHRUS

NIM: 19111140125

**PROGAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2024**

SKRIPSI

**MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KUANTITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM
BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI**



Oleh:

Moh. Khafid Mahrus

NIM: 19111140125

**PROGAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

PERSYARATAN GELAR

MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Tegalsari Banyuwangi
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh:

MOH. KHAFID MAHRUS

NIM: 19111140125

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Dengan Judul:

MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI

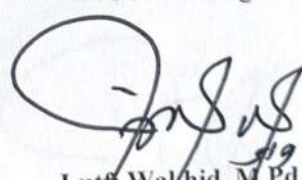
Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal:

02 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Prodi

Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H.
NIPY. 3151905109301

Pembimbing

Luthi Walid, M.Pd.
NIPY. 3151522109101

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi Saudara Moh. Khafid Mahrus telah dimunaqosahkan kepada
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas KH. Mukhtar Syafaat pada tanggal:

02 Januari 2024

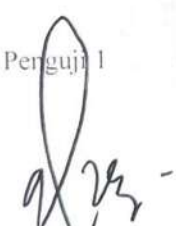
Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Tim Penguji:

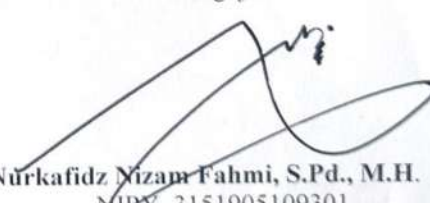
Ketua


Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150801058001

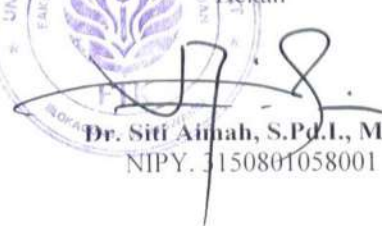
Penguji 1


Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I.
NIPY. 3150929038601

Penguji 2


Nurfadiz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H.
NIPY. 3151905109301

Dekan


Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150801058001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Sebagian orang akan tetap miskin ilmu karena kemampuan buruk mereka untuk tetap diam”

(Ibnu Qayyim)

PERSEMBAHAN:

Bismillaahirrahmaanirrahim.

Alhamdulillahirobbil’alamin puji syukur atas rahmat Allah Swt. saya persembahkan skripsi ini:

1. KH. Ahmad Hisyam Syafaat, S.Sos.I., M.H. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
2. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya sekeluarga yang selalu memberikan dukungan serta nasihatnya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Pembimbing dan Penguji yang selama ini sudah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan supaya menjadi pribadi yang lebih baik
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya teman prodi MPI MADIN 2019

**PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Bismillaahirrahmanirrahiim.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moh. Khafid Mahrus

NIM : 19111140125

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat Lengkap : Senepolor RT. 002 RW. 006 Desa Barurejo
Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi
Profinsi Jawa Timur

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil karya Peneliti sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 04 Januari 2024

Yang Menyatakan



Moh. Khafid Mahrus
NIM. 19111140125

ABSTRAK

Mahrus, Moh. Khafid. 2023. "Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023." Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung. Pembimbing, Lutfi Wakhid, M.Pd.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, Kuantitas Siswa Baru

Manajemen Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan, implementasi, dan evaluasi manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru yang bertempat di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi. Subjek Penelitian ini adalah Kepala Madrasah, Guru dan Wali Kelas. Manfaat penelitian ada dua yaitu: (1) Manfaat Praktis (2) Manfaat Teoritis

Jenis Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana yang mengungkapkan analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu: Kondensasi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi. Keabsahan data diperlukan teknik antara lain: (1) Triangulasi Sumber Data (2) Triangulasi Metode (3) Triangulasi teori (4) Triangulasi Peneliti.

Hasil penelitian (1) Perencanaan pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo menjadi pertama yang dilakukan oleh Kepala Madrasah, hal ini dilakukan karena bisa lebih efektif dan terstruktur dengan dibentuknya Panitia PPDB yang terdiri dari Wakil Kepala Bidang Kesiswaan dan Kurikulum, Wakil Kepala Bidang Humas, Wakil Kepala Bidang Sarana dan Prasarana, Wali Kelas serta Karyawan yang ada selanjutnya menentukan perangkat yang akan digunakan dan wilayah yang akan dituju. (2) Pelaksanaan pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo yaitu dengan adanya kegiatan koordinasi Panitia PPDB untuk melaksanakan tugasnya masing-masing sesuai tupoksi (tugas pokok dan fungsi), melaksanakan

kegiatan pemasaran sebelum kegiatan PPDB dibuka. Target yang dituju oleh sekolah yakni semua siswa/siswi lulusan SD/MI baik dari satu wilayah maupun dari luar. Media yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik. (3) Evaluasi pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo merupakan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan tahapan perencanaan dan pelaksanaan yang telah ditentukan. Proses evaluasi pemasaran yang dilakukan meliputi waktu evaluasi, pelaksanaan evaluasi, dan tolak ukur evaluasi.

ABSTRACT

Mahrus, Moh. Khafid. 2023. "Marketing Management in Increasing the Quantity of New Students at MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi Learning Year 2022/2023." Thesis of Education Management Study Program, Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung. Supervisor, Lutfi Wakhid, M.Pd.

Keywords: Marketing Management, New Student Quantity.

Marketing Management is a process and managerial that makes individuals or groups get what they need and want by creating, offering and exchanging valuable products to others.

The purpose of this study is to determine the planning, implementation, and evaluation of marketing management in increasing the quantity of new students located at MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi. The subjects of this study were the Head of Madrasah, Teacher and Homeroom Teacher. The benefits of research are twofold, namely: (1) Practical Benefits (2) Theoretical Benefits.

This type of research is qualitative research. Data collection techniques use interviews, observations, and documentation which then the data is analyzed using interactive models of Miles, Huberman and Saldana which reveal data analysis consists of three lines of activities, namely: Data Condensation, Data Display, and Conclusion drawing/Verifications. Data validity requires techniques including: (1) Triangulation of Data Sources (2) Triangulation of Methods (3) Triangulation of theory (4) Triangulation of Researchers.

Research results (1) Marketing planning at MTs Nabatussalam Barurejo is the first carried out by the Head of Madrasah, this is done because it can be more effective and structured with the formation of the PPDB Committee consisting of the Deputy Head of Student Affairs and Curriculum, Deputy Head of Public Relations, Deputy Head of Facilities and Infrastructure, Homeroom and Employees who then determine the devices to be used and the area to be addressed. (2) Marketing Implementation at MTs Nabatussalam Barurejo, namely by coordinating the PPDB Committee to carry out their respective duties according to the main duties and functions, carrying out marketing activities before PPDB activities are opened. The target aimed at is all elementary SD/MI graduate students both from one region and from

outside. The media used are print media and electronic media. (3) Marketing evaluation at MTs Nabatussalam Barurejo is an activity carried out in accordance with the predetermined stages of planning and implementation. The marketing evaluation process carried out includes evaluation time, evaluation implementation, and evaluation benchmarks.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang seraya mengucapkan syukur alhamdulillah atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan dengan judul **“Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.”**

Sholawat beserta salam semoga tetap tercurahkan atas baginda Nabi agung Nabi Muhammad SAW. yang telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyyah menuju zaman Islamiyyah yakni Al-Dinul Islam.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

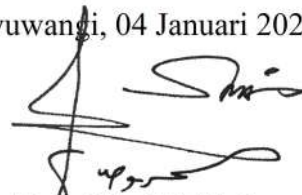
Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan baik moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai, terutama kepada yang terhormat:

1. KH. Ahmad Hisyam Syafaat, S.Sos.I., M.H. selaku Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafaat, Lc., M.E.I. selaku Rektor UIMSYA Blokagung Banyuwangi.
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
4. Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I. selaku Wakdek Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
5. Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H. selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.
6. Lutfi Wakhid, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing dalam Penulisan Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
8. Muhammad Nafik S.Pd.I selaku Kepala MTs Nabatussalam Barurejo dan segenap Narasumber MTs Nabatussalam Barurejo

9. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya, dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan karya ilmiah ini semoga segala amal dan kebbaikannya dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT. Amiin.

Banyuwangi, 04 Januari 2024



Moh. Khafid Mahrus

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
COVER DALAM	ii
HALAMAN PERASYARAT GELAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN SKRIPSI	vii
HALAMAN ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	viii
HALAMAN ABSTRAK (BAHASA INGGRIS)	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Masalah Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Praktis	7
2. Manfaat Teroris	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 11
A. Kajian Teori	11
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2. Strategi Manajemen Pemasaran	13
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	14
4. Langkah-Langkah Manajemen Pemasaran	15
5. Bauran Manajemen Pemasaran	16
6. Pengertian Peningkatan Kuantitas Siswa Baru	18
7. Sistem Penerimaan Siswa Baru	19
8. Prosedur Penerimaan Siswa Baru	20
9. Problem-Problem Penerimaan Siswa Baru	21

B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Alur Pikir Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	32
C. Kehadiran Peneliti	32
D. Informan Peneliti	32
E. Data Dan Sumber Data	33
1. Data Sekunder	33
2. Data Primer	33
F. Prosedur Pengumpulan Data	33
1. Wawancara.....	34
2. Observasi.....	34
3. Dokumentasi	35
G. Keabsahan Data	36
H. Analisis Data	37
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	41
A. Gambaran Umum Penelitian	41
1. Sejarah MTs Nabatussalam Barurejo.....	41
2. Visi Dan Misi MTs Nabatussalam Barurejo	42
3. Profil MTs Nabatussalam Barurejo.....	43
4. Struktur Organisasi MTs Nabatussalam Barurejo	43
5. Data Siswa MTs Nabatussalam Barurejo.....	44
6. Data Guru MTs Nabatussalam Barurejo	44
7. Sarana Dan Prasarana.....	45
8. Program PPDB	45
B. Verifikasi Data Lapangan.....	46
BAB V PEMBAHASAN.....	61
A. Perencanaan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo.....	62
B. Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo.....	66
C. Evaluasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo.....	69

BAB VI PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Keterbatasan Penelitian	72
C. Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Table 3.1 Teknik Pengumpulan Data	35
Table 4.1 Perkembangan Jumlah Siswa Baru	42
Tabel 4.2 Profil MTs Nabatussalam Barurejo	43
Tabel 4.3 Daftar Siswa MTs Nabatussalam Barurejo	44
Tabel 4.4 Daftar Guru MTs Nabatussalam Barurejo.....	44
Tabel 4.5 Sarana Prasarana MTs Nabatussalam Barurejo.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	24
Gambar 4.1 Wawancara dengan Kepala Madrasah	47
Gambar 4.2 Wawancara dengan Operator MTs Nabatussalam	49
Gambar 4.3 Wawancara dengan Kesiswaan	50
Gambar 4.4 Kegiatan Pramuka	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 3: Plagiat 25% Per Bab
- Lampiran 4: Daftar Instrument Wawancara
- Lampiran 5: Dokumentasi
- Lampiran 6: Biodata Penulis

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia Pendidikan sangatlah tinggi dan menuntut sekolah-sekolah untuk mampu melaksanakan Manajemen Pendidikan secara inovatif, efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran semacam ini sebenarnya membutuhkan konsep pemasaran yang didasarkan pada minat pemasaran serta kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini Manajemen Pemasaran Pendidikan memiliki posisi yang sangat penting karena dunia saat ini telah memasuki zaman globalisasi semua serba maju dan canggih memasuki semua lini kehidupan. Menurut Zainal Arifin, (2014:20). Saat ini paradigma dalam memandang suatu Pendidikan mulai bergeser, pada awalnya Pendidikan dipandang dan dikaji sebagai aspek sosial, tetapi sekarang masyarakat melihat Pendidikan sebagai *corporate* atau Perusahaan.

Pendidikan adalah usaha yang dilandasi kesadaran dan terencana untuk menciptakan pembelajaran dan suasana belajar supaya peserta didik dapat mengembangkan potensi diri secara aktif untuk mendapatkan keterampilan, akhlak mulia, kecerdasan pengendalian diri dan spiritual keagamaan. Menurut Undang–Undang No. 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 1 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan:

Pendidikan adalah usaha dasar terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar siswa secara aktif bisa mengembangkan potensi dirinya sendiri untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, berakhlak mulia serta memiliki keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Bapak Pendidikan nasional, Ki Hadjar Dewantara menjelaskan bahwa Pendidikan merupakan tuntutan hidup dalam kehidupan anak-anak, artinya bapak Pendidikan nasional, Ki Hadjar Dewantara menjelaskan bahwa Pendidikan merupakan tuntutan hidup dalam kehidupan

anak-anak, artinya Pendidikan menuntun semua kodrat pada kekuatan anak-anak tersebut sehingga dapat mencapai kebahagiaan dan keselamatan setinggi-tingginya. Jika kita mendapatkan Pendidikan maka kita akan mempunyai motivasi untuk menjadi seseorang yang lebih baik dalam semua aspek kehidupan.

Tujuan Manajemen Pemasaran dalam suatu Pendidikan yakni menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa Pendidikan tersebut, pemberian informasi kepada masyarakat, dan meningkatkan jumlah kuantitas peserta didik. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Lembaga Pendidikan harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman serta lingkungan Lembaga Pendidikan, dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini dalam memberikan informasi mengenai program keunggulan dari Lembaga Pendidikan tersebut, pada akhirnya dapat menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat dan calon peserta didik baru.

Menurut Apri Budianto (2015:15). Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis dalam menciptakan, mengkomunikasikan, pengiriman, dan penciptaan nilai baik bagi konsumen, pelanggan, rekanan dan masyarakat yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Dalam hal ini sesuai dengan isi kandungan Firman Allah SWT. dalam QS. Al-Baqarah ayat 2 yang berbunyi:

ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

Artinya, *“Itu kitab tiada terdapat keraguan di dalamnya sebagai petunjuk bagi orang yang bertakwa.”*

Azhari Akmal Tarigan, (2014:69). Menyatakan: “Jelas bahwa ayat kedua pada QS. Al-Baqarah di atas bisa jadi selama ini yang dipahami tidak memiliki keterkaitan dengan bisnis, ternyata kandungannya memiliki kedekatan makna dengan apa yang berlaku di dalam dunia bisnis. Bukankan sebuah promosi itu penting untuk menyakinkan konsumen atau pelanggan akan sebuah produk yang kita tawarkan, bukankah setiap perusahaan harus merogoh uangnya dalam jumlah yang besar hanya untuk sebuah promosi, tidak lain sebuah aktivitas untuk menyakinkan pembeli terhadap sebuah

produk.” Dalam sebuah Lembaga Pendidikan kegiatan pemasaran merupakan upaya suatu organisasi dalam menyampaikan pesan atau keinginan kepada orang lain dan berusaha agar pesan atau keinginan yang disampaikan tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan Organisasi. Pemasaran menjadi perkara mutlak yang harus dilaksanakan oleh Lembaga Pendidikan selain bertujuan untuk memperkenalkan fungsi pemasaran di Lembaga Pendidikan tersebut adalah untuk membentuk citra baik terhadap Lembaga dan dapat menarik beberapa calon siswa.

Manajemen Menurut James A.F. Stoner dalam Saefullah, (2014: 3). adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen sebagai seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain. Manajemen Pemasaran menurut Philip Kotler dan Keller adalah Analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran (target market) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Al-Qur'an telah memberikan stimulasi mengenai hal ini dalam isi kandungan Firman Allah SWT. dalam surat Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْطِيعُ أَنْ يُمْلِهُ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara

kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Jika diperhatikan dengan seksama ayat tersebut menyebutkan catat-mencatat yang harus terjadi di antara transaksi karena menyangkut usaha bersama serta dihubungkan dengan idarah atau Manajemen. Kepemimpinan yang dikonsepsikan Al-Qur'an ini merupakan suatu hal yang sangat mendasar untuk mengelola hubungan sesama manusia maupun alam lingkungannya. Tipe *Leadership* yang dikemukakan Al-Qur'an bukan semata-mata hanya mengenai urusan ukhrawi akan tetapi berkaitan pula dengan urusan duniawi. Secara mendasar Pemasaran bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan dibutuhkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk atau jasa kepada pihak lain. Menurut Kacung Wahyudi, (2017:66). Tingkat pemasaran

yang baik dan fasilitas yang lengkap pada suatu Pendidikan dapat menarik minat dari calon peserta didik baru.

Kuantitas adalah tolak ukur suatu hal yang tertuju pada jumlah atau nilai yang dapat dihitung secara pasti, misalnya jumlah peserta suatu pertemuan, jumlah karyawan, dan lain sebagainya. Menurut Wungu dan Brotohartosojo, (2013:56). Kuantitas adalah segala bentuk satuan, ukuran yang berhubungan dengan jumlah dan hasil kerja yang dapat dinyatakan ukuran angka atau pada angka lainnya. Kuantitas biasanya dimanfaatkan untuk menjadi tolak ukur terhadap nilai atau jumlah yang memang bisa dihitung dengan pasti. Terdapat tiga macam kuantitas yang dapat diukur, yaitu kuantitas penduduk, kuantitas kerja, dan kuantitas produk. Banyak sekolah yang mengharapkan keberhasilan baik dari segi kualitas maupun dalam segi kuantitas, namun dalam kenyataannya ada banyak sekolah yang lebih mementingkan kuantitas saja. Dalam komunitas sekolah-sekolah sekarang ini, banyak dijumpai penambahan jumlah siswa baik sekolah swasta ataupun negeri, hal ini merupakan pertanda positif bahwa masyarakat kita tanggap terhadap Pendidikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka Peneliti menyimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran adalah kegiatan Lembaga Pendidikan yang memberikan jasa atau penyampaian layanan Pendidikan kepada konsumen dengan cara yang baik dan memuaskan tidak mudah ditinggalkan oleh pelanggannya. Lembaga Pendidikan juga harus bisa memberikan layanan jasa yang bernilai tinggi, mutu yang baik, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik. Berdasarkan wawancara Peneliti kepada Bapak Muhammad Nafi' selaku Kepala Madrasah beliau mengatakan

"Manajemen pemasaran merupakan langkah yang dilakukan mulai dari perencanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dalam pelaksanaan pemasaran beliau mengartikan sebagai enterpreunership yaitu usaha, tetapi usaha di sini bukan sebagai bisnis melainkan usaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Pemasaraan sangat perlu dan penting dilakukan agar para pelanggan tahu serta paham terkait apa yang ditawarkan. Hal ini menjadikan minat jumlah siswa di MTs Nabatussalam semakin meningkat, bukti hasil pemasaran yaitu data siswa baru selama ini mengalami peningkatan yang lumayan, pada tahun ajaran 2014/2015 sekaligus tahun berdirinya Madrasah awalnya jumlah

pendaftar hanya 6 siswa, selanjutnya jumlah pendaftar bertambah menjadi 26 siswa. MTs Nabatussalam ini memiliki beberapa program unggulan yaitu Program Boarding School Ma'had Nabatussalam sehingga dengan adanya program ini minat siswa untuk sekolah di MTs Nabatussalam semakin bertambah."

Melalui observasi yang Peneliti lakukan di MTs Nabatussalam yang berlokasi di Jl. KH. Syahadat No. 15 RT.03/RW.06 Senepolor Barurejo Siliragung Banyuwangi Jawa Timur menjadi pilihan Penulis untuk dikaji Manajemen Pemasarannya karena dilihat dari jumlah peserta didik di MTs Nabatussalam maka ada pertanyaan bagaimana MTs Nabatussalam merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah tersebut, kenapa jumlah siswa tidak sesuai dengan keadaan masyarakat setempat yang mayoritas muslim dan alumni dari Pondok Pesantren tersebut sangat banyak. Di sinilah peran Manajemen Pemasaran sangat penting guna bersaing dalam peningkatan kuantitas peserta didik. Maka dari pembahasan di atas Peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian terhadap Manajemen Pemasaran yang dilakukan oleh MTs Nabatussalam dengan judul Penelitian "*Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo, Siliragung, Banyuwangi*".

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Perencanaan Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo
2. Bagaimana Pelaksanaan Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo
3. Bagaimana Evaluasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo

C. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, Melalui wawancara dengan Kepala Madrasah dan Guru serta observasi dan pengumpulan data maka rumusan masalah dalam Penelitian ini yaitu: Mengapa jumlah siswa tidak sesuai dengan jumlah alumni dari pesantren tersebut? Apakah pelaksanaan manajemen pemasaran tidak tepat sasaran? Apakah terdapat kendala yang sulit dipecahkan dalam perencanaan, penerapan dan evaluasi pemasaran dari adanya program Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Perencanaan Pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui Pelaksanaan Pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui Evaluasi Pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti adalah:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Sekolah
 - 1) Sebagai bahan informasi bagi sekolah dalam menciptakan manajemen pemasaran untuk meningkatkan kuantitas siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.
 - 2) Sebagai bahan referensi guna meningkatkan kuantitas siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.
 - b. Bagi Mahasiswa
 Sebagai referensi dalam melakukan Penelitian yang bersangkutan dengan Manajemen Pemasaran dalam

meningkatkan kuantitas siswa baru di masa mendatang.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah suatu pengetahuan dan wawasan Peneliti mengenai Manajemen Pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru.

2. Manfaat Teoritis

Diantaranya sebagai berikut:

a. Sebagai tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi Peneliti dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan.

Sebagai bahan kepustakaan dalam rangka ikut serta memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan memberikan pertimbangan bagi Peneliti lain yang ingin menggali masalah yang sama secara lebih mendalam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata, yaitu manajemen dan pemasaran. Manajemen sendiri merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan, perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah diciptakan melalui manfaat sumber daya manusia dan sumber-sumber lain. Manajemen Pemasaran adalah serangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3). Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan. Keuntungan nantinya digunakan sebagai jalan untuk mencapai tujuan utama sebuah bisnis atau perusahaan. Sedangkan pemasaran didefinisikan sebagai proses yang membentuk hubungan antara produsen dengan individu atau grup dalam menyampaikan jenis-jenis produk barang dan jasa.

Hal ini mencakup juga segala aktivitasnya bagaimana memenuhi tujuan tersebut di samping melakukan pengukuran kemajuan sudah mencapai level mana dengan mempertimbangkan peluang pasar dan sumber daya internal. Pelaku manajemen di bidang pemasaran adalah seorang manajer pemasaran yang akan mempelajari struktur pembiayaan, sumber keuntungan, sumber daya serta kompetensi. Kaitan dengan

pemasaran dapat diperhatikan dalam kandungan Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ۚ رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا
غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal. Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”.

Berdasarkan ayat di atas dapat diambil pelajaran pertama seorang marketer yang memiliki sikap ramah dan lemah lembut akan menimbulkan rasa simpati dan kepercayaan dari para konsumen. Selain itu, akan muncul kepuasan pada diri konsumen bukan hanya karena kualitas produk yang bagus tetapi juga disebabkan oleh kenyamanan mereka ketika bertransaksi. Kedua pemasaran dilaksanakan secara sopan santun, orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. Al-Qur'an memberikan batasan kepada umat Islam

untuk berlaku sopan dalam kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang bersikap sopan santun.

2. Strategi Manajemen Pemasaran

Strategi merupakan suatu proses perencanaan para leader yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan disertai suatu penyusunan cara dan upaya bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai. Strategi dapat diartikan suatu proses evaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Strategi juga dapat berbentuk rencana atau pola yang mengintegrasikan tujuan, aksi dan kebijakan utama dalam hubungan yang kolektif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk unik berbasis kompetensi internal serta berkemampuan mengantisipasi lingkungan.

Dalam Lembaga Pendidikan hal pertama yang dilakukan dalam menarik minat konsumen adalah bagaimana pemasaran yang akan dilakukan. Suatu pemasaran akan terlaksana sesuai dengan program apabila terdapat manajemen di dalamnya sesuai dengan pengertian manajemen pemasaran yaitu kegiatan menganalisa, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan/program untuk memperoleh pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Apri Budianto, (2015:15). Menyatakan Manajemen Pemasaran adalah Seni dan Ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu.

Jadi dapat disimpulkan Strategi Manajemen Pemasaran adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara produsen dan konsumen melalui barang yang dijual. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang) implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi dengan tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan

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

3. Fungsi Manajemen Pemasaran

Sebuah perusahaan atau Lembaga Pendidikan yang sedang berkembang harus memahami Manajemen Pemasaran yang baik apalagi pada zaman era globalisasi saat ini di mana banyak kompetitor yang berlomba-lomba untuk memasarkan produknya. Menurut David Wijaya, (2022:16). Manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran pada Manajemen Pemasaran terbagi menjadi 2 (dua) yakni fungsi pembelian dan fungsi penjualan. fungsi pembelian adalah sebagai proses timbal balik dari aktifitas penjualan jadi diperlukan strategi khusus terutama pemahaman mengenai kegiatan yang dapat menarik konsumen. Sedangkan fungsi penjualan sebagai aktivitas untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang dilakukan secara online atau offline.

b. Fungsi fisis

Fungsi fisis Manajemen Pemasaran sangat fokus pada kegunaan waktu, lokasi dan bentuk yang perlu dipertimbangkan pada suatu produk ketika suatu produk akan dikirim dengan cara diproses dan disimpan hingga sampai kepada konsumen. Jika tidak dipertimbangkan dan direncanakan dengan baik maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian besar akibat penanganan produk yang tidak memuaskan.

c. Fungsi penyediaan sarana

Manajemen pemasaran juga memiliki fungsi penyediaan sarana karena berkaitan dengan seluruh kegiatan yang mampu melancarkan operasional pemasaran.

Dari ketiga fungsi Manajemen Pemasaran di atas dapat dikatakan bahwa sebuah perusahaan atau Lembaga Pendidikan harus mengetahui tujuan yang jelas dari Lembaganya tersebut karena dengan itu maka Manajemen Pemasaran dikatakan efektif.

4. Langkah-langkah Manajemen Pemasaran

a. Identifikasi pasar

Tahapan pertama dalam pemasaran adalah mengidentifikasi atau melakukan pengamatan terhadap kondisi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini perlu dilakukan suatu Penelitian atau riset pasar untuk mengetahui kondisi pasar termasuk atribut-atribut Pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen Pendidikan. Selain itu untuk mengetahui kebutuhan pasar sekolah juga harus melakukan metode analisis pemasaran. Menurut kompri (2014:49-50). Analisis yang strategis yaitu dengan analisis SWOT:

1) *Strength* (Mengidentifikasi Kekuatan)

Setiap Lembaga Pendidikan harus menganalisis kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh sekolah misalnya jika kekuatan Lembaga tersebut dalam teknologinya maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk pembangunan pemasarannya.

2) *Weakness* (Kelemahan)

Dalam suatu Lembaga Pendidikan harus mampu mencari kelemahan-kelemahan yang ada di lingkungan sehingga bisa dimanfaatkan untuk mencari peluang dalam pemasaran.

3) *Opportunity* (Kesempatan)

Lembaga Pendidikan harus memanfaatkan kesempatan yang ada untuk melakukan promosi.

4) *Threat* (Ancaman)

Setiap Lembaga Pendidikan pasti memiliki ancaman-ancaman dari luar maka dari itu dalam suatu Lembaga Pendidikan harus mampu mengantisipasi ancaman-ancaman yang terjadi.

b. Segmentasi pasar dan *positioning*

Langkah selanjutnya dalam pengolahan dalam masalah pemasaran sekolah adalah penentuan target pasar. Pasar memiliki keragaman karakter di dalamnya perlulah untuk menentukan atribut-atribut yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna Pendidikan. Secara umum pasar dapat dipilah berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi, maupun perilaku.

Dengan demikian sekolah akan lebih mudah untuk menentukan strategi pemasaran yang berhubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar. Setelah mengetahui karakter pasar tahap selanjutnya Lembaga akan menentukan bagian pasar mana yang akan dilayani.

c. Definisi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya sekolah yang ada orang tua siswa akan kesulitan untuk memilih sekolah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar sekolah semakin standar. Sekolah hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk kemasan yang menarik seperti logo dan slogan. Fasilitas internet mungkin akan menjadi standar namun jaminan internet yang aman dan bersih akan menarik perhatian orang tua. Melakukan pembedaan secara mudah dapat pula dilakukan melalui bentuk-bentuk tampilan fisik yang tertangkap panca indra yang memberikan kesan baik seperti pemakaian seragam yang menarik dan gedung sekolah yang bersih.

d. Komunikasi Pemasaran

Pengelola sekolah hendaknya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran sekolah yang diharapkan pasar. Sekolah sebagai Lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam bentuk/format ilmiah seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, forum ilmiah/seminar dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media masa.

5. Bauran Pemasaran

Menurut Limakrisna dan Julius (2016:221). bauran pemasaran merupakan komponen dari elemen-elemen yang membentuk

strategi campuran anda, yang anda ingin mendesain dengan maksud untuk menghasilkan respon yang anda inginkan dari pasar sasaran anda.

Dalam sebuah perusahaan harus bisa mengkombinasikan unsur 7P dalam bauran pemasaran diantaranya yaitu:

a. *Product* (Produk)

Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pelanggan yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yakni jasa Pendidikan yang dimiliki sekolah dan ciri khas atau keunggulan yang dimiliki oleh sekolah.

b. *Price* (Harga)

Hal yang paling utama dalam penentuan harga yaitu pembiayaan yang membandingkan dengan pengeluaran yang didapatkan oleh pelanggan serta penetapan harga atau harga yang dikenakan pada pelanggan.

c. *Place* (Tempat/lokasi)

Tempat lokasi sekolah memainkan peran yang sangat penting, karena lingkungan di mana layanan diberikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat yang dirasakan dari layanan tersebut kemudian akses penampilan serta kondisi secara keseluruhan dapat mempermudah bagi para konsumen.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dalam kegiatan pemasaran dengan fungsi menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran tentang organisasi dan produknya sehingga mereka menerima kemudian membeli. Promosi dilakukan dengan mengadakan suatu pameran, peragaan, penyebaran pamflet secara online atau selebaran.

e. *People* (Orang)

Yaitu semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau Lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran produk atau jasa kepada konsumen. Organisasi juga mempertahankan karyawan yang mempunyai skil, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

f. *Physical Evidence* (Layanan Fisik)

Yakni unsur-unsur yang termasuk di dalam hal ini diantaranya yaitu lingkungan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya yang dipadu padankan dengan service yang diberikan. Sekolah harus memperhatikan gaya bangunan serta fasilitas penunjang seperti kelengkapan sarana Pendidikan, tempat beribadah, keamanan dan lapangan olah raga.

g. *Process* (Proses)

Proses penyampaian layanan Pendidikan adalah jantung dari semua kegiatan, seluruh aktifitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktifitas-aktifitas, dan rutinitas-rutinitas dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Oprasional untuk mengatur pemasaran dengan implementasi yang jelas terhadap penempatan karyawan sekolah dalam pembagian tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran sekolah.

Dari ke tujuh bauran pemasaran di atas maka sebuah Lembaga Pendidikan akan mencapai tujuan yang diinginkan apabila ke tujuh bauran pemasaran tersebut diterapkan di dalam strategi pemasaran.

6. Pengertian Peningkatan Kuantitas Siswa Baru

Muhammad Rifa'I, (2018:1). Menyatakan peserta didik adalah setiap orang yang menerima pengaruh dari seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan kegiatan Pendidikan.

Peningkatan penerimaan siswa baru adalah proses untuk meningkatkan usaha kegiatan dalam Penerimaan siswa baru yang merupakan satu kegiatan yang sangat penting, penerimaan siswa baru juga merupakan salah satu kegiatan yang pertama dilakukan yang biasanya mengadakan seleksi calon murid.

7. Sistem Penerimaan Siswa Baru

Kementrian Pendidikan dan kebudayaan (Kemendikbud) mengeluarkan peraturan No. 17 tahun 2017 tentang penerimaan peserta didik baru pada TK, SMP, SMA, SMK, atau yang sederajat.

Dalam permendikbud diatur mengenai zonasi yang harus diterapkan sekolah dalam menerima calon peserta didik baru. Berdasarkan Permendikbud No. 17 Tahun 2017 dengan menerapkan sistem zonasi. Sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah wajib menerima calon peserta didik yang berdomisili pada zona terdekat dari sekolah paling sedikit sebesar 90 % dari total jumlah peserta didik yang diterima. Domisili calon peserta didik baru tersebut berdasarkan alamat pada kartu keluarga yang diterbitkan paling lambat enam bulan sebelum PPDB. Zona terdekat sudah ditetapkan oleh pemerintah daerah sesuai dengan kondisi di daerah masing-masing. Kemudian 10 % dari total peserta didik dibagi menjadi dua, yaitu 5 % untuk jalur prestasi, dan 5 % untuk peserta didik yang mengalami perpindahan domisili. Namun sistem zonasi tersebut tidak berlaku bagi Sekolah Menengah Kejuruan. Dalam Permendikbud ini memang disebutkan bahwa seleksi PPDB pada kelas VII SMP dan kelas X SMA/SMK mempertimbangkan kriteria dengan urutan prioritas sesuai dengan daya tampung berdasarkan ketentuan rombongan belajar. Urutannya adalah:

- a. Jarak tempat tinggal ke sekolah sesuai dengan ketentuan zonasi.
- b. Usia.
- c. Nilai hasil ujian untuk lulusan SD dan Surat hasil Ujian Nasional atau SHUN bagi lulusan SMP sederajat.
- d. Prestasi di bidang akademik dan non akademik yang telah diakui oleh sekolah sesuai dengan kewenangan daerahnya masing-masing.

Penerimaan peserta didik baru bertujuan untuk menjamin penerimaan peserta didik berjalan secara objektif, akuntabel, transparan, dan tanpa diskriminasi sehingga dapat mendorong peningkatan akses layanan Pendidikan. PPDB dapat dilakukan dengan dua cara pertama pendaftaran melalui online yaitu melalui *website* resmi PPDB daerahnya masing-masing. Kedua pendaftaran secara offline yaitu dengan mendaftar langsung ke sekolah. Sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah wajib mengumumkan secara terbuka proses pelaksanaan dan informasi

PPDB diantaranya terkait dengan persyaratan, seleksi daya tampung, dan hasil penerimaan peserta didik baru.

8. Prosedur Penerimaan Siswa Baru

Penerimaan siswa baru termasuk salah satu aktivitas penting sebab aktivitas penerimaan ini menentukan seberapa kualitas input yang direkrut oleh sekolah tersebut. Penerimaan siswa baru bertujuan untuk memberi kesempatan yang seluas-luasnya bagi warga negara usia sekolah agar memperoleh layanan Pendidikan yang sebaik-baiknya.

Langkah-langkah penerimaan siswa baru secara garis besar dapat ditentukan sebagai berikut:

- a. Menentukan panitia
- b. Menentukan syarat-syarat penerimaan
- c. Mengadakan pengumuman, menyiapkan soal-soal tes untuk seleksi dan menyiapkan tempatnya.
- d. Melaksanakan penyaringan melalui tes tertulis dan tes lisan.
- e. Mengadakan pengumuman penerimaan
- f. Mendaftar kembali calon siswa yang diterima
- g. Melaporkan hasil pekerjaan kepada Kepala Madrasah
- h.

Penerimaan siswa baru harus berasaskan:

- a. *Obyektivitas* artinya bahwa penerimaan peserta didik baik peserta didik baru maupun pindahan harus memenuhi kebutuhan umum yang diatur di dalam Keputusan Menteri.
- b. *Transparansi* artinya pelaksanaan penerimaan peserta didik bersifat terbuka dan dapat diketahui oleh masyarakat termasuk orang tua peserta didik, untuk menghindari penyimpanan-penyimpanan yang mungkin terjadi.
- c. *Akuntabilitas* artinya penerimaan peserta didik dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat baik prosedur maupun hasilnya.
- d. Tidak *diskriminatif* artinya setiap warga negara yang berusia sekolah dapat mengikuti program Pendidikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia tanpa membedakan suku, agama dan golongan.

9. Problem-problem Penerimaan Siswa Baru

- Adanya peserta didik yang hasil tesnya, jumlah NEM dan kecakapannya di bawah penerimaan.
- Adanya calon peserta didik yang dari segi kemampuannya masih standart nilai.
- Jaringan yang kurang baik di wilayah pedalaman menyebabkan sulitnya mengakses website bagi pendaftaran online.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk melihat orisinalitas dan posisi Penelitian yang akan dilakukan. Tujuannya untuk melihat persamaan dan perbedaan kajian dalam Penelitian terdahulu. Beberapa Penelitian terdahulu dijadikan perbandingan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Peneltian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ulfa Nurtionita 2020.	Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru Di Pondok Pesantren Modern Elfira Purwokerto	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren dalam meningkatkan kuantitas santri baru dengan melakukan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasiaan, pelaksanaan, dan pengawasan serta evaluasi telah berjalan dengan baik. Tindakan fungsi manajemen tersebut diawali dari proses perencanaan dengan melakukan	Sama-sama membahas tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru	Dalam Penelitian Danita Oktavia Yudha berada di MAN Ngawi. Manajemen Pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren dalam meningkatkan kuantitas santri baru dengan melakukan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasiaan , pelaksanaan, dan pengawasan serta evaluasi telah berjalan dengan baik Sementara

			langkah-langkah dalam perencanaan. Kemudian dalam pengorganisasian dilakukan pembentukan struktur kepanitiaan dan koordinasi antara Pengasuh pondok, pengurus dan panitia yang telah ditentukan.		Peneliti melakukan Penelitian di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi. Manajemen Pemasaran dengan cara Identifikasi Pemasaran. Cara komunikasi dan Evaluasi kendala
2	Choirun Nisa' 2023.	Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di SMPN1 Kedungpring Lamongan	Dari hasil temuan yang telah ditemukan Peneliti di lapangan, bahwa perencanaan pemasaran Pendidikan dilaksanakan sudah berdasarkan ilmu manajemen secara keseluruhan, yakni dari mulai tahapan perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi dengan harapan dapat mencapai tujuan yang akan dicapai. Adanya perencanaan yang telah disusun diawal dapat meminimalisir adanya kegagalan di kemudian hari atau pun hambatan yang ditemui nantinya dalam pelaksanaan.	Sama-sama membahas tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru	Dalam Penelitian Choirun Nisa' di SMPN 1 Kedungpring Lamongan, lebih fokus pada pemasaran Pendidikan, evaluasi dan perencanaan yang telah tersusun. Sementara Peneliti melakukan Penelitian di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi Pemasaran dengan cara Identifikasi Pemasaran. Cara komunikasi dan Evaluasi kendala.
3	Danita Oktavia Yudha Airlangga	Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan	Hasil Penelitian data ditemukan bahwa: (1) Identifikasi	Sama-sama membahas tentang manajemen	Dalam Penelitian Danita Oktavia Yudha Airlangga di MAN 1 Ngawi

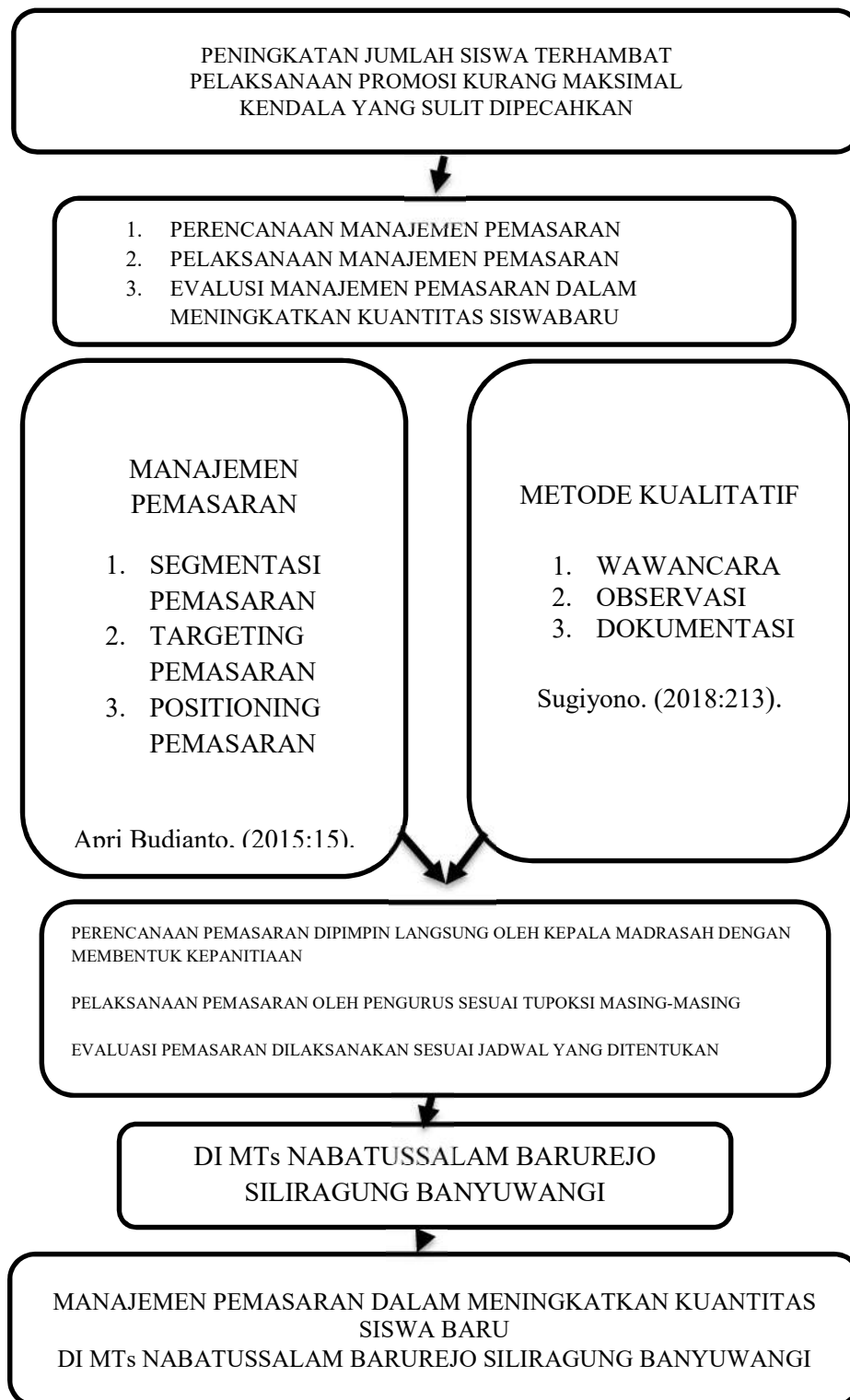
	2022..	Kuantitas Siswa Baru di MAN 1 Ngawi	pemasaran yaitu dengan menentukan sasaran sekolah, dilanjutkan dengan proses segmentasi pasar yang bertujuan untuk mengelompokkan sesuai dengan karakteristik. (2) Cara komunikasi yang dilakukan salah satunya yaitu komunikasi word of mouth (mulut ke mulut). Cara komunikasi ini yang paling berpengaruh. (3) Setiap kegiatan pemasaran pasti mengalami kendala, salah satunya dalam kegiatan pemasaran. yaitu proses pemasaran antara lain jaringan yang kurang mendukung jika ingin mengakses website MAN 1 Ngawi	pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru	cara komunikasi manajemen pemasarannya lebih memfokuskan dor to dor atau secara langsung. Sementara Peneliti melakukan Penelitian di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi. Cara komunikasi pemasarannya lebih difokuskan dengan memanfaatkan media cetak atau media elektronik.
--	--------	-------------------------------------	---	---	--

Sumber: Olahan Peneliti, 14 November, 2023

C. Alur Pikir Penelitian

Perumusan masalah alur pikir Penelitian ini untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Alur pikir dalam Penelitian ini dibangun dengan maksud melakukan tindakan Penelitian. Pada Penelitian ini akan digali informasi mengenai Manajemen.

Gambar 2.1
Alur Pikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis Penelitian kualitatif untuk menulis sebuah karya ilmiah yang akan dijadikan bahan Peneliti. Penelitian kualitatif adalah metode Penelitian yang sistematis yang digunakan untuk meneliti sebuah objek tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa penguji hipotesis dengan beberapa metode yang alamiah. Hasil Penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas namun makna dari fenomena yang diamati. Menurut Sugiyono, (2018: 15). Metode Kualitatif yaitu Penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* di mana kebenaran sesuai dengan hakikat obyek yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.

Menurut batasan yang disampaikan Sugiyono di atas, Penelitian kualitatif memiliki empat macam karakter, yaitu:

1. Mempunyai setting yang alamiah, maksudnya Penelitian dilakukan dalam situasi yang wajar dan realistis dari fenomena yang nyata, setting alamiah merupakan sumber data Peneliti sendiri bertindak sebagai instrumen Penelitian.
2. Data yang dikumpulkan dalam bentuk kalimat, gambar dan lainnya yang berisi deskripsi, transkrip dan interview.
3. Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil. Analisis yang digunakan adalah analisis induktif, analisis ini dilakukan secara *bottom up* (pemrosesan informasi)
4. Penelitian kualitatif mementingkan makna fenomena yang sedang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian lokasi atau *site selection* berkenaan dengan penentuan unit, bagian, kelompok, dan tempat dimana orang-orang terlibat di dalam kegiatan atau peristiwa yang ingin diteliti (Sukmadinata, 2017: 102). Objek Penelitian ini dilakukan di MTs Nabatussalam Desa Barurejo Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur. Sedangkan waktu Penelitian dilaksanakan pada Tanggal 06 November s/d 04 Desember yaitu semester ganjil 2023 dengan tema Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo.

C. Kehadiran Peneliti

Kehadiran Peneliti dalam Penelitian kualitatif diharuskan berbaur dan menyatu langsung dengan objek Penelitian sehingga kehadiran Peneliti tidak bisa diwakilkan atau digantikan oleh orang lain. Dengan demikian Peneliti dapat membangun keakraban dan tidak menjaga jarak dengan objek Peneliti.

D. Informan Peneliti

Informan Peneliti merupakan narasumber yang memberikan informasi mengenai data-data yang sedang diteliti. Dalam Penelitian kualitatif, informan tidak disebut sebagai subjek Penelitian, karena sumber data menyangkut seseorang yang mempunyai kedudukan yang sama antara Peneliti dengan yang diteliti, dalam Penelitian ini melibatkan orang yang berperan sebagai orang kunci (*key person*) yaitu:

1. Bapak Muhammad Nafi' S.Pd.I. selaku Kepala Madrasah
2. Bapak Iwan Andrianto, S.Si. selaku Wakil Kepala Madrasah Urusan Kurikulum
3. Ibu Beti Watimuri, S.Pd. selaku Wali Kelas
4. Bapak Muhammad Anas selaku Operator MTs Nabatussalam Barurejo
5. H. M. Bahono, S.E. selaku Humas MTs Nabatussalam

E. Data dan Sumber Data

Data dapat diartikan sebagai bahan mentah yang didapatkan Peneliti dari Peneliti lainnya, bisa berupa fakta maupun keterangan yang dapat digunakan sebagai dasar analisis. Data dapat berfungsi sebagai bukti dan petunjuk tentang adanya sesuatu. Menurut Hartono yang dikutip Triska Apriyani, (2017:2). “Data adalah kumpulan kejadian yang diangkat dari suatu kenyataan berupa angka-angka, huruf-huruf, atau simbol-simbol khusus atau gabungan darinya yang masih belum bisa bercerita banyak, sehingga perlu diolah lebih lanjut.”

Sumber data ada 2 yaitu:

1. Data Primer

Data Primer ialah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek Penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Dalam Penelitian ini menggunakan sumber data primer yakni Penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek kejadian atau hasil pengujian.

F. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan pengumpulan data Peneliti menggunakan *Field Research* (Penelitian Lapangan). Adapun dalam Penelitian ini Peneliti menggunakan *Interview* (wawancara), *Observasi* (pengamatan), dan *Dokumentasi*.

1. Wawancara

Menurut Bungin dalam hilman ahmad, (2013:133). Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan Penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancara. Bungin berpendapat bahwa wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan alat *interview guide* atau pedoman wawancara atau pun tidak. Teknik wawancara pada dasarnya dilakukan dengan dua bentuk yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Teknik tersrtuktur dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, sementara tidak terstruktur timbul apabila ada jawaban yang kurang berkembang di luar pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan. Wawancara yang digunakan dalam Penelitian ini adalah wawancara terstruktur.

Wawancara mendalam dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka, yang memungkinkan responden memberikan jawaban secara luas. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam berupa pengalaman, pendapat, dan pengetahuan ke informan dan informasi mengenai manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru.

2. Observasi

Menurut Afifudin dan Ahmad Saebani dalam Imron (2016:62). “Observasi partisipatif adalah Peneliti dalam melakukan observasinya ikut melibatkan diri kedalam kehidupan sosial sehari-hari dilokasi Penelitian.” Metode observasi ini digunakan untuk menggali data terkait dengan Manajemen Pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru yang digunakan oleh pengelola MTs Nabatussalam Barurejo dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Jadi metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung keadaan dan situasi dalam Lembaga Pendidikan tersebut.

3. Dokumentasi

Menurut Mundir Rosyadi yang dikutip oleh Maria Ulfa dalam Imron, (2017:62). Menyatakan istilah dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis, alat-alat pengumpul, datanya disebut form dokumentasi atau form pencatat dokumen, sedangkan sumber datanya berupa catatan atau dokumen. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data yang berupa dokumen atau arsip. Metode dokumentasi dilaksanakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Dokumentasi yang penulis lakukan dalam Penelitian ini adalah mengumpulkan data tertulis berupa dokumen-dokumen yang dimiliki sekolah. Dokumen-dokumen tersebut yaitu diantaranya:

- a. Sejarah berdirinya Madrasah
- b. Visi & misi Madrasah
- c. Struktur Organisasi Madrasah
- d. Sarana dan prasarana
- e. Data Siswa
- f. Data Guru

Lampiran 3.1 **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data	Instrument Penelitian	Sumber Data
Wawancara	Pedoman wawancara	Kepala Madrasah Waka Kurikulum Guru dan Wali Kelas
Observasi	Panduan Obsesrvasi	Kondisi dan situasi lingkungan Madrasah
Dokumen	Form Dokumentasi	Arsip dan Dokumen

Sumber: Olahan Peneliti, 14 November 2023

G. Keabsahan Data

Pada Penelitian kualitatif tingkat keabsahan lebih ditekankan pada data yang diperoleh. Melihat hal tersebut maka kepercayaan data hasil Penelitian dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan sebuah Penelitian. Menurut pendapat Lincon dan Guba dalam Salim dkk, (2016:165-169). Untuk mencapai *trustworthiness* (kelayakan kepercayaan) diperlukan teknik antara lain:

- a. Triangulasi Sumber Data
Yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh kemudian dideskripsikan sesuai dengan yang diperoleh dari berbagai sumber.
- b. Triangulasi Metode
Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda.
- c. Triangulasi teori
Dilakukan dengan cara mengumpulkan hasil penelitian berupa sebuah informasi.
- d. Triangulasi Peneliti
Pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data.

H. Analisis Data

Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek Penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek Penelitian. Dalam buku *Analisis Data Penelitian Kualitatif* karya Abdul Majid, (2018:237). Menurut Sugiyono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesis menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang digunakan Peneliti adalah model interaktif Miles, Huberman dan Saldana. Dalam buku *Analisis Data Penelitian Kualitatif* karya Abdul Majid, (2017:56). Miles, Huberman dan Saldana beranggapan bahwa analisis data terdiri

dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: Kondensasi Data (*Data Condensation*), Penyajian Data (*Data Display*), dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion drawing/Verifications*). Berikut penjelasan secara rinci yaitu:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen dan materi-materi empiris. Kesimpulannya yaitu proses kondensasi data ini diperoleh setelah Peneliti melakukan wawancara dan mendapatkan data tertulis yang ada di lapangan yang nantinya transkrip wawancara tersebut dipilah-pilah untuk mendapatkan fokus Penelitian yang dibutuhkan oleh Peneliti.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi. Penyajian data di sini juga membantu dalam memahami apa yang terjadi dan untuk melakukan sesuatu termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan di sini dilakukan Peneliti dari awal Penelitian mengumpulkan data seperti mencari pemahaman yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan alur sebab akibat yang tahap akhirnya disimpulkan keseluruhan data yang diperoleh Peneliti.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah MTs Nabatussalam Barurejo

Madrasah Tsanawiyah Nabatussalam Merupakan Lembaga Pendidikan yang berada di Dusun Senepolor Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi di bawah naungan Yayasan bernama Pondok Pesantren Putra Putri Nabatussalam Barurejo. Pada tahun 2011 Alumni (*stakeholder*) Pondok Pesantren Nabatussalam mengusulkan kepada Pengasuh untuk mendirikan sebuah Lembaga Pendidikan Formal, hal itu dapat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah santri, ahirnya setelah Pengasuh menerima usulan dan memberikan persetujuan untuk mendirikan Lembaga Pendidikan Formal yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs) Nabatussalam. Pada awal tahun pelajaran 2013/2014 berdirilah MTs Nabatussalam yang berada dalam lingkungan Pondok Pesantren Nabatussalam yang dipimpin oleh Bapak Adiyanto, S.Pd. sebagai Kepala Madrasah. Pada akhir tahun pembelajaran 2013/2014 tepatnya 22 Juni 2014 sudah dikeluarkan Izin Operasional dari pemerintah. Pada tahun pembelajaran 2014/2015 mengalami pergantian Kepala Madrasah dari Bapak Adiyanto, S.Pd. digantikan oleh Bapak Muhammad Nafik, S.Pd.I.

Berikut perkembangan jumlah siswa baru MTs Nabatussalam.

Tabel 4.1
Perkembangan Jumlah Siswa Baru

Angkatan	Jumlah Siswa	Kelas
Pertama	10	VII
Kedua	14	VII
Ketiga	16	VII
Keempat	15	VII
Kelima	20	VII
Keenam	30	VII
Ketujuh	25	VII
Kedelapan	33	VII
Kesembilan	28	VII
Kesepuluh	40	VII

Sumber: Olahan Peneliti, 14 November 2023

2. Visi

Terwujudnya Generasi Madani Yang Unggul Dalam Prestasi Berdasarkan Iman Dan Taqwa Serta Berwawasan Global

Misi

1. Menerapkan kurikulum nasional yang diintegrasikan dengan kurikulum kePesantrenan
2. Menerapkan kurikulum berbasis karakter bangsa dan nilai-nilai keislaman
3. Meningkatkan kualitas bahasa Arab dan Inggris bagi peserta didik serta meningkatkan kemampuan komputasi siswa.

3. Profil MTs Nabatussalam Barurejo

Tabel 4.2
Profil MTs Nabatussalam Barurejo

NPSN	69895140
Nama	MTs Nabatussalam
Akreditasi	C
Alamat	Jl. KH. Syahadat No. 15 Senepolor, Barurejo, Siliragung.
Nomer telpon	+62 823-1555-5949
Kecamatan	Siliragung
Kota	Kabupaten Banyuwangi
Provinsi	Jawa Timur
Kode Pos	68488

4. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI MTs NABATUSSALAM BARUREJO
TAHUN PELAJARAN 2022-2023

Ketua Yayasan	: Muh. Dimyati, M.Pd.
Kepala Madrasah	: Muhammad Nafik, S.Pd.I.
Komite Madrasah	: H. M. Bahono, S.E.
Wakil Kurikulum	: Iwan Andrianto, S.Si.
Wakil Kesiswaan	: Beti Watimuri, S.Pd.
Wakil Sarpras	: Muh. Dimyati, M.Pd.
Tata Usaha	: Muhammad Yusuf
Bendahara	: Muhammad Anas Nizar
Operator	: Muhammad Anas Nizar
Wali Kelas	
VII (Tujuh)	: Endrayani Utami, S.Pd.
VIII (Delapan)	: Anisatul Jannah, S.Pd.
IX (Sembilan)	: Beti Watimuri, S.Pd.

5. Data Siswa

Tabel 4.3
Data Siswa

NO	KELAS	JUMLAH SISWA
1	VII (Putra)	19
2	VII (Putri)	14
3	VIII (Putra)	19
4	VIII (Putri)	9
5	IX (Putra)	11
6	IX (Putri)	16

Sumber: Dokumen MTs Nabatussalam Barurejo, 14 November 2023

6. Data Guru

Tabel 4.4
Data Guru

No.	Nama	L/P	TTL	Pendidikan	JTM
1	AHMAD RIZQI PRATAMA, S.Pd.	L	BLITAR, 01 November 2002	SMA	6
2	ANISSATUL JANA, S.Pd.	P	Banyuwangi, 20 Juli 2000	S1	32
3	BETI WATIMURI, S.Pd.	P	BANYUWANGI, 04 Juli 1993	S1	30
4	ENDRAYANI UTAMI, S.Pd.	P	Surakarta, 10 September 1989	S1	31
5	EVA MAULIDA ULFA, S.Pd.	P	JEMBER, 07 Januari 1993	S1	
6	IWAN ANDRIANTO, S.Si	L	Banyuwangi, 07 Juni 1979	S1	19
7	MAKHRUS AHMAD NURZAIN, S.Pd.	L	BLITAR, 09 Maret 2000	S1	6
8	MOCH. ZAQQI FUAD, S.Pd.	L	MADIUN, 25 Juli 1996	S1	
9	MOH HABIB AMRONI, S.Pd.	L	BANYUWANGI, 26 Maret 1996	S1	4
10	MUH. DIMYATI, M.Pd.	L	BANYUWANGI, 10 September 1990	S2	6
11	MUHAMMAD ANAS NIZAR	L	BANYUWANGI, 05 Juli 2001	S1	2
12	MUHAMMAD NAFIK, S.Pd.I.	L	BANYUWANGI, 04 Juni 1986	S1	15
13	MUHAMMAD YUSUF	L	Banyuwangi, 01 Juli 2005	SMA	2

Sumber: Dokumen MTs Nabatussalam Barurejo, 14 November 2023

7. SARPRAS (Sarana dan Prasarana)

Tabel 4.5
Sarana dan Prasarana

No.	Sarana Prasarana	Keterangan
1	Kantor MTs Nabatussalam	1. Komputer 2. Meja dan Kursi guru 3. Lemari 4. Alat peraga qiroati 5. Mikrofon 6. Spiker 7. Meja dan kursi tamu 8. Kotak P3K 9. Tempat sampah 10. Sapu dan Cikrak kipas
2	Ruang kelas	1. Meja dan Kursi belajar 2. Meja dan kursi guru 3. Papan tulis spidol penghapus
3	Lab komputer	1. Meja dan Kursi 2. Proyektor 3. Komputer
4	Perpustakaan	1. Buku bacaan 2. Meja baca 3. Komputer 4. Kipas 5. Tempat sampah dan cikrak

Sumber: Dokumen MTs Nabatussalam Barurejo, November 2023

8. Program PPDB

- a. Tabungan belajar senilai 600.000
- b. Sosialisasi ke MI/SD
- c. Pemasangan banner di tempat setrategis.

B. Verifikasi Data Lapangan

Sebelum Peneliti melaksanakan Penelitian terlebih dahulu melaksanakan observasi di MTs Nabatussalam yang berlokasi di Jl. KH. Syahadat No. 15 Senepolor RT 003/RW 006 Desa Barurejo Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan mulai dari 06 November 2023 s/d 04 Desember 2023. Penelitian ini dilakukan di luar kantor karena Peneliti berstatus bukan bagian dari Struktur Kepengurusan Madrasah. Waktu satu bulan ini mencakup *actor* dan pelaku yang berkompeten dalam Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo. Data ini diperoleh melalui wawancara mulai dari awal hingga akhir meskipun dalam pengumpulan data ini terkadang Peneliti lebih banyak bertanya kepada Dosen Pembimbing atau pun Mahasiswa yang telas lulus.

Adapun informan yang dijadikan subjek dalam Penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Bapak Muhammad Nafi' sebagai Kepala Madrasah
2. Bapak Iwan Andrianto sebagai wakil Kepala Sekolah urusan kurikulum
3. Ibu Beti Watimuri sebagai Wali Kelas
4. Bapak Muhammad Anas Nizar sebagai Operator MTs Nabatussalam

Dengan demikian Peneliti mendapat 4 informan yang akan dijadikan actor Penelitian. Actor atau pelaku Penelitian diharapkan kedepannya mampu memberikan pernyataan sesuai dengan topik Penelitian guna mendapatkan data Penelitian yang dibutuhkan oleh Peneliti.

1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi.

Perencanaan merupakan langkah pertama yang dilaksanakan dalam mencapai tujuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran. Dalam manajemen pemasaran perencanaan dibuat agar program-program kerja dalam manajemen pemasaran dapat terlaksana dengan baik, hal itu menjadi dasar penanganan ketika program yang akan dicapai

terdapat banyak masalah maka dapat meminimalisir kegagalan yang akan dihadapi. Manajemen pemasaran menjadi salah satu lingkup penting di dalam manajemen sekolah untuk mendapatkan peserta didik dengan jumlah yang banyak oleh karena itu perlu adanya sebuah strategi pemasaran. MTs Nabatussalam yang terletak di Desa Barurejo Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi, memiliki perencanaan strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh Lembaganya guna meningkatkan kuantitas siswa baru. Hal ini seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Muhammad Nafi' selaku Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo.

“Saya sebagai Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo harus jeli untuk melihat peluang pasar khususnya untuk mendapatkan peserta didik. Hal pertama yang saya lakukan adalah dengan membuat perangkat pemasaran seperti merencanakan, membentuk panitia PPDB, menentukan waktu, tempat, target yang dituju, dan media untuk mempromosikan MTs Nabatussalam Barurejo.”

Gambar 4.1



Wawancara dengan Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo

Dalam perencanaan strategi pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo disusun panitia PPDB yang terdiri dari Wali Kelas Waka Kesiswaan, Waka Kurikulum, Waka Humas, Dan Waka Saprass,

kemudian Kepala Sekolah membentuk perangkat pemasaran namun yang dilakukan pertama kali adalah sosialisasi brosur setelah itu dilakukan pembagian waktu dan tempat promosi. Dalam mempromosikan MTs Nabatussalam Barurejo yang pertama dilakukan adalah menentukan waktu, tempat dan lokasi proses promosi dilakukan. Hal ini diperjelas oleh Bapak M. Anas selaku Panitia PPDB di MTs Nabatussalam Barurejo mengatakan:

“Rencana waktu dan tempat promosi kami lakukan agar kami paham bentuk layanan Pendidikan seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Desa Barurejo, ternyata setelah melakukan rapat bersama Kepala Madrasah kami menemukan fakta bahwa promosi harus dilakukan di dalam dan juga di luar Desa Barurejo.”

Gambar 4.2



Wawancara dengan Bapak Muhammad Anas selaku Panitia PPDB

Pada dasarnya setiap sekolah mempunyai target tersendiri dalam mempromosikan sekolahnya. Seperti kata Bapak Muhammad Nafi' selaku Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo mengatakan:

“Target yang kami tuju adalah anak lulusan SD/MI swasta maupun negeri, tidak ada kriteria khusus untuk bisa masuk ke MTs Nabatussalam Barurejo namun khusus anak yang mutasi dari sekolah lain kami mewajibkan untuk menetap di Pondok Pesantren.”

Target yang dituju ialah peserta didik mulai umur 12 tahun tidak memandang dari golongan atas maupun menengah, karena golongan bawah pun bisa masuk sekolah di MTs Nabatussalam Barurejo. Selain target waktu dan tempat yang direncanakan dalam menentukan tim pelaksana strategi pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo penyusunan perencanaan dilakukan oleh Kepala Sekolah, Guru, Karyawan, Pembina ekstra kurikuler, dalam artian semua Pendidik harus ikut serta dalam proses mempromosikan sekolah karena berhasil dan tidaknya sebuah promosi ini terdapat pada tim pelaksana.

Penggunaan media dalam hal untuk mempromosikan sekolah harus melihat target dari pasaran untuk menunjang proses keberhasilan dalam sebuah promosi. Tanpa adanya sebuah promosi maka sekolah tidak akan dikenal dan tidak akan diketahui di kalangan masyarakat. Banyak wali murid atau orang tua yang menyekolahkan anaknya di MTs Nabatussalam Barurejo karena mengetahui dari pamflet atau brosur yang ditempel di jalan. Hal ini dipertegas oleh Ibu Beti selaku Wali kelas mengatakan:

“Tetangga saya yang anaknya disekolahkan di sisni mengetahui MTs Nabatussalam setelah ia melihat brosur/banner yang ditempel di pinggir jalan yang sering dilewati bersama anaknya.”

Gambar 4.3



Wawancara dengan Ibu Beti Watimuri selaku Wakil Kesiswaan MTs Nabatussalam

Hal yang serupa juga dipertegas oleh Bapak Muhammad Nafi'

"Kami sebagai Kepala Madrasah melakukan strategi pemasaran melalui pembuatan brosur dan banner yang kami tempel di tempat-tempat yang sering dikunjungi banyak orang seperti di jalan dan keramaian. Selain itu kami juga menghimbau kepada Alumni Pondok Pesantren supaya anaknya disekolahkan di MTs Nabatussalam Barurejo."

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang paling esensial dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. Karena tanpa adanya perencanaan maka pelaksanaan tidak akan berjalan dengan lancar dalam mencapai tujuan karena dalam perencanaan terdapat proses seleksi dan pertimbangan untuk menghasilkan yang terbaik untuk program yang akan dilaksanakan.

Mengenai biaya di MTs Nabatussalam Barurejo digratiskan untuk semua kalangan di awal tahun ajaran baru hanya ada biaya untuk uang makan perbulannya bagi siswa yang menetap di Pondok Pesantren. Hal ini diperjelas oleh murid melalui wawancara yang dilakukan Peneliti mengatakan:

"Tidak ada biaya SPP untuk semua siswa tidak ada perbedaan antara yang golongan atas dan golongan bawah di MTs Nabatussalam Barurejo hanya saja ada biaya kos makan perbulannya."

Dalam rangka menciptakan dan mencari pelanggan MTs Nabatussalam Barurejo merencanakan alat yang digunakan untuk promosi baik dengan media cetak seperti banner dan pamphlet atau media elektronik seperti website resmi sekolah dan Radio. Karena dengan strategi pemasaran seperti itu sekolah tersebut diharapkan dapat dikenal dengan banyak orang tidak hanya di sekitar desa saja melainkan dari luar desa. Hal ini senada yang diungkapkan oleh BapK Muhammad Anas selaku Panitia PPDB MTs Nabatussalam Barurejo

"Salah satu cara pemasaran yang dilakukan MTs Nabatussalam Barurejo adalah banyak menggunakan brosur, media sosial, Alumni Pesantren se Indonesia dan getok tular atau komunikasi lisan brosur berisi tentang jadwal pelajaran, foto kegiatan, program-program unggulan, serta fasilitas yang kami miliki."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, promosi dalam suatu Lembaga sangatlah penting supaya masyarakat mau menjadi

pelanggan. Untuk tenaga Pendidik di MTs Nabatussalam Barurejo diharapkan sudah memenuhi kriteria sebagai Pendidik yaitu mampu memberikan contoh yang baik kepada peserta didik. Adapun tenaga Pendidik yang kurang profesional diikuti sertakan dalam program LPG (Lembaga Pendidikan Guru) yang nantinya diharapkan mampu mengajarkan program-program unggulan yang dimiliki oleh Madrasah.

2. Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo.

Di dalam prinsip manajemen proses pelaksanaan dilakukan setelah perencanaan itu dibuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Nafi' selaku Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo mengatakan:

“Pelaksanaan merupakan wujud dan realisasi perencanaan program yang telah dicadangkan dalam prioritas sasaran mutu yang hendak akan dicapai.”

Dalam hal ini dijelaskan bahwa pemasaran adalah pokok utama dari sebuah Lembaga Pendidikan untuk mempromosikan sekolah guna mendapatkan calon peserta didik baru yang diharapkan. Pelaksanaan di sini dijalankan sesuai dengan apa yang di rencanakan oleh sekolah yang pertama yaitu mengenai panitia PPDB waktu dan tempat serta target yang dituju. Sebenarnya setiap hari sekolah bisa mempromosikan akan tetapi waktu yang tepat hal ini menjadi sebuah prioritas. Adapun waktu yang tepat yaitu sebelum penerimaan peserta didik baru berlangsung tepatnya di bulan yang ditetapkan pemerintah. Program *pertama* yang dilakukan oleh tim PPDB MTs Nabatussalam Barurejo adalah bekerja sama dengan Lembaga jenjang SD/MI terdekat tepatnya kepada Guru Kesiswaan Lembaga tersebut untuk melakukan sosialisasi brosur dengan cara mengumpulkan murid. *Kedua* yaitu target yang dituju MTs Nabatussalam Barurejo tidak menargetkan siapa yang boleh masuk atau tidak boleh menjadi pelanggan namun sekolahan mempersilahkan untuk semua golongan bisa masuk tidak memandang mana yang kaya mana yang miskin namun dalam hal ini sekolah mengkhususkan harus yang beragama Islam sesuai dengan Undang-Undang dalam Departemen Agama. Dan yang *ketiga* yaitu tim pelaksana dalam memasarkan sekolah semua yang ada di dalam MTs Nabatussalam

Barurejo berkewajiban untuk ikut serta dalam mempromosikan sekolahnya. Cara yang pertama kali dilakukan dalam pemasaran adalah *scanning* yaitu menganalisis kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat pada umumnya.

Dalam mempromosikan MTs Nabatussalam Barurejo juga dengan menunjukkan program-program unggulan yang dimiliki seperti:

a. Budaya baris atau berdoa pagi

Sebelum peserta didik memasuki kelas dan sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai peserta didik berbaris/apel pagi di halaman sekolah untuk membaca asmaul husna dan berdoa bersama para guru. Seperti halnya yang diutarakan oleh bapak Iwan Andrianto selaku wakakur MTs Nabatussalam Barurejo

“Pertama semua siswa setiap pagi melaksanakan apel/berbaris dengan rapi yang dipandu oleh guru piket. Kedua setiap hari senin siswa melaksanakan upacara bendera. Ketiga siswa masuk kelas sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai, berdoa bersama yang dipandu oleh ketua kelas.”

Cara atau proses tersebut agar masyarakat terutama wali murid mengetahui bagaimana cara pembelajaran yang disampaikan dan sekolah dapat memberikan citra yang baik kepada masyarakat hal ini juga merupakan bentuk promosi yang diberikan dari sekolah juga dapat menunjukkan keunggulan sekolah tersebut kepada masyarakat.

b. Kegiatan Ekstrakurikuler

Ekstrakurikuler adalah kegiatan nonformal yang dilaksanakan secara terencana, sistematis, fleksibel, integral dan berlangsung di luar system Pendidikan formal sekolah. Kegiatan ini pasti ada di setiap jenjang Pendidikan, kegiatan ini ditujukan agar siswa dapat mengembangkan kepribadian,

bakat, dan kemampuannya di berbagai bidang di luar akademik.

Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Nabatussalam Barurejo ini diantaranya yaitu:

- 1) Pramuka
- 2) Qiro'ah
- 3) Rebana Hadrah al-Banjari
- 4) Khitobah
- 5) Olah raga sepak bola
- 6) Baca kitab kuning
- 7) Tahfidz jus 30 dan
- 8) Metode membaca Al-Qur'an atau Yanbu'a

Gambar 4.4



Kegiatan Pramuka Siswa-Siswi MTs Nabatussalam Barurejo

Lulusan dari MTs Nabatussalam Barurejo sangat diharapkan dapat diterima di sekolah-sekolah unggulan selanjutnya misalnya seperti yang dikatakan oleh bapak Muhammad Nafi' selaku Kepala Madrasah MTs Nabatussalam Barurejo,

“Peserta didik di MTs Nabatussalam Barurejo dapat menghafal Al-Quran juz 30, surat Yasin, dan Tahlil bahkan dalam satu tahun ini rata-rata siswa kelas VII sudah menghafal Al-Qur’an juz 30 dan diwisuda pada akhirussanah kenaikan kelas VIII.”

Dalam melakukan promosi MTs Nabatussalam Barurejo banyak menggunakan brosur yang disebar di jalan-jalan ditempelkan di tempat banyak orang dengan tujuan agar masyarakat mengenal. Supaya terlihat di jalan raya panitia PPDB MTs Nabatussalam Barurejo memasang spanduk dan banner di pinggir jalan spanduk ini juga dipasang di depan gerbang MTs Nabatussalam Barurejo yang berisikan tentang program-program sekolah. Panitia PPDB MTs Nabatussalam Barurejo juga menempel pamflet di depan rumah warga yang sudah dimintai izin bertujuan untuk memudahkan mengetahui program-program sekolah selain itu juga memakai cara getok tular atau komunikasi lisan seperti halnya melalui wali murid dan alumni Pesantren. Selain menggunakan proses pemasaran yang telah dipaparkan di atas juga menggunakan iklan seperti yang disampaikan oleh Bapak Iwan Andrianto selaku Wakakur MTs Nabatussalam Barurejo sebagai berikut:

“Promosi yang dilakukan oleh MTs Nabatussalam Barurejo membuat siaran di radio, koran, pamflet, brosur, baliho, whatsapp, facebook, instagram, youtube. Dengan memanfaatkan media sosial tersebut, dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui keberadaan MTs Nabatussalam Barurejo.”

Beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh MTs Nabatussalam Barurejo menurut Bapak Iwan Andrianto menggunakan dua jenis media *pertama* media cetak seperti baliho, pamflet, koran, brosur. *Kedua* melalui media elektronik seperti siaran radio, youtube, facebook, dan Instagram. Dalam melakukan pemasaran Pendidikan MTs Nabatussalam Barurejo dikategorikan bagus meskipun terdapat sedikit kendala jaringan internet yang kurang baik khususnya wilayah pedalaman.

3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo.

Setelah melalui berbagai tahapan dalam manajemen perencanaan dan pelaksanaan selanjutnya melakukan evaluasi. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sampai di mana pelaksanaan rencana kerja yang telah dirumuskan sebelumnya jika ditemukan kekurangan atau hambatan dapat segera dilakukan perbaikan-perbaikan. Oleh karena itu evaluasi yang dilakukan oleh pengelola Manajemen Pemasaran MTs Nabatussalam Barurejo tidak hanya dilakukan di akhir periode saja melainkan dilakukan sebulan sekali, tengah semester, akhir semester dan akhir tahun yang melibatkan Ketua Yayasan dan Komite dalam rangka membahas tentang program-program manakah yang harus dipertahankan dan mana yang harus diperbaiki hingga dihapusnya suatu program. Jika terdapat suatu kendala maka akan dipecahkan dan dicarikan solusinya bersama demi menjaga kualitas pelayanan kemudian dilanjutkan dengan persiapan program kegiatan terdekat yang akan dilaksanakan berikutnya agar lebih matang dalam pelaksanaannya.

BAB V

PEMBAHASAN

Upaya yang dilakukan suatu instansi agar dapat bersaing dengan instansi lainnya dalam memperoleh peserta didik yaitu melalui Manajemen Pemasaran Pendidikan. Kegiatan pemasaran dilakukan sebagai upaya pembangunan citra yang baik agar dapat bersaing dengan kelembagaan Pendidikan yang lainnya. Hal itu dilakukan sebagai upaya memberikan rasa puas kepada masyarakat maupun stakeholder.

Pengertian Pendidikan merupakan perencanaan pembelajaran untuk meningkatkan wawasan keterampilan maupun minat peserta didik baru dengan melibatkan suasana ruangan pembelajaran yang kondusif dan fasilitas penunjang lainnya. Seperti yang dijelaskan dalam UURI Bab I pasal 1 ayat 1 No.20 tahun 2003 terkait Sistem Pendidikan Nasional. Maka, sasaran yang akan dituju yaitu seorang siswa yang wajib belajar dengan melanjutkan sekolah ke jenjang lebih tinggi lagi.

Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan/program guna memperoleh tingkatan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Adapun Strategi Manajemen Pemasaran adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara produsen dan konsumen melalui barang yang di jual.

Dari hasil temuan Peneliti terkait dengan manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru yang kemudian Peneliti menganalisis hasil temuannya bahwa pada proses pemasaran Pendidikan yang dilaksanakan oleh MTs Nabatussalam Barurejo sudah berjalan dengan baik. Pemasaran Pendidikan mempunyai peran yang penting dalam keberlangsungan sebuah Lembaga Pendidikan. Tolak ukur dari pemasaran Pendidikan adalah menentukan layanan jasa Pendidikan yang diinginkan dan

dibutuhkan oleh masyarakat. Maka hasil fokus pembahasan dalam hal ini meliputi tiga bahasan yaitu:

1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru

Dari hasil temuan Penelitian di lapangan perencanaan manajemen pemasaran yang dilaksanakan sudah berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan yaitu mencakup dari perencanaannya hingga implemetasinya untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Dengan adanya perencanaan yang telah ditetapkan diawal sehingga dapat meminimalisir kegagalan atau problem-problem yang ditemui saat pelaksanaannya.

Temuan yang pertama pada perencanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas siswa baru yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya meliputi tiga perencanaan yaitu: pembentukan Panitia PPDB, penentuan perangkat pemasaran, penentuan media promosi. Perencanaan kegiatan penerimaan siswa baru sudah berjalan dengan baik hal ini terbukti sesuai dengan tahapan-tahapan perencanaan yang disusun dengan acuan kerja tahunan dari Kepala Madrasah.

Menurut Kotler dan Armstrong, dalam buku Apri Budianto, (2015:15). Manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pergerakan dan pengawasan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan sumber-sumber lain.

Hal ini berarti yang disajikan oleh MTs Nabatussalam Barurejo sudah sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong yang mana manajemen terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan yaitu merencanakan segala sesuatu yang akan dilakukan oleh masing-masing divisi Pendidikan dan dalam lingkungan masing-masing untuk diorganisasikan sesuai dengan perencanaan, setelah itu dievaluasi untuk mencapai sasaran.

Dalam marketing hal ini dikenal dengan sebutan STP pemasaran yaitu:

a. Segmentasi

Yaitu tindakan konsumen tentang kebutuhan serta keinginan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Menurut Peter dan Olson, (2013:30). Segmentasi Pasar yaitu proses pembagian pasar ke dalam beberapa kelompok konsumen yang sama dan memilih kelompok yang paling tepat untuk dilayani perusahaan. Segmentasi digunakan untuk mengidentifikasi penetapan sasaran dari suatu perusahaan yang dapat dijalankan pada 4 tingkatan.

1) Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku mengacu pada pengelompokan konsumen berdasarkan tingkah lakunya terhadap produk bisnis yang ditawarkan mulai dari sikap, pengetahuan, reaksi atau respon, loyalitas, serta penggunaan produk terkait dari seorang pelanggan. Biasanya, jenis segmentasi ini lebih terikat dengan proses pengambilan keputusan (*decision making*). Dalam hal ini MTs Nabatussalam Barurejo memiliki program pemasaran yang menyesuaikan dengan keadaan masyarakat setempat untuk semua golongan bisa membaca pamflet, bisa juga lewat teman, dan berita kabar dari orang-orang atau pun kelompok organisasi.

Tahap awal yang dilakukan oleh masyarakat yaitu survey menganalisis dan merekap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat, sehingga sekolah dapat menyajikan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Selanjutnya yaitu mengontrol secara berkala yang mana pembentukan program untuk selanjutnya dapat berjalan dengan lancar dalam artian sekolah harus selalu update dengan perubahan sosial yang muncul serta apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2) Segmentasi Demografis

Dimana pengelompokan konsumen berfokus terhadap aspek-aspek seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, Pendidikan, status menikah, dan lain sebagainya.

MTs Nabatussalam Barurejo dalam mengelompokkan konsumen berdasarkan latar belakang masing-masing yang bertujuan untuk mengidentifikasi segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

3) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis lebih cenderung berhubungan dengan aspek psikologis pelanggan. Umumnya pelaksanaan segmentasi ini cukup rumit lantaran pihak sekolah dituntut untuk memahami selera target konsumen secara mendalam. Untuk itu sekolah bisa memanfaatkan survei seperti pembagian kuesioner agar dapat mengetahui preferensi sebenarnya dari konsumen terkait seperti gaya hidup, hobi, ketertarikan, dan sebagainya.

4) Segmentasi Geografis

Jenis terakhir segmentasi pasar adalah segmentasi geografis yaitu pengelompokan konsumen menurut aspek lokasi seperti tempat tinggalnya. Segmentasi satu ini tentu tidak kalah penting dari lainnya mengingat kebutuhan maupun kegunaan suatu produk dan jasa selalu akan berbeda-beda tergantung pada lokasi, keadaan, maupun cuaca. MTs Nabatussalam Barurejo menyajikan lokasi strategis yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang tidak jauh dari jalan raya sehingga semua masyarakat mudah menjangkaunya.

b. Targeting

Targeting merupakan tindakan menilai ketertarikan dan minat dari beragam segmen pasar kemudian menentukan segmen pasar mana yang akan dijadikan sebagai target pasar. Dalam hal ini pentargetan secara positif dalam menentukan daerah mana yang akan menjadi pelanggan MTs Nabatussalam Barurejo. Adapun pelanggan tetap yang ada di MTs Nabatussalam Barurejo merupakan daerah yang dibagi menjadi 4 sudut yaitu daerah barat timur utara dan selatan. Untuk daerah timur sampai dengan Kecamatan Bangorejo daerah utara sampai dengan Kecamatan Tegalsari daerah barat sampai dengan pelosok perkampungan Senepolor dan wilayah selatan yaitu sampai dengan Kecamatan Pesanggaran.

c. Positioning

Positioning berkaitan dengan cara pihak Madrasah memposisikan Lembaga Pendidikannya dalam memberikan jasa yang berbeda dengan Madrasah-Madrasah lainnya. Positioning (pemosisian) akan memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu Lembaga dengan Lembaga lainnya. Oleh karena itu pihak sekolah atau Madrasah harus bisa memposisikan Lembaga Pendidikannya agar menjadi pilihan para calon peserta didik. MTs Nabatussalam Barurejo sudah memiliki ciri khas tersendiri dibanding dengan sekolah yang lainnya diantaranya seperti ekstrakurikuler yang berbasis Pesantren dan budaya yang ada di Lembaga Pesantren hal ini sudah diakui oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas intinya dalam sebuah perencanaan yang terpenting adalah identifikasi kebutuhan dan keadaan masyarakat sekitar agar masyarakat mendapatkan kepuasan yang diinginkan. Ada sebuah teori yang dijelaskan oleh Listyangsih, (2014:90). Perencanaan merupakan suatu proses yang kontinu yang meliputi dua aspek yaitu formulasi perencanaan dan pelaksanaannya. Perencanaan dapat digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan karena sifat rencana itu adalah sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan.

2. Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru

Implementasi dari Manajemen Pemasaran banyak berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan peserta didik. Dalam rangka mempertahankan eksistensi keberadaan sekolah di mata publik, prioritas yang utama dalam pelestarian dan pembentukan adalah menampilkan suasana Lembaga yang bersih, rapi, menyenangkan, dan disiplin. Dalam hal ini diharapkan tampilan yang diciptakan dapat mengundang minat publik untuk menjalin kerjasama dan menjadi konsumen sekolah. Dalam hal ini pelaksanaan adalah bentuk perwujudan yang ditampilkan terhadap masyarakat dalam rangka mempromosikan Lembaga untuk meningkatkan kuantitas penerimaan siswa baru.

Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap Lembaga sekolah harus bisa mengelola pemasarannya dengan baik. Dalam sebuah perusahaan harus bisa mengkombinasikan unsur 7P dalam bauran pemasaran diantaranya yaitu:

a. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan kepada sasaran pasar meliputi fisik, jasa, kelompok atau pribadi, tempat, organisasi, ide, dan fasilitas yang ditawarkan oleh sekolah. Dalam hal ini Lembaga Pendidikan harus memberikan beberapa tawaran kepada masyarakat dalam bidang Pendidikan khususnya dalam bidang agama dan umum serta bahasa dengan ciri khas sekolah tersebut supaya nantinya jika masyarakat sudah memilih Lembaga Pendidikan tersebut mereka akan mendapatkan apa yang diinginkan.

b. *Price* (Harga)

Hal yang paling utama dalam penentuan harga yaitu pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dan keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan serta penetapan harga atau harga yang dikenakan pada pelanggan.

Dalam hal ini pembiayaan di MTs Nabatussalam Barurejo ini dikenal sebagai sekolah yang sangat murah karena dilihat dari cara Pendidik dalam pembelajarannya yang masih menggunakan metode seperti pada umumnya, yakni metode ceramah, kelompok, dan penugasan. Di sekolah ini tidak hanya didominasi oleh masyarakat yang ekonominya tinggi saja namun ekonomi rendah pun bisa sekolah di sini karena dengan nominal murah yang sudah ditentukan semua kalangan bisa masuk dan meningkatkan kuantitas siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo.

c. *Place* (Tempat/lokasi)

Tempat/lokasi menjadi salah satu akses terpenting yang meliputi penampilan, area parkir serta kondisi secara keseluruhan. Misalnya melalui dekorasi tampilan dan ucapan selamat datang kepada pengunjung, hal ini semakin menambah perhatian dan menyediakan fasilitas seperti akses parkir untuk pengunjung, konsultasi di luar sekolah, dan mesin penjawab telepon.

Tata letak sekolah memiliki peranan yang penting dikatakan bahwa letak atau lokasi yang mudah dicapai kendaraan umum dapat mempermudah bagi para siswa/siswi mengakses tempat. Kebanyakan yang bersekolah di sini masyarakat sekitar sekolah dan ada beberapa siswa yang berasal dari luar kecamatan bahkan juga ada yang berasal dari luar Jawa yang diharuskan menetap di Pondok Pesantren.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk, mengingatkan pasar sasaran perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal promosi selain menggunakan bentuk pamflet dan brosur juga menggunakan cara komunikasi lisan yang sangat berpengaruh dalam peningkatan peserta didik baru. Terdapat satu hal yang menjadi perhatian masyarakat terhadap sekolah yaitu keramah-tamahan yang selalu ditampilkan oleh Pendidik ketika wali murid berada di sekolah.

e. *People* (Orang)

Yaitu semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau Lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran produk atau jasa kepada konsumen. Organisasi juga harus merekrut atau mempertahankan karyawan yang mempunyai skill, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Dalam hal ini MTs Nabatussalam Barurejo memiliki pimpinan atau Kepala Sekolah yang disiplin akan segala peraturan yang telah ditetapkan dan disepakati bersama.

f. *Physical Evidence* (Layanan fisik)

Sekolah harus memperhatikan gaya bangunan serta fasilitas penunjang seperti kelengkapan sarana Pendidikan, tempat beribadah, keamanan dan olah raga.

MTs Nabatussalam Barurejo sudah memiliki sarana prasarana diantaranya:

- 1) Unit Gedung
- 2) Lapangan upacara
- 3) Area parkir luas

- 4) MCK
- 5) Perpustakaan
- 6) Masjid
- 7) Asrama Pondok Pesantren

g. *Process* (Proses)

Seluruh aktifitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktifitas, dan rutinitas dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Operasional untuk mengatur pemasaran dengan implementasi yang jelas terhadap penempatan karyawan sekolah dalam pembagian tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran sekolah. Oleh karena itu seluruh Pendidikan dari berbagai elemen yang dapat menunjang kelancaran proses Pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan Lembaga Pendidikan dalam membentuk citra yang baik. Proses ini digunakan untuk mengevaluasi dari perencanaan dalam hal ini semua aktivitas yang ada di dalam sekolah

menjadi prioritas. Dalam sebuah proses bagaimana tindakan yang dibawakan Pendidik dalam aktivitas sehari-hari dan prestasi yang pernah diraih dapat menimbulkan citra positif di mata masyarakat.

Dari ke tujuh bauran pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa sebuah Lembaga Pendidikan akan mencapai tujuan yang diinginkan apabila ke tujuh bauran pemasaran tersebut diterapkan di dalam strategi pemasaran.

3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan kuantitas Siswa Baru

Setelah adanya tahap perencanaan dan pelaksanaan dalam kegiatan pemasaran pendidikan maka perlu adanya sebuah evaluasi. Evaluasi merupakan kegiatan untuk meyakinkan bahwa dalam pelaksanaan program sudah berjalan dengan semestinya dan memonitor kerja, evaluasi sangat penting untuk kegiatan pemasaran terlebih lagi dalam bidang Pendidikan. Adanya evaluasi dimaksudkan untuk mengukur ketercapaian dari kegiatan pelaksanaan dan kegiatan pemasaran yang telah terlaksana, sehingga evaluasi ini bisa

dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan tindak lanjut program selanjutnya.

Dengan adanya evaluasi ini diharapkan mampu memotivasi dalam pelaksanaan program selanjutnya agar bisa lebih baik lagi. Dalam tahapan evaluasi ini dilakukan oleh Kepala Madrasah langsung kepada bawahannya kepada tim yang sudah bekerja secara langsung maupun tidak dan para anggota organisasi yang telah diberikan tugas dapat bertanggungjawab sesuai dengan pekerjaan yang telah mereka terima terkhusus dalam menjaga komunikasi yang baik dengan public demi tercapainya tujuan pemasaran Pendidikan.

Dalam pelaksanaan program apapun termasuk pemasaran Pendidikan semua tidak lepas dari pengawasan Kepala Madrasah guna memastikan semua telah berjalan dengan baik bila mana ada kesalahan atau kekurangan hingga kurang efektifnya pelaksanaan pemasaran dapat segera diketahui yang kemudian dibenahi, karena jika dalam pelaksanaan tidak sesuai dengan tujuan yang harus dicapai maka hasilnya kurang efektif.

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti, proses pengevaluasian pemasaran yang dilakukan di MTs Nabatussalam Barurejo, sebagai berikut:

a. Waktu Evaluasi

Berdasarkan hasil Penelitian, MTs Nabatussalam Barurejo melakukan kegiatan penilaian setelah penerimaan siswa baru, terutama setelah semua siswa baru dinyatakan diterima dan terdaftar dengan baik.

b. Pelaksanaan Evaluasi

Dalam proses kegiatan evaluasi pemasaran Pendidikan melibatkan banyak pihak diantaranya Kepala Madrasah, wakil Kepala Madrasah, Komite dan Panitia PPDB yang telah di ditetapkan oleh Kepala Madrasah. Pelaksanaan evaluasi dengan melihat serta melakukan perbandingan antara jumlah peserta didik yang ditargetkan sekolah dengan pendaftar yang sudah mendaftarkan diri. Dengan adanya hal ini bisa nampak jelas perbandingan keberhasilannya dari pemasaran yang telah dilakukan oleh MTs Nabatussalam Barurejo.

c. Tolak Ukur Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan melihat seberapa baik pencapaian tujuan pemasaran dengan menggunakan *benchmark* (pembanding) yaitu *benchmark* yang digunakan Peneliti berdasarkan jumlah siswa baru dalam 2 (dua) tahun terakhir. Tentunya tergantung jumlah siswa yang mendaftar dan pendaftar ulang menjadi bagian dari MTs Nabatussalam Barurejo.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo menjadi pertama yang dilakukan oleh Kepala Madrasah, hal ini dilakukan karena bisa lebih efektif dan terstruktur dengan dibentuknya Panitia PPDB yang terdiri dari Wakil Kepala Bidang Kesiswaan dan Kurikulum, Wakil Kepala Bidang Humas, Wakil Kepala Bidang Sarana dan Prasarana, Wali Kelas serta Karyawan yang ada selanjutnya menentukan perangkat yang akan digunakan dan wilayah yang akan dituju.
2. Pelaksanaan Pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo yaitu dengan adanya kegiatan koordinasi Panitia PPDB untuk melaksanakan tugasnya masing-masing sesuai tupoksi (tugas pokok dan fungsi), melaksanakan kegiatan pemasaran sebelum.
3. Kegiatan PPDB dibuka. Target yang dituju oleh sekolah yakni semua siswa/siswi lulusan SD/MI baik dari satu wilayah maupun dari luar. Media yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Perencanaan pemasaran yang dipimpin langsung oleh Kepala Madrasah masih kurang efisien dikarenakan kurang selektif dalam membentuk kepanitiaan.
2. Pelaksanaan pemasaran yang telah diamanahkan kepada Panitia sesuai dengan tupoksi masing-masing, masih kurang efektif karena kurangnya personil.
3. Evaluasi pemasaran yang meliputi waktu evaluasi, pelaksanaan evaluasi, dan tolak ukur evaluasi terkadang tidak dilaksanakan karena terbentur dengan jadwal yang lain yang bersifat dadakan.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian terdapat beberapa saran untuk perbaikan penelitian pengembangan pada tahap lebih lanjut sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran yang dipimpin langsung oleh Kepala Madrasah harus lugas dan tegas dalam memimpin, karena mempunyai kewenangan dalam memerintah dan mengatur seluruh staf.
2. Pelaksanaan pemasaran yang telah diamanahkan kepada Panitia sesuai dengan tupoksi masing-masing, harus dilaksanakan dengan maksimal, karena demi kepentingan Lembaga.
3. Evaluasi pemasaran yang meliputi waktu evaluasi, pelaksanaan evaluasi, dan tolak ukur evaluasi harus dijadwal sesuai kalender akademik sekolah, supaya tidak terbentur dengan jadwal yang lain.

Daftar Pustaka

- Afifiudin, Saebani, A., & Imron. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. *Pustaka Setia*, 62.
- Airlangga, D. O. 2022. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru. *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Arifin, Z. 2014. Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. *PT Remaja Rosdakarya*, 20.
- Arifin, Z. 2014. Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. *PT Remaja Rosdakarya*, 20.
- Budianto, A. 2015. Manajemen Pemasaran. *Ombak*, 15.
- Budianto, A., & Nugrahini, K. N. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Bungin, B. 2013. Metodologi Penelitian Sosial. *Airlangga University Press*, 133.
- Hartono, & Apriyani, T. 2017. Basis Data Bandung. *Informatika Bandung*, 2
- Kompri. 2014. Manajemen Sekolah Teoritik Dan Praktik. *Alfabeta*, 49-50.
- Limakrisna, Nanda, & Julius, Y. 2016. Manajemen Pemasaran Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *deeppublish*, 221.
- Nisa', C. 2023. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, V, 221-237.

- Nurtionita, U. 2020. Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*, 109-117.
- Rifa'i, M. 2018. Manajemen Peserta Didik. *CV Widya Puspita*, 1.
- Saefullah, U. 2014. Manajemen Pendidikan Islam. *Pustaka Setia*, 3.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. *Alfabeta*, 15.
- Sukmadinata. 2017. Metode Penelitian Pendidikan. *PT Remaja Rosdakarya*, 102.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. Strategi Pemasaran. *Andi*, 3.
- Wahyudi, K. 2017. Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Duta Media Publishng*, 66.
- Wahyuni, D. 2021, Januari 7. *Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru*. Retrieved from Permendikbud Nomor 1 Tahun 2021: <https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/PERMENDIKBUD%20NOMOR%201%20TAHUN%202021.pdf>
- Wijaya, D. 2022. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lampiran 1

Surat Pengantar Penelitian



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

mat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085256405333 , Website: www.iaida.ac.id , E-mail: iaidablokagung@qr

Nomor: 31.5/112.8/FTK.IAIDA/C.3/VI/2023

Lamp. : -

Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat:

MTs Nabatussalam

Barurejo Siliragung Banyuwangi

Di - Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : MOH. KHAFID MAHRUS
TTL : Banyuwangi, 10 April 1995
NIM : 19111140125
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Alamat : Dusun Senepolor RT 02 RW 06 Desa Barurejo Kec. Siliragung Kab. Banyuwangi
HP : 085290291977
Dosen Pembimbing : Lutfi Wakhid, M.Pd.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.

Adapun judul penelitiannya adalah: **"Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi"**

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Blokagung, 12 November 2023
Dekan

Dr. Siti Aimah, S.Pd.L., M.Si.
NIPY. 3150801058001

Lampiran 2

Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



YAYASAN PONDOK PESANTREN PUTRA PUTRI NABATUSSALAM
MADRASAH TSANAWIYAH NABATUSSALAM

NPSN : 69895140 NSM : 121235100082

Email : mtsnabatussalam12@gmail.com

Akta Notaris : Agus Salim, S.H., M.KN. NO.AHU-0006702.AH01.12.Tahun 2015

JL. KH. Syahadat No. 15 Senepolor-Barurejo-Siliragung-Banyuwangi. Telp. 082315555949



SURAT KETERANGAN

Nomor : 001/MTS.NS/SKet/I/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi menerangkan bahwa :

Nama : MOH. KHAFID MAHRUS
NIM : 19111140125
Universitas : UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT BLOKAGUNG BANYUWANGI
Status : MAHASISWA
Prodi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Telah melakukan penelitian di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi, untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul **"MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2022/2023"**.

Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai 06 November 2023 - 04 Desember 2023

Demikian surat ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barurejo, 03 Januari 2024



Kepala Madrasah

MAMMAD NAFIK, S.Pd.I.

Lampiran 3

Plagiasi

M. Khafid Mahrus			
ORIGINALITY REPORT			
5%	3%	1%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%	
2	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%	
3	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	1%	
4	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%	
5	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1%	
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%	
7	Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan Student Paper	<1%	
8	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1%	
9	Submitted to Universitas Lancang Kuning		

DAFTAR INSTRUMEN WAWANCARA
MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KUANTITAS SISWA BARU DI MTs NABATUSSALAM
BARUREJO SILIRAGUNG BANYUWANGI

- A. Mengetahui Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi**
1. Bagaimana Pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo?
 2. Bagaimana Teknik yang dijalankan di MTs Nabatussalam Barurejo?
 3. Bagaimana Pemasaran untuk meningkatkan kuantitas Siswa baru di MTs Nabatussalam Barurejo?
- B. Mengetahui implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi**
1. Bagaimana Implementasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo?
 2. Bagaimana Sistem Penerimaan yang diterapkan di MTs Nabatussalam Barurejo?
 3. Bagaimana Sistem Promosi yang dijalankan di MTs Nabatussalam Barurejo?
 4. Siapa Orang yang diutus untuk mempromosikan MTs Nabatussalam Barurejo?
 5. Bagaimana Kriteria Penerimaan Siswa Baru di MTs Nabatussalam Barurejo?
- C. Mengetahui Evaluasi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa Baru Di MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi**
1. Bagaimana Evaluasi Pemasaran di MTs Nabatussalam Barurejo dalam meningkatkan kuantitas siswa baru?
- D. Sejarah MTs Nabatussalam Barurejo Siliragung Banyuwangi Dan Data Yang Lain**
1. Bagaimana sejarah MTs Nabatussalam?
 2. Apa Visi dan Misi MTs Nabatussalam?

3. Bagaimana keadaan Guru dan Siswa di MTs Nabatussalam?
4. Profil MTs Nabatussalam
5. Struktur Organisasi MTs Nabatussalam
6. Daftar Guru MTs Nabatussalam
7. Daftar Siswa/Siswi (jumlah) MTs Nabatussalam

Dokumentasi



Wawancara dengan Kepala Madrasah



Wawancara dengan Wakil Kesiswaan



Wawancara dengan Operator MTs Nabatussalam



Kegiatan Bersama Siswa-Siswi MTs Nabatussalam

Lampiran 6



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Moh. Khafid Mahrus
NIM : 19111140125
TTL : Banyuwangi, 10 April 1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Jl. KH. Tho'at
Dusun : Senepolor RT.02/RW.06
Desa : Barurejo
Kecamatan : Siliragung
Kabupaten : Banyuwangi
Provinsi : Jawa Timur
Telp : +62-852-9029-1977
Email : hafidsmkdt@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Perguruan	Bidang Studi
MI	2001	2007	MI Al-Muawwanah 2	-
MTs	2007	2010	MTs AL-Amiriyyah	-
PKBM	2011	2014	PKBM Tunas Mulia Tegalsari	IPS
S1	2019	2024	UIMSYA	MPI

Riwayat Pendidikan Non Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Perguruan	Bidang Studi
Ula	2011	2013	Madin Al-Amiriyyah	Ilmu Tajwid
Wustho	2013	2015	API Tegalrejo Magelang	Ilmu Nahwu
Ulya	2015	2018	API Tegalrejo Magelang	Ushul Fiqh

