

STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI PROGRAM *TAHFIZ AL-QUR'AN* METODE *UMMI* (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng)

SKRIPSI



OLEH:

MOH. DZIA'UL HAQ AL FARICHI

NIM. 201180373

**JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

APRIL 2022

ABSTRAK

Farichi, Moh. Dzia'ul Haq Al, 2022, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Program Tahfiz Al-Qur'an Metode Ummi (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng)*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tabiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing, Bapak Arif Wibowo, M.Pd.I

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, *Tahfiz* Al-Qur'an, Metode *Ummi*

Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu komponen penting yang ada dalam dunia pendidikan. Keberadaan dan kualitas strategi pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup dari lembaga itu sendiri. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* yang diterapkan di MA YPIP Panjeng dalam rangka untuk meningkatkan nilai jual madrasah. Selain itu, dengan adanya strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini merupakan program baru yang diterapkan di madrasah tersebut. Bagaimana implementasinya dan bagaimana faktor pendukung serta faktor penghambat implementasi dari program tersebut di MA YPIP Panjeng. Dengan dasar itulah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang (1) implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, (2) faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, dimana pengambilan datanya diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Yang nantinya data tersebut akan dilakukan analisis dengan menggunakan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Adapun hasil dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* untuk meningkatkan nilai jual madrasah, MA YPIP Panjeng menggunakan dan menggabungkan tujuh unsur bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu berupa program *Tahfiz* sebagai produk yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau, didukung dengan lokasi sekolah yang bisa diakses dengan mudah. Promosi yang dilakukan lembaga dikemas secara menarik dengan sumber daya manusia yang berkompeten dibidangnya. Terdapat pula bukti fisik berupa sarana dan prasarana yang mendukung serta didasari dengan proses yang baik dan terstruktur dalam pemasaran jasa pendidikannya. (2) Adanya faktor pendukung dan penghambat dari implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*. Adapun faktor yang mendukung strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini adalah banyaknya tenaga pendidik atau guru Al-Qur'an, banyaknya tenaga muda yang berkontribusi di madrasah, adanya lulusan yang siap mengajar Al-Qur'an, lokasi madrasah yang strategis, harga yang ditawarkan oleh madrasah relative murah. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan waktu, kurang adanya kepercayaan dari masyarakat, terhalang oleh kemampuan dan mood peserta didik.

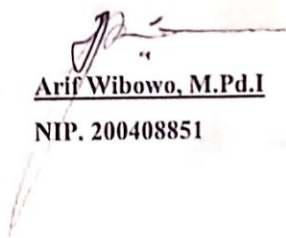
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi
NIM : 201180373
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Agama Islam
Judul : STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI
PROGRAM *TAHFIZ* AL-QUR'AN METODE *UMMI* (Studi
Kasus di MA YPIP Panjeng)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah

Pembimbing


Arif Wibowo, M.Pd.I

NIP. 200408851

Ponorogo, 19 April 2022

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Pendidikan Agama Islam
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo



Khaesul Wathoni, M.Pd.I

NIP. 197306252003121002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi
NIM : 201180373
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Agama Islam
Judul : STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI PROGRAM *TAHFIZ* AL-QUR'AN METODE *UMMI* (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng)

Telah dipertahankan pada sidang munaqosah di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 07 Juni 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Agama Islam, pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 10 Juni 2022

Ponorogo, 10 Juni 2022

Mengesahkan

Plh. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



Dr. H. Moh. Miftachul Choiri, M.A.



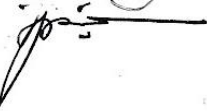
NIP. 197404181999031002

Tim Penguji

Ketua Sidang : Dr. Ahmadi, M.Ag

Penguji I : Dr. Umar Sidiq, M.Ag

Penguji II : Arif Wibowo, M.Pd.I

()
()
()

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi
NIM : 201180373
Jurusan : Pendidikan Agama Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI
PROGRAM *TAHFIZ* AL-QUR'AN METODE *UMMI* (Studi Kasus di
MA YPIP Panjeng)

Menyatakan bawa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah ini dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses pada ethesis.iainponorogo.ac.id

Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian surat persetujuan ini saya buat agar dapat dipergunakan semestinya

Ponorogo, 14 Juni 2022

Yang Membuat Persetujuan



Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi
NIM : 201180373
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Agama Islam
Judul : **Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Program *Tahfiy* Al-Qur'an Metode *Ummiy* (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng)**

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang di tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya siap menerima sanksi dari atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 26 April 2022

Penulis



Moh. Dzia'ul Haq Al Farichi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	8
1. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	8
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Jasa Pendidikan.....	11
3. <i>Tahfīz</i> Al-Qur'an Metode <i>Ummi</i>	12
B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
B. Kehadiran Peneliti.....	23
C. Lokasi Peneliti.....	23
D. Data dan Sumber Data.....	24

E. Prosedur Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	28
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	30
H. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	32
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Latar Penelitian.....	33
1. Sejarah Madrasah Aliyah Yayasan Pendidikan Islam Panjang.....	33
2. Letak Geografis.....	35
3. Profil Sekolah.....	35
4. Visi, Misi dan Tujuan.....	36
5. Data Tiga Tahun Terakhir.....	37
6. Data Pendidikan dan Tenaga Kependidikan.....	38
7. Sarana dan Prasarana.....	39
B. Paparan Data.....	39
1. Data tentang Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA YPIP Panjang Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Melalui Program <i>Tahfiz</i> Al-Qur'an Metode <i>Ummi</i>	39
2. Data tentang Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA YPIP Panjang Melalui Program <i>Tahfiz</i> Al-Qur'an Metode <i>Ummi</i>	43
C. Pembahasan.....	46
1. Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA YPIP Panjang Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Melalui Program <i>Tahfiz</i> Al-Qur'an Metode <i>Ummi</i>	46
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA YPIP Panjang Melalui Program <i>Tahfiz</i> Al-	

Qur'an Metode *Ummi*..... 56

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan..... 62

B. Saran..... 63

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari proses yang disebut pendidikan. Pendidikan bagi manusia merupakan sebuah sistem dan cara peningkatan kualitas hidup dalam segala bidang sepanjang sejarah hidup manusia dimuka bumi ini. Dalam dunia pendidikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pembelajaran dapat diartikan sebagai suatu proses pendewasaan untuk menuju manusia sempurna, oleh karenanya setiap orang wajib belajar dan menuntut ilmu selama hayat masih dikandung badan.¹ Pendidikan dapat diperoleh dimana saja baik secara formal, informal, maupun non formal. Salah satu sarana pendidikan yang umum didalam masyarakat yaitu sekolah, yang merupakan suatu organisasi atau lembaga nirlaba yang bergerak dibawah bidang jasa pendidikan.²

Pendidikan merupakan masalah penting yang bersifat aktual disepanjang zaman. dengan adanya pendidikan orang-orang dapat menjadi lebih maju. Dalam hal ini pendidikan mampu membekali akal manusia dengan ilmu pengetahuan dan juga tentang ilmu teknologi yang nantinya akan berguna sebagai bekal manusia untuk mengolah alam yang telah dikaruniakan Allah SWT kepada manusia. Islam juga memerintahkan agar umatnya terus menuntut ilmu mulai dari buaian ingga masuk ke dalam liang lahat.³

Seiring berjalannya waktu banyak sekolah-sekolah dibangun dengan kualitas dan keunggulan masing-masing, sehingga menyebabkan persaingan atau kompetisi antar lembaga sekolah pun menjadi semakin ketat. Hal ini yang menyebabkan semua staf dan pihak terkait dari suatu lembaga harus memberikan kreatifitas dan juga menonjolkan

¹ Ahmad Rifa'I, "Implementasi Metode Ummi Untuk Meningkatkan Kualitas Membaca Al-Quran di SDIT Ihsanul Amal Alabio", *Al-Madrasah*, Vol. 2, No. 2 (2018), 87.

² Irwan Fathurrochman, dkk, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas", *Jurnal ISEMA*, Vol. 6, No. 1 (2021), 2.

³ Umar Sidiq, "Urgensi Pendidikan pada Anak Usia Dini", *Jurnal INSANIA*, Vol. 16, No. 2 (2011), 256.

keunikan lembaganya masing-masing agar dapat menarik minat masyarakat sebagai konsumen dalam konteks pendidikan.⁴

Suatu lembaga pendidikan pasti memiliki keunggulan atau ciri khas yang nantinya dapat digunakan untuk menarik minat konsumen yang notabenehnya adalah masyarakat atau wali murid. Potensi atau keunggulan yang dimiliki suatu lembaga dapat dipublikasikan melalui sebuah promosi yang disiapkan oleh masing-masing lembaga pendidikan itu sendiri. Sebelum melakukan promosi tentunya ada hal yang harus di persiapkan secara matang yakni strategi dalam pemasaran jasa pendidikan. Pemasaran bertitik tolak pada keinginan serta kebutuhan manusia, kebutuhan tersebut dapat terpenuhi jika diimbangi dengan adanya produk atau sumber-sumber dan alat pemuas.⁵ Berbeda dengan pemasaran diluar konteks pendidikan yang pada umumnya berorientasi pada laba, namun dalam hal ini peran pemasaran jasa dalam dunia pendidikan tidak berorientasi kusus kepada laba, akan tetapi lebih kepada kegiatan promosi dan melakukan berbagai pendekatan kepada masyarakat yang sangatlah penting bagi perkembangan dan juga keberlangsungan hidup suatu lembaga pendidikan itu sendiri.⁶

Dengan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa suatu lembaga pendidikan harus memiliki kreatifitas tidak hanya secara fisik lembaga tetapi juga dalam hal lain seperti dalam hal prestasi pendidikan, program-program unggulan, serta ciri khas lain yang dirasa berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya, semakin berbeda dan unik program yang disediakan lembaga maka akan semakin besar pula rasa penasaran dan minat masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan di suatu lembaga. Hal ini diperlukan karena minat dan selera masyarakat yang mudah berubah seiring dengan perkembangan zaman.

⁴ Ibid.

⁵ Melati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

⁶ Imam Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7, No. 2, (2017), 262.

Seperti program yang ada di MA YPIP Panjeng ini yang dirasa berbeda dengan program unggulan di sekolah lain, karena kebanyakan dari lembaga-lembaga pendidikan memilih program unggulan yang berkaitan dengan kemajuan zaman seperti proses pembelajaran modern, ataupun berhubungan dengan teknologi canggih, namun di sekolah atau madrasah MA YPIP Panjeng ini memilih program-program keagamaan diantaranya sebagai berikut: 1) Program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*. 2) Program sertifikasi guru Al-Qur'an metode *Ummi*. 3) Program panti bagi siswa siswi yang kurang mampu. 4) Serta pengadaan pondok pesantren Miftahul Jannah.⁷

Seiring berkembangnya zaman maka suatu lembaga perlu adanya inovasi-inovasi dalam setiap kegiatan dan juga program yang di sediakan di dalam lembaga tersebut. Hal tersebut juga berlaku bagi lembaga pendidikan berbasis Agama atau sering di sebut sebagai lembaga madrasah, salah satunya berkembangnya metode-metode yang muncul untuk mempermudah siswa siswi membaca Al-Qur'an hingga menjadi penghafal Al-Qur'an atau seorang *Tahfiz* Al-Qur'an.

Al-Qur'an juga memuat bacaan yang mengandung kisah-kisah yang sudah pasti dan tidak dapat diragukan lagi kebenarannya serta dapat menjadi cerminan bagi kehidupan manusia baik di zaman sekarang maupun kelak di masa yang akan datang.⁸ Mengingat bahwa Al-Qur'an merupakan kitab suci dan menjadi pedoman hidup umat muslim, maka para siswa siswi ini dituntut untuk dapat membaca Al-Qur'an dengan baik dan sesuai kaidah atau aturan baca yang benar serta memahami isi dari kandungan surat Al-Qur'an.

Hal ini berkaitan dengan kebutuhan masyarakat terhadap pembelajaran membaca Al-Quran yang baik dirasa semakin banyak. Itu merupakan suatu hal yang patut kita syukuri, akan tetapi kebutuhan tersebut belum diimbangi dengan ketersediaannya sumber daya manusia pengajar Al-Quran yang memiliki kompetensi dan komitmen di bidang

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Erwin Trianto, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/15-3/2022.

⁸ Umar Sidiq, "Urgensi Qashas Al-Qur'an sebagai Salah Satu Metode Pembelajaran yang Efektif bagi Anak", *Jurnal Cendikia*, Vol. 9, No. 1 (2011), 114.

pembelajaran Al-Quran yang memadai. Sehingga untuk meningkatkan pengahayatan dan pengamalan Al-Quran dalam kehidupan sehari-hari sangat perlu diadakan pembelajaran Al-Quran yang benar tidak hanya kepada lembaga-lembaga pendidikan formal saja tetapi juga sangat perlu dikembangkan kepada kelompok-kelompok kecil masyarakat tanpa memandang usia.⁹

Maka dari itu lembaga pendidikan islam harus mampu memanfaatkan perkembangan zaman berupa metode-metode yang ada dengan baik, salah satunya dengan program *Tahfiz* Al-Qur'an menggunakan metode *Ummi*. Metode *Ummi* adalah sebuah metode yang digunakan dalam proses pembelajaran membaca Al-Qur'an. Metode *Ummi* ini dianalogikan sebagai pembelajaran membaca Al-Qur'an yang mengikuti kata-kata ibu dengan cara membaca sebuah kalimat dengan bahasa ejaan.¹⁰ Penggunaan metode *Ummi* ini telah lama di terapkan di Madrasah Aliyah YPIP Panjeng yakni mulai tahun 2014 lalu.

Menurut Bapak Erwin Trianto, S. Pd untuk saat ini penggunaan metode *Ummi* yang berkaitan dengan program-program yang ada di MA YPIP Panjeng lebih diunggulkan atau ditonjolkan lagi mengingat ada potensi besar yang membuat nama atau citra madrasah menjadi semakin dikenal masyarakat luas serta dapat semakin menarik minat dari konsumen jasa pendidikan yang ada di MA YPIP Panjeng.¹¹

Berangkat dari latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan mengambil judul skripsi “STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI PROGRAM *TAHFIZ* AL-QUR'AN METODE *UMMI* (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng)”.

⁹ Annisa Fadhilah Liansyah dan N.Achadianingsih, “Penggunaan Metode Ummi dalam Rangka Peningkatan Kemampuan Membaca Al-Quran Bagi Ibu Rumah Tangga”, *IComm-Edu*, Vol. 8, No. 3 (2020), 182.

¹⁰ Mukhlis Ridwanulloh, dkk, “Implementasi Metode Ummi dalam Meningkatkan Kemampuan membaca Al-Qur'an Siswa Kelas VII di SMPIT Kaifa Ciomas Bogor Tahun Ajaran 2019/2020”, dalam <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ppai/article/download/859/559>, (diakses pada tanggal 11 desember 2021 jam 10.00)

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Erwin Trianto, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/15-3/2022.

B. FOKUS PENELITIAN

Dikarenakan masalah yang begitu banyak dan meluas, didukung dengan keterbatasan waktu, dana, tenaga dan lainnya, maka penelitian tidak dapat dilakukan secara menyeluruh terhadap objek dan situasi tertentu. Penelitian ini akan difokuskan pada program *Tahfiz* Al Qur'an metode *Ummi* yang ada di MA YPIP Panjeng.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian di atas, maka diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritik

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan sumbangan pemikiran serta wawasan keilmuan mengenai strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

2. Manfaat Praktik

Secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman secara langsung tentang pentingnya strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* terhadap lembaga pendidikan.
- b. Bagi madrasah, penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi madrasah dalam meningkatkan kualitas strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.
- c. Bagi pembaca, diharapkan bagi pembaca dapat menambah pengetahuan dan pemikiran tentang pentingnya penerapan strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* terhadap perkembangan lembaga pendidikan.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk mempermudah dalam memahami dan mengetahui isi dan susunan yang sistematis dalam skripsi ini, maka peneliti menyusun skripsi ini dalam bentuk beberapa bab yang terdiri dari sub bab-sub bab. Sistematika pembahasan dalam penelitian kualitatif ini adalah sebagai berikut:

Bab perama, yaitu Pendahuluan, dalam bab ini berfungsi sebagai pemaparan pola dasar keseluruhan yang terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua, yaitu landasan pustaka, pada bagian ini berisikan dua sub bab yakni kajian teori yang membahas kerangka acuan teori yang digunakan sebagai landasan melakukan penelitian yang terdiri dari pengertian pemasaran jasa pendidikan, faktor pendukung dan penghambat pemasaran jasa pendidikan, pengertian *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, pengertian metode *Ummi* dan macam-macam standarisasi program *Ummi*. Telaah hasil penelitian terdahulu yang berisikan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Bab ketiga, yaitu metode penelitian, dalam bab ini berisikan pembahasan metode penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan juga tahapan-tahapan penelitian.

Bab keempat, yaitu hasil dan pembahasan, pada bab ini berisikan tentang temuan-temuan penelitian yang ada di lapangan serta kegiatan selama penelitian berlangsung, gambaran umum latar penelitian, paparan data. Pembahasan yang berisikan analisis data yang berhubungan dengan dengan implementasi dan juga implikasi dalam strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* (Studi Kasus di MA YPIP Panjeng).

Bab lima, yaitu penutup, Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan yang diambil dari analisa data untuk menjawab rumusan masalah yang berfungsi untuk mempermudah pembaca menemukan inti dari isi tersebut, dan juga saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran pada umumnya dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu konsep penjualan atau promosi, namun pada dasarnya promosi hanyalah sebagian kecil dari pemasaran. Maka dari itu perlu di ketahui bahwa pemasaran memiliki arti yang lebih luas sebagai suatu proses sosial maupun manajerial yang bertujuan untuk membuat suatu individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui suatu pertukaran dan penciptaan nilai atau produk dengan orang lain.¹²

Menurut Philip Kotler pemasaran merupakan kegiatan manusia yang mengarah kepada usaha untuk memuaskan sebuah keinginan (wants) serta kebutuhan (needs) melalui sebuah proses pertukaran. Keinginan manusia dapat terpenuhi dengan adanya produk serta sumber-sumber dan juga alat pemuas yang dimana produk tersebut dapat dikategorikan kedalam beberapa jenis seperti produk barang, jasa, kegiatan, organisasi, tempat ataupun gagasan.¹³

b. Perananan pemasaran

Dalam dunia ekonomi maupun organisasi peran pemasaran sangatlah penting, pemasaran memiliki peran untuk menyampaikan produk baik berupa barang maupun jasa hingga dapat dijangkau atau dirasakan oleh konsumen. Peran pemasaran yang tidak kalah penting adalah memastikan agar bagaimana produk ataupun jasa yang

¹² Muhammad Yusuf Shaleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV SAH Media, 2019), 1.

¹³ Warmadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepubliser, 2019), 2.

ditawarkan dapat memberikan kepuasan serta dapat memenuhi kebutuhan bagi para konsumen dengan menghasilkan laba.¹⁴

c. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan, merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan atau dikembangkan oleh suatu lembaga dimana kegiatan ini dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup, untuk mendukung perkembangan lembaga dan mendapatkan laba atau biaya. Pemasaran jasa pendidikan dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan sesuatu hal yang diinginkan melalui penciptaan sebuah penawaran, pertukaran berupa barang ataupun jasa yang berlaku dalam dunia pendidikan.¹⁵

d. Penerapan Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Imam Machali dan Ara Hidayati mengemukakan bahwa dalam strategi pemasaran jasa pendidikan ini memiliki beberapa unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa agar dapat memenangkan persaingan dengan lembaga lainnya serta memuaskan konsumen. Beberapa unsur yang dimaksud dikenal dengan istilah 7P, yaitu: *Product* (produk), *price* (harga), *place* (Lokasi), *Promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), *phisycal evidence* (bukti fisik) dan juga *process* (proses).¹⁶

Berikut ini adalah uraian dari unsur-unsur yang biasa dikenal dengan istilah 7P, yaitu:

1) *Product* (produk)

Produk yang dimaksudkan dalam unsur ini adalah berupa produk jasa pendidikan, yakni segala sesuatu yang ditawarkan ataupun diberikan oleh lembaga kepada konsumen.

¹⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 1.

¹⁵ Afidatun Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden, *Jurnal El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2 (2015). 164.

¹⁶ Amiruddin, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam* (Yogyakarta: K-Media, 2021), 45.

2) *Price* (harga)

Harga ataupun tarif yaitu jumlah atau nominal yang harus dibayarkan oleh para peminta layanan jasa pendidikan, dengan kata lain jumlah yang harus dibayarkan oleh sasaran pemasaran. Maksudnya dalam hal ini akan ada harga yang perlu dibayarkan kepada suatu lembaga terkait dengan jasa pendidikan yang sudah diberikan. Misalnya dengan biaya SPP, uang gedung, biaya praktikum dan lain-lain.

3) *Place* (Lokasi)

Jika berbicara mengenai lokasi maka erat kaitannya dengan dimana letak suatu lembaga itu berada, hal ini juga menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat masyarakat ataupun konsumen serta digunakan untuk pertimbangan bagi calon konsumen pendidikan dalam menentukan pilihannya.

4) *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan menjadi faktor penentu bagi keberhasilan pemasaran jasa pendidikan, sebaik dan semenarik apapun jasa dan program yang ada di suatu lembaga jika tidak diimbangi dengan promosi yang baik maka konsumen pun akan merasa ragu apakah program yang ditawarkan itu akan benar-benar berguna bagi mereka, dan akan lebih berfikir jika ingin bergabung dalam suatu lembaga tersebut.¹⁷

5) *People* (sumber daya manusia)

Sumber daya manusia yang dimaksudkan disini adalah orang-orang yang berperan aktif dalam menyiapkan, memberikan serta menyajikan jasa pendidikan di suatu lembaga untuk mempengaruhi dan menggait para konsumen pendidikan. Secara sederhana sumber daya manusia adalah orang yang ikut berpartisipasi dalam semua proses penyampaian jasa pendidikan lembaga.

¹⁷ Ibid, 46.

6) *Phisycal evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik lembaga merupakan komponen inti yang mempengaruhi keberlangsungan suatu lembaga. Faizin menegaskan bahwasanya pada dunia pendidikan, gedung atau bangunan dengan segala sarannya dapat dikategorikan sebagai bukti fisik.

7) *Process* (proses)

Proses merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dalam serangkaian aktifitas dengan tujuan untuk menyampaikan jasa pendidikan dari tangan produsen kepada konsumen. Proses adalah seluruh kegiatan yang mempengaruhi segala aktifitas pembelajaran di suatu lembaga/sekolah untuk tercapainya suatu tujuan. Dengan demikian perlu adanya peningkatan jalannya proses secara terus menerus dalam penyaluran jasa pendidikan kepada konsumen.¹⁸

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Jasa Pendidikan

Dalam strategi pemasaran jasa pendidikan, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi penerapannya. Lockhart mengatakan bahwa ada lima faktor yang mendorong terjadinya pemasaran jasa pendidikan, yaitu:

- a. Meningkatnya kompetisi.
- b. Perubahan demografi.
- c. Ketidakpercayaan masyarakat.
- d. Penyelidikan media.
- e. Keterbatasan sumber daya.¹⁹

Faktor-faktor dalam strategi pemasaran jasa pendidikan dibagi menjadi dua, yaitu faktor pendukung dan juga faktor penghambat. Diantaranya sebagai berikut:

- a. Faktor pendukung

¹⁸ Ibid, 50.

¹⁹ Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden, 164.

Ada beberapa faktor pendukung yang ada dalam strategi pemasaran jasa pendidikan pada suatu madrasah atau lembaga, yaitu:

- 1) Sekolah berada dibawah naungan yayasan yang berdiri lebih mandiri
- 2) Memiliki suatu segmen yang jelas
- 3) Suatu kepercayaan yang ada pada masyarakat dan alumni yang tergolong masih tinggi kepada sekolah atau madrasah.
- 4) Lokasi sekolah atau masrasah yang dekat dengan lingkungan masyarakat.

b. Faktor penghambat

Jika dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan terdapat faktor pendukung, tentunya akan ada faktor-faktor yang menghambat implementasi atau penerapan pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga sekolah atau madrasah. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Lembaga sekolah atau madrasah tidak memiliki sebuah konsep yang sistematis untuk mendukung penerapan pemasaran jasa pendidikan.
- 2) Tidak adanya Tim yang dibentuk khusus untuk melakukan promosi.
- 3) Menganggap remeh atau adanya strategi pemasaran jasa pendidikan dianggap tidak penting
- 4) Tidak adanya evaluasi yang disiapkan yang mengakibatkan tidak adanya bahan perbaikan untuk menyusun suatu strategi di tahun berikutnya.²⁰

3. *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi*

a. Pengertian *Tahfiz* Al-Qur'an

Menurut Farid Wadji merupakan suatu proses menghafal Al Qur'an dalam ingatan seseorang sehingga dapat atau mampu melafadzkan/diucapkan diluar kepala secara benar dan baik dengan cara-cara tertentu secara berulang dan terus menerus.

Definisi ini memiliki dua hal pokok, yang pertama adalah seseorang yang mampu

²⁰ Abdillah Mundir, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah, *Jurnal Malia*, Vol. 7, No. 1, (2016), 38.

menghafal dan mampu melaadkannya dengan benar serta sesuai dengan hukum tajwid harus sesuai dengan mushaf Al Qur'an. Kedua, seorang penghafal arusnya dapat menjaga seluruh hafalannya dari kelupaan atau lupa, dikarenakan hafalan Al Qur'an itu cepat hilang.²¹

b. Pengertian Metode

Metode, dalam dunia pendidikan metode merupakan suatu alat dalam pelaksanaan suatu program pendidikan atau bisa dikatakan hal-hal yang dipersiapkan berkaitan dengan cara yang digunakan dalam penyampaian materi tersebut.²² Sedangkan menurut kamus besar baasa Indonesia kata metode berarti ara teratur yang diggunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan sehingga semua tujuan yang diinginkan dapat tercapai.²³ Adapun beberapa tokoh yang mengemukakan pendapatnya tentang pengertian dari metode adalah sebagai berikut:

1) Rothwel dan Kazanas

Beliau berpendapat bahwa metode adalah suatu cara, pendekatan, maupun proses dalam menyampaikan suatu inormasi.

2) Titus

Menurut Titus metode merupakan serangkaian cara atau langkah yang bersiat tertib dan terpola untuk menegaskan suatu bidang keilmuan.²⁴

c. Pengertian Metode *Ummi*

Metode *Ummi* merupakan metode yang di kembangkan oleh lembaga bernama *Ummi* Fondation (UF) di Surabaya. Lemabaga *Ummi* Fondation sendiri adalah lembaga yang banyak membantu lembaga baik formal maupun nonformal utamanya bagi guru Al Qur'an dalam hal meningkatkan kemampuan mengelola sebuah

²¹ Nurul Hidayah, Strategi Pembelajaran Tahfid Al Qur'an di Lembaga Pendidikan, *Jurnal Ta'allum*, Vol. 4, No. 1, (2016), 66.

²² Siti Maesaroh, Peranan Metode Pembelajaran Terhadap Minat dan Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam, *Jurnal Kependidikan*, Vol. 1, Nomor 1(2013), 155.

²³ Chotibul Umam, *Inovasi Pendidikan Islam* (Riau: DOTPLUS Publisher, 2020), 22.

²⁴ Basuki, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 3.

pembelajaran Al Qur'an yang efektif. Metode *Ummi* juga merupakan salah satu metode pembelajaran Al Qur'an yang banyak digunakan umat islam, metode *Ummi* adalah suatu metode yang menggunakan sebuah sistem pembelajaran Al Qur'an dengan mengunggulkan standarisasi yang terangkum dalam 7 program dasar, diantaranya yaitu: *Tashih* (pengesahan), *Tahsin* (memperbaiki bacaan), sertifikasi, coach (pelatihan), supervisi, *munaqasah* (uji kompetensi), dan terakhir adalah *Khataman*.²⁵

d. Sejarah Metode *Ummi*

Metode *Ummi* ini pertama kali di cetuskan pada tahun 2007 serta di prakarsai oleh A. Yusuf MS dan Masruri. Latar belakang kenapa muncul metode *Ummi* ini adalah dengan alasan pemahaman dan keperluan umat islam berkaitan dengan kebutuhan membaca, mempelajari serta menghafalkan Al-Qur'an sudah sangat maju dan meluas bahkan dapat dikatakan meningkat, hal ini tidak sejalan atau tidak didukung dengan adanya program atau metode pembelajaran Al-Qur'an yang mendukung dan kurang dapat menyebar secara meluas kepada seluruh masyarakat utamanya umat islam. Maka dengan terciptanya metode *Ummi* diharapkan dapat dengan mudah masuk kedalam lingkungan masyarakat dan juga dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat.²⁶

e. Pengertian *Tahfiz* Metode *Ummi*

Dalam penerapannya pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* memiliki beberapa tingkatan didalamnya, salah satunya yaitu program *Tahfiz* Al-Qur'an. Program *Tahfiz* metode *Ummi* adalah program yang di sediakan oleh lembaga *Ummi* Foundation yang berada khusus dalam kelas *Tahfiz* serta menjadi suatu wadah bagi

²⁵ Umi Hasunah dan Alik Roichatul Jannah, Implementasi Metode *Ummi* dalam Pembelajaran Al Qur'an pada Santri di Pondok Pesantren Salafiyah Al-Mahfudz Seblak Jombang, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1, No. 2 (2017), 168.

²⁶ Sumarlin Hadinata, Implementasi Pembelajaran Al-Qur'an dengan Metode *Ummi* terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur'an bagi Anak Usia 7-13 Tahun di Desa Teniga Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara, *Ta'dib*, Vol. 19, No. 1 (2021), 70.

orang-orang yang ingin menjadi penghafal Al-Qur'an. Program *Tahfiz* Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini bisa dikatakan sedikit berbeda dari program *Tahfiz* Al-Qur'an dengan menggunakan metode lain. Perbedaan tersebut terletak pada kegiatan dan juga standarisasi hafalan para peserta didik, dimana peserta didik tidak hanya di tuntun untuk menghafalkan surat-surat Al-Qur'an saja melainkan juga diperhatikan dalam hal kefasihan, ketepatan pelafalan huruf dan tajwid disetiap ayat yang dihafalkan.²⁷

B. TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Pertama, Skripsi oleh Nur Khikmatul Khasanah dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2019 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tahfidz Pondok Pesantren”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) Strategi pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan pondoknya yayasan pondok pesantren Miftakhul Huda Kaliwungu Kendal memiliki beberapa strategi yang jitu diantaranya adalah dengan cara membentuk SDM yang handal dengan menggunakan dewan guru serta ustadz dan ustadzah yang berkualitas. Kemudian meningkatkan mutu pendidikan, dengan semakin baik mutu pendidikan maka akan semakin besar peluang untuk menarik minat masyarakat untuk menuntut ilmu disana. 2) Implikasi strategi pemasaran produk *Tahfiz* Pondok Pesantren Miftakhul Huda Kaliwungu Kendal. Dalam mempertahankan implikasi menggunakan menggunakan kitab *Fashohati* dapat membekali para santri sehingga dapat mempermudah para santri dalam menghafal Al-Qur'an. Praktek metode *Fashohati* pengurus mengemban amanah khusus untuk santri-santri baru dan sebelum memasuki kelas Tahfidzul Qur'an santri baru

²⁷ Suratman Pambudi, dkk, Implementasi Kurikulum Metode Ummi Kelas Tahfidz, *Jurnal El-Buhuth*, Vol. 2, No. 2 (2020), 101.

diajarkan sesuai dengan metode Fashohati dan lebih mengedepankan makhorijul hurufnya.²⁸

Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah kesamaan tentang cakupan yang diteliti yaitu mengenai strategi pemasaran berupa program *Tahfifz* Al-Qur'an. Perbedaannya yaitu, penelitian ini berkaitan dengan metode program *Tahfifz* yang digunakan yakni metode Fashohati, sedangkan metode program *Tahfifz* yang akan penulis teliti adalah berkaitan dengan program *Tahfifz* menggunakan metode *Ummi*.

Kedua, Skripsi oleh Fiky Handayani dari Institut Agama Islam Negeri Palopo pada tahun 2021 dengan judul "Program Tahfidz Al-Qur'an dalam Membentuk Karakter Siswa di SDIT Al Bhasirah Palopo". Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) Karakter siswa di SDIT Al Bashirah Palopo sangat ramah dengan senantiasa memberi salam, disiplin waktu, dan khusus santri putri telah terbiasa menutup aurat dengan sempurna dan sesuai dengan syari'at agama islam serta telah terbiasa melaksanakan ibadah sholat lima waktu baik wajib maupun sholat-sholat sunnah lainnya. 2) Kegiatan *Tahfifz* Al-Qur'an di SDIT Al Bashirah Palopo memiliki target setoran hafalan dalam setiap harinya minimal satu ayat dan maksimal siswa mendapatkan kesempatan menghafal sampai lima ayat. Diharapkan siswa setelah lulus dari SDIT Al Bashirah mampu menghafal maksimal 6 juz dan minimal 3 juz. 3) Pelaksanaan program Tahfidz Al-Qur'an dalam membentuk karakter siswa di SDIT Al Bashirah palopo, pihak guru senantiasa melaksanakan pendekatan khusus kepada para siswa setiap harinya baik dalam kewajiban melaksanakan ibadah sholat lima waktu dan juga ibadah sunnah lainnya seperti sholat dhuha. Pelaksanaan program *Tahfifz* Al-Qur'an ini

²⁸ Nur Khikmatul Khasanah, "Strategi Pemasaran Produk Tahfidz Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal)", *Skripsi* (Semarang: Uniersitas Islam Negeri Walisongo, 2019, 85.

sangat berpengaruh terhadap karakter siswa yang dapat dilihat dari sekian banyak hafalan siswa maka akan semakin baik pula karakternya.²⁹

Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah kesamaan tentang cakupan yang diteliti yaitu mengenai program *Tahfiz* Al-Qur'an. Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus kepada perubahan karakter peserta didik atau siswa melalui pengadaan program *Tahfiz* Al-Qur'an, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan lebih berfokus kepada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an.

Ketiga, Skripsi oleh Naufal Azhari dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2019 dengan judul "Pengaruh Metode Ummi Terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur'an pada Santri di TPQ Al Hikmah Bandar Lampung". Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: Terdapat pengaruh yang signifikan metode ummi terhadap kemampuan membaca Al-Qur'an pada santri di TPQ Al Hikmah Bandar Lampung. Hasil uji hipotesis tes akhir atau *posttest* kemampuan membaca Al-Qur'an santri pada surat Al-Baqarah dapat dilihat bahwa Sig (2-tailed) = 0.017 ini berarti pada taraf signifikan $\alpha = 0.05$ H_1 diterima.³⁰

Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah kesamaan tentang cakupan yang diteliti mengenai penggunaan Metode *Ummi*. Perbedaannya penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta lebih terfokus pada pengaruh penggunaan metode *Ummi* terhadap kemampuan baca Al-Qur'an santri, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dan lebih terfokus kepada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

²⁹ Fiky Handayani, "Program Tahfidz Al Qur'an dalam Membentuk Karakter Siswa di SDIT Al Bhasirah Palopo", *Skripsi* (Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021), 63.

³⁰ Naufal Azhari, "Pengaruh Metode Ummi Terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur'an pada Santri di TPQ Al Hikmah Bandar Lampung", *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 67.

Keempat, Tesis oleh Ika Putri Rahayu dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Mgetan)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) Identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan berdasarkan kebutuhan siswa, perkembangan zaman, hasil studi banding yang dilakukan sekolah dan saran dari wali murid. 2) Analisis program pendidikan di MIN 3 Magetan dilakukan bersamaan dengan kegiatan evaluasi diri madrasah (EDM), dalam analisisnya menggunakan dua analisis yakni analisis internal dan analisis eksternal. 3) Perencanaan program pendidikan yang dilakukan di MIN 3 Magetan melalui empat tahapan yang meliputi pertama penetapan visi, misi, tujuan sekolah, kedua perumusan kondisi sekolah, ketiga identifikasi kekuatan dan kelemahan madrasah, keempat pengembangan rencana kegiatan madrasah. 4) Strategi pemasaran program pendidikan untuk meningkatkan citra madrasah unggul yang digunakan MIN 3 Magetan adalah strategi pemasaran diferensiasi.³¹

Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah kesamaan tentang cakupan yang diteliti yaitu mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan. Perbedaannya yaitu, penelitian ini tidak hanya fokus pada satu program unggulan yang ada di sekolah atau madrasah, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan hanya terfokus kepada satu program unggulan saja, yaitu program *Tahfīz* Al-Qur’an menggunakan metode *Ummi*.

³¹ Ika Putri Rahayu, “Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan)”, *Tesis* (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Pasasarjana, 2020, 82.

Tabel 2.1

Daftar Telaah Pustaka Terdahulu

NO.	Nama Peneliti, Tahun Penelitian, Judul Penelitian, Asal Lembaga	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Khikmatul Khasanah (2019), “Strategi Pemasaran Produk Tahfidz Pondok Pesantren”, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.	Memiliki kesamaan tentang cakupan yang diteliti, yakni mengenai strategi pemasaran berupa program <i>Tahfiy</i> Al Qur’an.	Perbedaan yaitu, terletak pada metode ajar yang ada dalam program <i>Tahfiy</i> Al Qur’an. Penelitian sebeumnya menggunakan metode <i>Fashohati</i> , sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode <i>Ummiy</i> .
2.	Fiky Handayani (2021), “Program Tahfidz Al Qur’an dalam Membentuk Karakter di SDIT Al Bhasirah Palopo”, Institut Agama Islam Negeri Palopo.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah cakupan program yang ada di lembaga, yaitu mengenai program <i>Tahfiy</i> Al Qur’an.	Perbedaannya penelitian ini lebih berfokus kepada perubahan karakter peserta didik melalui program <i>Tahfiy</i> Al Qur’an, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan

			berfokus kepada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program <i>Tahfiyz</i> Al-Qur'an.
3.	Naufal Azhari (2019), "Pengaruh Metode Ummi Terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur'an pada Santri di TPQ Al Hikmah Bandar Lampung", Uniersitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada metode yang digunakan dalam program <i>Tahfiyz</i> Al-Qur'an.	Perbedaan yang paling jelas adalah penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dan berfokus kepada pengaruh penggunaan metode <i>Ummiy</i> terhadap kemampuan baca Al-Qur'an santri, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan Kualitatif dan lebih berfokus kepada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program <i>Tahfiyz</i> Al-Qur'an metode

			<i>Ummiy.</i>
4.	Ika Putri Rahayu (2020), “Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan”, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada cakupan yang diteliti yakni strategi pemasaran jasa pendidikan.	Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini lebih berfokus pada lebih dari satu program unggulan yang ada di lembaga, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus pada satu program unggulan saja.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian pendekatan kualitatif lebih menekankan pada kejadian natural atau alamiah yang terjadi di lapangan dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci.³² Dalam penelitian kualitatif ini dapat menghasilkan data yang tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur statistik, angka, perhitungan, atau bisa dikatakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.³³

Pendekatan Kualitatif ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang mendalam dan bersifat akurat, serta mengumpulkan data yang mengandung makna. Makna yang dimaksudkan disini adalah kejadian atau data yang sebenarnya. Pendekatan kualitatif berlandaskan pada suatu filsafat yang disebut filsafat postpositivisme, hal ini digunakan untuk mendukung penelitian yang bersumber dari kondisi objek alamiah.³⁴ Dalam penelitian ini lebih menekankan kepada penarian pengertian, makna, suatu karakteristik, konsep, gejala serta deskripsi tentang suatu fenomena dan disajikan secara naratif.³⁵

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha memaparkan informasi penelitian sesuai realita, fakta, dan karakteristik dari objek yang diteliti secara tepat dan akurat.³⁶ Penelitian deskriptif berkaitan dengan mengkaji fenomena-fenomena secara rinci serta membedakannya dari fenomena-fenomena lain, peneliti berusaha menjelaskan tentang kejadian atau peristiwa yang terjadi dilapangan secara jelas dan

³² Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

³³ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo, CV. Nata Karya, 2019), 3.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 15.

³⁵ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metodologi Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), 3.

³⁶ Mustofa Aji Prayitno, "Gerakan Siswa Mengajar (GSM) Impementasi Metode Tutor Sebaya di SMPN 1 Mejayan Kabupaten Madiun", *Al-Riwayah: Jurnal Kependidikan*, Vol. 13, No. 2 (2021), 344.

berurutan.³⁷ Peneliti membutuhkan data-data secara langsung yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfīz* Al-Qur'an metode *Ummi* yang berlokasi di MA YPIP Panjeng. Adapun beberapa subyek penelitian adalah kepala sekolah, koordinator *Ummi*, serta koordinator bag. Humas.

B. KEHADIRAN PENELITI

Ciri penelitian kualitatif adalah peneliti merupakan kunci utama dari penelitian dan berfungsi sebagai alat pengumpul data sehingga keberadaannya tidak dapat terpisahkan dari apa yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif peneliti lebih berfokus untuk memaknai dan menemukan fenomena atau sebuah kejadian, baik itu berupa kejadian umum ataupun yang bersifat sangat individual.³⁸

Dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peran peneliti adalah sebagai *human instrument* atau sebagai instrument utama bagi jalannya sebuah penelitian. Antara peneliti dengan objek penelitian haruslah saling menjali kedekatan dan juga menjadi partner antara satu sama lain, ini berarti responden berperan sebagai subyek bukan obyek yang mana suatu wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dan responden itu tidak sepenuhnya direncanakan atau mengalir sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan.³⁹

Maka dari itu, peneliti mencoba dan berusaha untuk melakukan interaksi serta berpartisipasi secara langsung dengan informan untuk memperoleh data sebanyak-banyaknya terkait dengan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfīz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

C. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini mengambil latar tempat di Madrasah Aliyah Yayasan Pendidikan Islam Panjeng yang terletak di jalan pahlawan, nomor 16, Dusun Ngrandu, Desa Panjeng,

³⁷ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 8.

³⁸ Dede Rosyada, *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2020), 28.

³⁹ I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan* (Bandung: Nilacakra, 2018), 9.

Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Pengambilan lokasi ini dikarenakan dalam penerapan pemasaran jasa pendidikan yang ada di lembaga tersebut berbeda dengan lembaga-lembaga pada umumnya, yakni berkaitan dengan program unggulan yang digunakan untuk menarik minat masyarakat yang erat hubungannya dengan konsep keagamaan berupa kegiatan *Tahfiz* Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi*. Sebagaimana fokus penelitian yang dilakukan ini berada pada lingkup pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga madrasah, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam dan lanjut mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjang.

D. DATA DAN SUMBER DATA

1. Data Penelitian

Untuk menyusun skripsi ini menjadi suatu hasil penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang ingin penulis bahas, maka diperlukan data-data yang valid terkait dengan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Program *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi* (Studi Kasus di MA YPIP Panjang). Diantara data-data tersebut adalah data tentang implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjang dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjang melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, serta data-data lain yang menunjang tentang pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data-data dan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data ini diperoleh dari:

a. Sumber Data Primer

Umi Narimawati mengemukakan bahwa data primerr adalah data yang diperoleh atau dihasilkan dari sumber asli secara langsung atau sumber pertama.⁴⁰ Dalam penelitian data primer dapat di peroleh secara langsung, dengan melakukan pengamatan dan observasi, serta wawancara secara langsung kepada sumber utama yaitu kepala madrasah, serta informan atau sumber pendukung, yaitu koordinator *Ummi* YPIP Panjeng, koordinator bag. Humas dan juga sumber atau informan tambahan jika ada.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data yang telah tersedia atau yang telah ada.⁴¹ Data sekunder digunakan untuk melengkapi data pokok yang didapat dari kepustakaan atau penelitian sebelumnya. Data sekunder berupa dokumentasi foto, rekaman, dan arsip madrasah.

E. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara atau metode yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan juga dokumentasi.

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah suatu proses percakapan antara *interviewer* dan *interviewee* dengan alasan atau tujuan tertentu, menggunakan suatu pedoman, dan bisa dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung maupun melalui media lainnya seperti alat komunikasi.⁴² wawancara dapat dilakuakan terhadap satu narasumber atau bahkan lebih, hal ini dilakukan agar peneliti mendapatkan banyak data yang sangat berguna bagi penelitian yang sedang dilakukannya.⁴³

⁴⁰ Nining Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No.2 (2017), 211.

⁴¹ Etta Mamang Sengadji dan Sopiah, *Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2003), 171.

⁴² Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutikaprio, 2016), 3.

⁴³ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), 21.

Dalam sebuah wawancara memungkinkan penelitian untuk mendapatkan data yang kaya dan meluas dari narasumber atau partisipan melalui pengajuan pertanyaan-pertanyaan yang bersangkutan dengan tema penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini tentu harus didukung dengan alat bantu yang disediakan untuk mempermudah pelaksanaan kegiatan wawancara serta peneliti mampu memilih waktu dan kondisi kapan dan dimana wawancara dapat dilaksanakan.⁴⁴

Dalam penelitian ini, untuk mendukung dan memperoleh data maka diperlukan adanya sumber data yang nantinya akan dijadikan informan diantaranya sebagai berikut:

- a. Informan Kunci (*key informan*), yaitu bapak Erwin Trianto, S.Pd selaku kepala MA YPIP Panjeng.
- b. Informan pendukung, yakni ibu Tatik Romitha, M.Pd selaku koordinator bag. Humas dan juga bapak Abdul Aziz, S.Pd selaku koordinator metode *Ummiy* di MA YPIP Panjeng.

Pelaksanaan wawancara dengan informan di atas dilakukan dengan dua cara, yaitu 1) wawancara dengan informan secara langsung atau tatap muka, dan 2) wawancara secara daring melalui via *Chat Whatsapp* dikarenakan ada beberapa informan yang menghendaki wawancara dilakukan secara daring. Kegiatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah berupa menggali informasi berkaitan dengan implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* dan juga berkaitan dengan faktor pendukung dan penghambatt kegiatan implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng.

2. Teknik Observasi

⁴⁴ Ibid.

Observasi merupakan kegiatan berupa pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi data serta proses pencatatan fenomena-fenomena yang di selidiki secara sistematis.⁴⁵ Dalam teknik ini pengamatan dilakukan dengan tidak melakukan interaksi secara langsung dengan partisipan atau informan. Observasi termasuk teknik yang ampuh untuk mendapatkan banyak data yang nyata dari lapangan atau latar tempat penelitian. Jadi dalam kegiatan observasi seorang peneliti melakukan pengamatan secara mandiri dan murni dari apa yang peneliti lihat dari objek yang tengah diteliti, hal ini dilakukan agar cakupan penelitian yang dilakukan tidak terlalu meluas dan terlalu jauh keluar dari fokus penelitian yang dilakukan.⁴⁶ Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati dan melihat secara langsung lokasi dan kegiatan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjang, serta pada saat kegiatan atau acara *Imtihan*, *Khataman* dan uji publik pembelajaran metode *Ummi* dilakukan.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mendapatkan informasi data secara tidak langsung tertuju pada objek penelitian atau dengan kata lain data yang diperoleh berasal dari sumber yang bukan manusia, tetapi dapat berupa foto, dokumen, dan bahan statistik.⁴⁷ Dokumentasi juga dapat dikatakan sebagai metode yang dipakai dengan mencari data hal-hal mengenai surat-surat, transkrip dan lain-lain.

Penerapan teknik dokumentasi ini memiliki kelebihan yaitu peneliti dapat mengumpulkan informasi secara mandiri dengan data yang dapat dipercaya tanpa harus bertanya kepada partisipan atau narasumber. Tetapi perlu diketahui bahwasanya tidak semua dokumen dapat dijadikan sebagai data penelitian karena dirasa tidak cukup kredibel atau tidak sesuai dengan kenyataannya, banyak dari dokumentasi yang dibuat

⁴⁵ Esty Aryani Safithry, *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes* (Malang: CV IRDH, 2018), 48.

⁴⁶ Fitri Nur Mahmudah, *Aanalisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.TI 8* (Yogyakarta: UAD Press, 2021), 26.

⁴⁷ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 115.

dengan tujuan tertentu sehingga dalam menganalisis data dokumentasi akan menjadi melelahkan serta memerlukan kesabaran, ketekunan, ketelitian dan keahlian tertentu.⁴⁸

Dalam penelitian ini data dokumentasi yang diambil adalah berupa foto-foto, rekaman, arsip madrasah yang berkaitan dengan gambaran umum madrasah yang meliputi diantaranya seperti sejarah madrasah, letak geografis, profil, visi dan misi madrasah, tujuan, struktur organisasi dan lain-lain.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Ada banyak pengertian tentang analisis data dari pendapat para ahli, salah satu pendapat yang di kemukakan oleh Noeng Muhadjir bahwa analisis data merupakan proses atau upaya mencari dan merangkai secara sistematis hasil catatan dari observasi, wawancara, dan juga yang lainnya yang bertujuan agar pemahaman peneliti tentang temuan yang di teliti dilapangan semakin meningkat serta menyajikannya kedalam bentuk yang lebih sederhana sebagai temuan kepada orang lain. Sedangkan dalam meningkatkan pemahaman tersebut perlu di imbanginya analisis dengan upaya mencari makna.⁴⁹

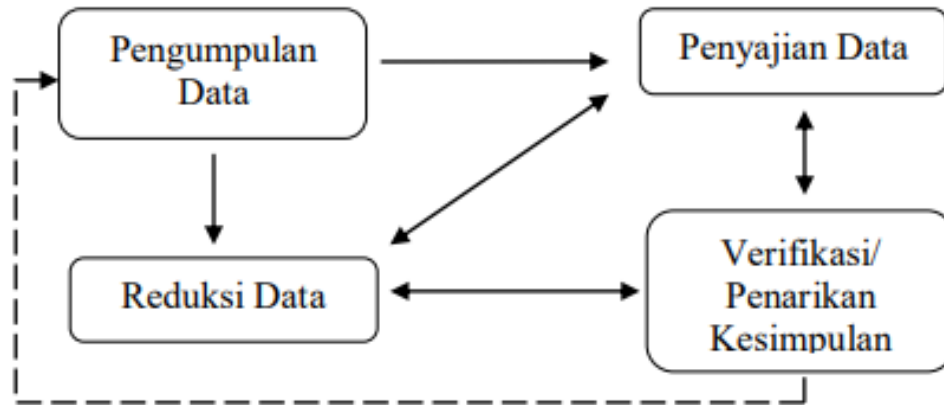
Teknik analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah diambil dari model Miles dan Huberman, yakni dengan cara melakukan analisis secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data yang di dapatkan menjadi lengkap.⁵⁰ Analisis data tersebut meliputi: *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Atau dapat dilihat pada bagan berikut:



⁴⁸ Mahmudah, *Aanalisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.TI* 8, 22.

⁴⁹ Ahmad Rijali, Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17, No. 33 (2018), 84.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2016), 246.



Gambar 3.1 Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman

Adapun langkah-langkah analisis data model interaktif sebagai berikut:

1. *Data Reduction/Reduksi Data*

Data yang telah diperoleh melalui proses wawancara, observasi serta dokumentasi kemudian dicatat serta dirangkum untuk kemudian memilih hal-hal yang bersifat pokok agar dapat memusatkan perhatian yang bertujuan menajamkan pemeriksaan data.⁵¹ Dalam penelitian ini perhatian tertuju kepada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng.

2. *Data Display/Penyajian Data*

Setelah melakukan proses reduksi data maka langkah selanjutnya adalah mengelompokkan data sesuai dengan kategori rumusan masalahnya. Dengan melakukan langkah tersebut maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi serta dapat merencanakan kegiatan tindak lanjut berdasarkan dengan apa yang telah dipahami tersebut.⁵² Dalam melakukan penelitian ini penyajian data yang dilakukan tertuju pada implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode

⁵¹ Ibid, 247.

⁵² Ibid, 249.

Ummi dan faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

a. *Conclusion Drawing/Verification*

langkah selanjutnya dalam analisis data adalah dengan melakukan penarikan kesimpulan dan juga verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan penelitian yang dilakukan peneliti serta ditemukannya bukti-bukti yang kuat serta mendukung tahap selanjutnya.⁵³ Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji data yang berkaitan dengan strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* dan kemudian ditarik kesimpulan.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

langkah selanjutnya dalam analisis data adalah dengan melakukan penarikan kesimpulan dan juga verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan penelitian yang dilakukan peneliti serta ditemukannya bukti-bukti yang kuat serta mendukung tahap selanjutnya.⁵⁴ Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji data yang berkaitan dengan strategi jitu pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* dan kemudian ditarik kesimpulan.

G. PENGECEKAN KEABSAHAN DATA

Dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif, syarat utama pada data adalah kevalidan yang dapat dipertanggung jawabkan, reliabel dan objektif. Suatu pengecekan keabsahan atau validitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang disajikan peneliti telah sesuai dengan apa yang terjadi dalam dunia nyata serta mengetahui keabsahan data.⁵⁵

⁵³ Ibid, 252.

⁵⁴ Ibid, 252.

⁵⁵ Siti Rukhayati, *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al Falah Salatiga* (Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga, 2020), 52.

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya sebagai berikut:

1. Perpanjangan pengamatan

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan kembali ke lokasi atau lapangan, melakukan wawancara dengan data yang telah ada ataupun data baru, karena tidak menutup kemungkinan terjadinya distorsi yang mungkin akan mengotori data.⁵⁶ Melakukan perpanjangan pengamatan dapat memberikan batasan terhadap gangguan dari dampak peneliti pada konteks, membatasi kekeliruan.⁵⁷

2. Meningkatkan ketekunan

Melakukan pengamatan dengan lebih cermat dan bertahap, maka rangkaian kejadian nyata di lokasi yang diteliti akan terekam dengan jelas dan sistematis. Ketekunan bermaksud untuk menemukan ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isuyang dicari.⁵⁸

3. *Triangulasi*

Pengecekan data dengan cara mengumpulkan dan menggunakan data yang didapat dari beberapa sumber yang berbeda dengan berbagai cara dan waktu.⁵⁹ Triangulasi teknik bisa juga dikatakan kegiatan peneliti dalam melakukan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda dengan tujuan untuk memperoleh data dari sumber yang sama.⁶⁰

a. *Triangulasi* sumber, dilakukan untuk melakukan pengujian kredibilitas suatu data dengan cara mengecek data yang telah di peroleh dari beberapa sumber data. Dengan kata lain sumber data yang didapat dari setiap sumber tidak bisa disama ratakan, tetapi harus dideskripsikan dan dikategorikan antara satu dengan yang lain.

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 328.

⁵⁷ Ibid, 237.

⁵⁸ Ibid, 329.

⁵⁹ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), 96.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 241.

- b. *Triangulasi* teknik, untuk melakukan pengujian kredibilitas data harus dilakukan pengecekan data terhadap sumber yang sama namun dengan menggunakan cara yang berbeda.
- c. *Triangulasi* waktu, melakukan pengujian kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan ulang terhadap hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dalam situasi dan waktu yang berbeda.⁶¹

4. Mengadakan *member check*

Member check merupakan kegiatan pengecekan data yang dilakukan peneliti terhadap data yang diperoleh dari pemberi data. Hal ini penting dilakukan dalam rangka untuk memeriksa derajat kepercayaan, agar suatu informasi yang didapatkan dan yang akan digunakan dalam sebuah penulisan laporan dapat sesuai dengan sumber data.⁶²

H. TAHAPAN-TAHAPAN PENELITIAN

Tahapan-tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Lapangan, pada tahap ini yang dilakukan peneliti adalah menyusun rencana, menentukan lokasi penelitian, perisinan lokasi penelitian, melakukan penjajagan lokasi, memilih serta memanfaatkan informan, serta menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan saat melakukan penelitian.
2. Tahapan Pekerjaan Lapangan, terdiri dari memahami latar penelitian serta mempersiapkan diri, memasuki lapangan serta ikut berpartisipasi dengan mengumpulkan data-data.
3. Tahap Analisis Data, dalam tahap ini yang dilakukan adalah berupa analisis selama dan setelah pengumpulan data.
4. Tahap penulisan hasil penelitian.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 373.

⁶² Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 95.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM LATAR PENELITIAN

1. Sejarah Madrasah Aliyah Yayasan Pendidikan Islam Panjeng

MA YPIP Panjeng merupakan pendidikan formal, setingkat dengan Sekolah Menengah Atas (SMA), yang didirikan atau diselenggarakan oleh Kementerian Agama.

Berdirinya Madrasah Aliyah YPIP Panjeng di latar belakang oleh kebutuhan masyarakat desa Panjeng akan lembaga pendidikan setingkat SMA. Hal ini karena di kecamatan Jenangan khususnya di desa Panjeng belum ada lembaga sekolah setingkat SMA/MA. Disamping itu, berdirinya Madrasah Aliyah Panjeng bertujuan untuk membantu Pemerintah dalam bidang pendidikan karena di desa Panjeng, banyak anak yang kurang mampu kemudian tidak melanjutkan sekolah. Selain itu juga bertujuan untuk membentuk para tokoh agama atau tokoh masyarakat di desa-desa sekitar desa Panjeng Jenangan. Dengan adanya hal tersebut, akhirnya didirikanlah lembaga pendidikan formal swasta Madrasah Aliyah YPIP Panjeng.

Berdirinya Madrasah Aliyah YPIP Panjeng tidak lepas dari para tokoh yang telah berperan dalam lembaga pendidikan tersebut. Para tokoh tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a. H. M. Umar Rowi
- b. H. Mayjen Pur. Mukhlas Rowi
- c. H. Fathurrohman
- d. H. Wafiq Ihsan
- e. Drs. H. Hamid Ihwan
- f. H. Aspan faqih

Pada awalnya di tanggal 2 Januari tepatnya pada tahun 1969, mendirikan sekolah PGANU (Pendidikan Guru Agama Nahdlatul Ulama) dan seiring dengan

adanya kemajuan dalam dunia pendidikan kemudian kurang lebih pada tahun 1979 dirubah menjadi MA YPIP Panjeng. Pada saat itu, proses pembelajaran yang dilakukan di Madrasah Aliyah YPIP Panjeng adalah siang hari. Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) di Madrasah Aliyah YPIP masih menempati gedung SDN Panjeng, dengan jumlah siswa pada saat itu masih berjumlah 40 siswa.

Selanjutnya pada tahun 1970, Yayasan Pendidikan Islam Panjeng diberi tanah wakaf oleh Bapak H. Daman Huri seluas 1400 m², yang kemudian membangun ruang kelas tambahan dimana proses pembangunannya dibantu oleh masyarakat setempat. Kurang lebih pada tahun 1972, pembangunan gedung telah terselesaikan dengan jumlah tiga ruang kelas. Sehubungan dengan situasi dan kondisi pada saat itu maka proses pembelajaran yang sebelumnya dilaksanakan di SDN Panjeng dialihkan kegedung baru.

Dengan dibangunnya gedung sendiri, pelaksanaan KBM dapat diselenggarakan secara efektif. Meskipun lembaga sekolah swasta, namun lembaga pendidikan Madrasah Aliyah YPIP selalu memberikan kualitas sesuai dengan permintaan masyarakat. Untuk selanjutnya Madrasah Aliyah Yayasan Pendidikan Islam Panjeng (YPIP) hingga sekarang telah menempati gedung milik sendiri yang terletak di Jl. Pahlawan No. 16 Panjeng kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo. Dan selama ini, MA YPIP Panjeng juga telah mengalami pergantian Kepala Madrasah sebanyak empat kali yaitu:

- a. Bapak Drs. Hadi Sugihanto tahun 1969-1981
- b. Bapak Drs. Farid Ma'ruf 1981-1989
- c. Bapak Suharno, A. Ma tahun 1989 - 2007
- d. Bapak H. Moch. Kurnen, A. Ma tahun 2007-2016
- e. Bapak Erwin Trianto, S. Kom S. Pd tahun 2016 hingga sekarang.⁶³

⁶³ Hasil dari Data Dokumen Sejarah Berdirinya MA YPIP Panjeng, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 04/D/23-3/2022

2. Letak Geografis

Lokasi Madrasah Aliyah YPIP Panjeng beralamatkan di Jl. Pahlawan No. 16 desa Panjeng kecamatan Jenangan kabupaten Ponorogo yang mempunyai batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah barat berbatasan dengan desa Pintu.
- b. Sebelah timur berbatasan dengan desa Jenangan.
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan desa Jimbe.
- d. Sebelah utara berbatasan dengan desa Sedah.⁶⁴

3. Profil Sekolah

Nama Madrasah : Madrasah Aliyah YPI Panjeng

Alamat : Jln. Pahlawan No. 16 Ngrandu

Desa : Panjeng

Kecamatan : Jenangan

Kabupaten : Ponorogo

Propinsi : Jawa Timur

No. Telepon Madrasah : (0352) 531350

No. HP Kepala Madrasah : 08155632651

Tahun Berdiri : 1969

Tahun Beroperasi : 1969

Status Tanah : Milik Yayasan

a. Surat Kepemilikan Tanah: AD819238.12.23.18.11.1.00283

b. Luas Tanah : 1405 m²

Status Bangunan : Milik Yayasan

a. Luas Bangunan : 973.8 m²

SK/Izin Pendirian Sekolah : L.M/3/35/B/1978 Tgl/Bln/Thn. 01/12/1978

⁶⁴ Hasil dari Data Dokumen Letak Geografis MA YPIP Panjeng, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 05/D/23-3/2022

NSM : 131235020013
NPSN : 69725506
Sk. Akreditasi Terakhir : B
Lembaga Naungan : Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Ponorogo
Yayasan Penyelenggara : Yayasan Pendidikan Islam Panjeng (Y P I P)
Alamat : Panjeng Jenangan Ponorogo
Ketua : KH. Muh. Nurhadi, S.Pd.I
Komite Sekolah : Drs. H. Habib Suja'
Kepala Madrasah : Erwin Triyanto, S.Pd.⁶⁵

4. Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

Terwujudnya Insan berilmu beramal dan bertakwa.

b. Misi

- 1) Menanamkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah Subhanahu WaTa'ala.
- 2) Melaksanakan dan melestarikan amanat pendidikan dari para Perintis dan pendiri Yayasan Pendidikan Islam panjang.
- 3) Meningkatkan pelaksanaan pembelajaran dan bimbingan serta terampil efektif dan kreatif.

c. Tujuan

- 1) Mendidik siswa untuk menjadi manusia bertaqwa, berakhlak mulia sebagai muslim yang menghayati dan mengamalkan ajaran agama.
- 2) Mendidik siswa untuk menjadi manusia pembangunan yang memiliki sikap sebagai Warga Negara Indonesia yang berpedoman pada Pancasila dan UUD 1945.

⁶⁵ Hasil dari Data Dokumen Profil Sekolah/Madrasah, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 06/ D/23-3/2022

- 3) Memberi bekal pengetahuan, pengalaman dan sikap yang diperlukan untuk melanjutkan perjalanan di perguruan tinggi.
- 4) Memberi bekal kemampuan dasar dan keterampilan tertentu untuk melaksanakan tugas hidupnya dalam masyarakat.
- 5) Meningkatkan pengetahuan siswa untuk mengembangkan diri sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian yang berjiwa ajaran agama Islam yang diimplementasikan melalui shalat berjama'ah, dan diskusi keagamaan.⁶⁶

5. Data Siswa Tiga Tahun Terakhir

Dalam penerapan suatu pendidikan tidak lepas dari adanya peran guru dan siswa yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Siswa dapat dikatakan sebagai komponen yang penting dalam keberlangsungan pendidikan yang berkaitan dengan proses pembelajaran.⁶⁷ Dari hasil temuan di MA YPIP Panjeng ini terdapat data siswa dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Pada tahun ajaran 2019/2020 terdapat total jumlah siswa sebanyak 91 siswa dengan jumlah 3 rombel. Dari keseluruhan jumlah tersebut dibagi menjadi tiga kelas yakni ada 34 siswa di kelas X dengan jumlah 1 rombel, terdapat juga 23 siswa pada kelas XI dengan jumlah 1 rombel, terdapat 34 siswa di kelas XII dengan jumlah 1 rombel.

Pada tahun ajaran 2020/2021 ada kesamaan dengan tahun sebelumnya yaitu terdapat total jumlah siswa sebanyak 91 siswa dengan jumlah 3 rombel. Total jumlah tersebut dibagi menjadi tiga kelas yakni ada 23 siswa di kelas X dengan jumlah 1 rombel, terdapat juga 34 siswa pada kelas XI dengan jumlah 1 rombel, terdapat 23 siswa di kelas XII dengan jumlah 1 rombel.

⁶⁶ Hasil dari Data Dokumen Visi, Misi dan Tujuan Madrasah, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 07/D/23-3/2022

⁶⁷ Askhabul Kirom, "Peran Guru dan Peserta Didik dalam Proses Pembelajaran Berbasis Multikultural", *Jurnal Al-Murabbi*, Vol. 3, No. 1 (2017), 69.

Pada tahun ajaran 2021/2022 terdapat total jumlah siswa sebanyak 81 siswa dengan jumlah 3 rombel. Total jumlah tersebut dibagi menjadi tiga kelas yakni ada 34 siswa di kelas X dengan jumlah 1 rombel, terdapat juga 23 siswa pada kelas XI dengan jumlah 1 rombel, terdapat 34 siswa di kelas XII dengan jumlah 1 rombel.⁶⁸

6. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Tenaga pendidik dan kependidikan di MA YPIP Panjeng, jenangan, ponorogo ini adalah orang-orang atau pendidik dan tenaga kependidikan yang berpengalaman di bidangnya masing-masing, adapun data pendidik dan kependidikan di MA YPIP Panjeng terdiri dari jumlah pendidik sebanyak 16 orang dengan status PNS sebanyak 1 orang pendidik dan GTY (Guru Tetap Yayasan) sebanyak 15 orang pendidik, pada bagian tata usaha hanya ada 1 orang yang memiliki status PTY (Pegawai Tetap Yayasan), kemudian terdapat pula bagian bendahara yang memiliki status sebagai PTY (Pegawai Tetap Yayasan).⁶⁹

dari data yang sudah di dapatkan oleh peneliti terdapat juga daftar pendidik dan jabatan di madrasah MA YPIP Panjeng yakni sebagai berikut:

- a. Bapak Erwin Triyanto, S.Pd sebagai kepala madrasah
- b. Ibu Tatik Romita, M.Pd sebagai guru/waka humas/wali kelas 12
- c. Bapak Warianto, S.Pd.I sebagai guru/waka sarpras
- d. Ibu Ainie Kusumasarie, S.Pd sebagai guru
- e. Ibu Yayuk Yulianti, S.Pd sebagai guru/pembina asrama
- f. Ibu Febriyanti, S.Pd sebagai guru/ waka kesiswaan
- g. Bapak Sukamto, S.Pd sebagai guru/waka kurikulum
- h. Ibu Yuli Achyarini, M.Pd sebagai guru
- i. Ibu Riris Apriani, S.Pd sebagai guru

⁶⁸ Hasil dari Data Dokumen Data Siswa Tiga Tahun Terakhir, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 08/ D/23-3/2022

⁶⁹ Hasil dari Data Dokumen Data Pendidik Dan Tenaga Kependidikan, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 09/ D/23-3/2022.

- j. Bapak Alfin Nur'aini, S.Kom.I sebagai guru/wali kelas 10
- k. Ibu Nofi Puji Astuti, S.Pd sebagai guru
- l. Bapak Nur Kholisani, S.H sebagai guru/pembina pramuka
- m. Ibu Heny Nuryuana Dewi, S.Pd sebagai guru/wali kelas 11
- n. Ibu Wardia Maratus, S.Pd sebagai guru
- o. Ibu Fitriana, S.Pd.I sebagai TU/bendahara madrasah
- p. Bapak Riski Fitroh Laksana Putra, S.Pd sebagai TU/operator madrasah
- q. Ibu Laila Fitrotul Aziza, S.H sebagai TU

7. Sarana dan Prasarana

Dalam dunia pendidikan suatu proses pembelajaran pastinya didukung dengan fasilitas-fasilitas yang nantinya digunakan untuk mempermudah jalannya proses pembelajaran itu sendiri, fasilitas-asilitas tersebut bisa disebut dengan sarana dan prasarana yang ada di suatu lembaga. Tanpa adanya sarana dan prasarana maka proses pendidikan akan mengalami kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.⁷⁰ MA YPIP Panjang memiliki beberapa sarana dan prasarana dalam mendukung terlaksananya proses belajar mengajar, diantaranya adanya ruang kelas untuk kegiatan belajar mengajar dengan kondisi baik, ruang kantor, ruang guru, perpustakaan, lab. Komputer, toilet guru, toilet siswa, kompuer TU, kompuer guru dan juga berbagai alat olah raga.⁷¹

B. PAPARAN DATA

1. Data tentang Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MA YPIP Panjang dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah melalui Program *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi*

Kegiatan pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini menjadi salah satu program yang diunggulkan di MA YPIP panjang

⁷⁰ Mona Novita, "Sarana dan Prasarana yang Baik Menjadi Bagian Ujung Tombak Keberhasilan Lembaga Pendidikan Islam", *Jurnal Nur El-Islam*, Vol. 4, No. 2 (2017), 98.

⁷¹ Hasil dari Data Dokumen Sarana dan Prasarana, Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 10/ D/23-3/2022.

dibanding dengan program-program lain yang ada di madrasah. Kegiatan pembelajaran Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini sendiri sudah berjalan sejak tahun 2012 lalu hingga saat ini. Kegiatan pemasaran jasa pendidikan dengan mengandalkan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng baru di terapkan kurang lebih dalam kurun waktu 4 tahun terakhir dengan alasan bahwa banyaknya jumlah pengajar *Ummi* yang sudah bersertifikat sebagai trainer *Ummi* di madrasah serta permintaan dari wali murid yang ingin melihat hasil dari kegiatan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* ini dan salah satunya melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an. Namun dengan demikian tidak semua siswa dapat mengikuti program *Tahfiz* metode *Ummi* ini, siswa yang ingin mengikuti program ini harus melewati beberapa tahap yang disediakan dan menjadi standarisasi dari *Ummi* Fondation, contoh seperti tahap jilid, kemudian melalui tahap selanjutnya yaitu tahap *ghorib* dan Al-Qur'an, baru kemudian dapat mengikuti program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, jadi meskipun program *Tahfiz* ini menjadi program unggulan serta digunakan untuk strategi pemasaran jasa pendidikan di madrasah tetap saja tidak semua siswa itu dapat begitu saja mengikuti program *Tahfiz* ini karena harus melewati tahap-tahap yang ada. Hal ini serupa dengan yang disampaikan oleh Bapak Erwin Trianto, S. Pd selaku kepala sekolah MA YPIP Panjeng:

Untuk program tahfidz tentunya untuk anaknya sendiri itu yang bisa masuk program *Tahfiz* itu ketika sudah istilahnya dari sisi bacaan dan tajwidnya itu sudah benar, kemudian kenapa jadi program unggulan di MA YPIP Panjeng ini juga tidak lepas dengan banyaknya guru pengajar Al-Qur'an yang nantinya bisa membimbing dengan baik serta ada beberapa wali murid yang menginginkan adanya program *Tahfiz* di madrasah ini dan akhirnya madrasah juga memfasilitasi permintaan wali murid tersebut dengan mengadakan program *Tahfiz* metode *Ummi* ini di madrasah. Tentunya sebelum masuk program *Tahfiz* ini juga harus melewati tahap-tahap, seperti contoh awalnya pelajaran jilid, setelah jiid lulus nanti pindah Al-Qur'an, terus kemudian *ghorib* juga harus benar tajwid juga benar baru kemudian baru bisa mengikuti program *Tahfiz* Al-Qur'an, jadi tidak semua siswa bisa masuk mengikuti program *Tahfiz* Al-Qur'an. Selain itu juga kita dibantu dengan adanya orang-orang atau pihak-pihak yang berperan penting dalam terlaksananya strategi pemasaran jasa pendidikan khususnya di program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di sini, contohnya seperti guru Al-Qur'an metode *Ummi* yang sudah mencapai tahap trainer itu yang kita andalkan untuk membimbing jalannya program *Tahfiz* disini, karena kami lembaga kami yang notabeneanya masih merupakan

lembaga umum bukan pondok jadi yang kami tawarkan dan kami pasarkan itu adalah program *Tahfiz* yang di khususkan masih dalam jangkauan juz 30 dan 29 saja.⁷²

Selain karena hal-hal tersebut, program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini juga menjadi program unggulan dalam strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng karena adanya kerja sama antara pihak madrasah dengan pihak luar yang terkait seperti halnya dari pihak *Ummi* Fondation, serta *Ummi* daerah yang turun langsung untuk menguji dan memantau setiap kegiatan yang berkaitan langsung dengan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini. Hal ini secara tidak langsung juga memberikan pandangan kepada masyarakat bahwa MA YPIP Panjeng ini tidak main-main dalam menerapkan program unggulan yang ada di madrasah. Kegiatan lainnya yang dilakukan dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini adalah dengan melakukan kegiatan *munaqosah* dan juga uji publik bagi para peserta didik yang mengikuti Program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, ini merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan nilai jual madrasah dan minat masyarakat terhadap madrasah. *Munaqosah* disini merupakan kegiatan ujian akhir dari program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini, sedangkan uji publik ini merupakan kegiatan akhir dimana para peserta didik yang mengikuti *Tahfiz* di tampilkan di atas panggung yang disaksikan oleh wali murid di MA YPIP Panjeng. Hal ini senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Abdul Aziz, S. Pd selaku Koordinator *Ummi* di MA YPIP Panjeng:

Begini, kenapa program *Tahfiz* ini menjadi unggulan karena memang kalau sekarang untuk program *Tahfiz* ini memang sudah menjadi hal lumrah, di *Ummi* sendiri Program *Tahfiz* ini bukan hanya program unggulan saja tetapi juga merupakan program lanjutan pasca khataman dan juga pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* ini. Kalau berbicara mengenai bagaimana pemasaran jasa pendidikan melalui program ini itu ya seperti kemarin yang kita mengadakan kegiatan penampilan hasil pembelajaran anak-anak atau siswa siswi ketika mereka sudah tuntas dalam mengikuti pembelajaran *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini. Namun saya tidak menyangkalnya bahwa kegiatan ini tidak semua anak yang mengikuti, artinya program ini diikuti oleh anak-anak yang

⁷² Hasil Wawancara dengan Bapak Erwin Trianto, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/15-3/2022.

memang sudah tartilnya baik dan sudah mengikuti kegiatan munaqosah. Jadi kalau siswa tartilnya belum baik dan belum mengikuti kegiatan *munaqosah* memang anak tersebut belum bisa lanjut untuk mengikuti program *Tahfiz* ini. Intinya kau untuk pemasarannya kita menggunakan setrategi uji publik agar masyarakat yang notabene wali murid itu tau bahwa di MA YPIP Panjeng itu ada program yang bagus dan berkualitas, ini juga bertujuan salah satunya untuk memperlihatkan keunggulan madrasah dan juga meningkatkan nilai jual madrasah. Kalau untuk tempatnya sendiri kita tidak mengkhususkan yang *Tahfiz* itu harus di tempat yang lebih bagus tidak, jadi semuanya kita sama ratakan hanya saja mungkin kita berikan pemetaan sesuai dengan kemampuan para siswanya.⁷³

Hal ini juga diperkuat dengan observasi yang peneliti lakukan, terbukti bahwa memang dalam memperlakukan siswa baik itu siswa yang mengikuti program *Tahfiz* atau tidak khususnya berkaitan dengan tempat dan fasilitas itu tidak ada perlakuan yang khusus bagi siswa yang mengikuti program *Tahfiz*, tetapi semua di perlakukan sama yang terpenting tempat itu bersih dan layak untuk digunakan pembelajaran *Ummi*.⁷⁴ Kegiatan pemasaran jasa pendidikan ini pun tidak hanya mengandalkan tenaga orang-orang yang ada di madrasah saja, tetapi dalam mempromosikan program *Tahfiz* ini juga dibantu dengan adanya lulusan-lulusan dari MA YPIP panjeng yang sudah mengikuti dan lulus program *Tahfiz* Al-Qur'an selama di madrasah bahkan ada juga yang sudah mendapat sertifikat sebagai pengajar atau guru Al-Qur'an metode *Ummi* dan sudah terjun langsung kedalam masyarakat dan sebagai guru di madrasah diniyah, guru pengajar Al-Qur'an di sekolah-sekolah umum, dan membentuk kegiatan pembelajaran Al-Qur'an di masjid-masjid secara mandiri dilokasi mereka masing-masing. Namun ada juga yang ditugaskan dari madrasah untuk mengajar Al-Qur'an di wilayah tertentu. Dengan begitu masyarakat yang ada di daerah-daerah tersebut akan tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan di MA YPIP panjeng. Pernyataan ini sesuai dengan keterangan yang diberikan dan dikemukakan oleh Ibu Tatik Romita, M. Pd selaku koordinator bag. Humas di MA YPIP Panjeng:

⁷³ Hasil Wawancara dengan Bapak Abdul Aziz, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 02/W/15-3/2022

⁷⁴ Hasil Observasi di Lokasi Pembelajaran *Ummi*, Lihat Transkrip Obserasi Nomor: 01/O/28-1/2022

Untuk pemasaran sendiri itu selain kita mengandalkan tenaga pengajar Ummi dari madrasah, kita juga mengandalkan lulusan-lulusan atau alumni yang sudah mengikuti dan lulus program *Tahfiz* dan sertifikasi guru Al-Qur'an metode *Ummi*, untuk di sekolah pun ada yang sudah mengikuti sertifikasi guru Al-Qur'an tetapi belum bisa maksimal karena masih sedikit dan kebanyakan dari anak kelas XII yang harus fokus untuk menempuh ujian-ujian. Untuk lulusan yang sudah mengikuti dan lulus program ini saya sendiri tidak begitu bisa mengatakan berapa jumlah persennya, tetapi saya rasa ini bisa kita jadikan sebagai strategi juga untuk memasarkan madrasah kepada masyarakat luas dengan program unggulan *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini. Kebanyakan dari mereka itu mengajar di madrasah diniyah, sekolah sekolah umum, bahkan ada salah satu lulusan yang mendirikan pembelajaran di masjid di tempatnya sekaligus merangkap jadi ta'mir masjid.⁷⁵

Berdasarkan dari hasil temuan melalui wawancara dengan beberapa informan atau narasumber, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng dalam meningkatkan nilai jual madrasah melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* adalah melalui pengadaan kegiatan penampilan hasil pembelajaran anak-anak atau siswa siswi ketika mereka sudah tuntas dalam mengikuti pembelajaran *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini dengan disaksikan wali murid, selain itu madrasah ini juga mengandalkan tenaga pengajar *Ummi* dari madrasah serta meminta bantuan kepada lulusan-lulusan atau alumni yang sudah mengikuti dan lulus program *Tahfiz* dan sertifikasi guru Al-Qur'an metode *Ummi* untuk mempromosikan madrasah dengan cara menerapkan hasil dari mengikuti kegiatan *Tahfiz Ummi* di madrasah kepada masyarakat luas khususnya anak-anak.

2. Data tentang Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MA YPIP Panjeng Melalui Program *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi*

Dalam penerapan suatu program yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan khususnya pasti mengalami banyak hal. Hal-hal tersebut dapat dijabarkan sebagai faktor-faktor yang dapat menjadi pendukung terlaksananya strategi pemasaran jasa atau bahkan menjadi faktor penghambat bagi berlangsungnya strategi pemasaran

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Tatik Romita, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-3/2022

jasa pendidikan itu sendiri, tak terkecuali dengan penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng yang juga terdapat banyak faktor-faktor pendukung dan penghambat selama penerapannya. Berikut ini adalah bentuk dari faktor-faktor baik pendukung maupun penghambat penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* yang dikemukakan oleh responden atau narasumber. Dalam wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Erwin Trianto, S. Pd selaku kepala sekolah MA YPIP Panjeng menuturkan pernyataan sebagai berikut:

Untuk faktor pendukung di madrasah kita banyak terutama untuk dikelas Al-Qur'annya sendiri itu kita memiliki banyak trainer yang ada di sini sehingga ketika untuk pelajaran ataupun melakukan proses pembelajaran Al-Qur'an ini kita tidak merasakan yang namanya kekurangan tenaga pengajar dan juga tidak ada kekhawatiran terhadap kualitas siswa siswi yang belajar Al-Qur'an disini. Kalau untuk pemasarannya sendiri disini kita juga memiliki banyak tenaga-tenaga muda yang tentunya diperlukan karena mereka masih memiliki daya tahan tubuh yang lebih baik serta lebih enerjik untuk melakukan pemasaran di luar madrasah serta banyak ide-ide baru yang di keluarkan yang tentunya mengikuti perkembangan jaman dan juga minat masyarakat luas sehingga pemasaran jasa pendidikan melalui program ini juga dapat terlaksana dengan lebih maksimal. Kalau untuk faktor penghambatnya itu kita kan juga punya kurikulum dari negara yang harus kita ikuti, sehingga untuk penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan pun juga terbatas waktu yang sudah ditetapkan. Kita juga tidak bisa mengindahkan aturan kurikulum dari negara untuk dialihkan kedalam program *Tahfiz* sepenuhnya.⁷⁶

Sedangkan menurut penuturan dari koordinator bag. Humas di MA YPIP Panjeng yakni Ibu Tatik Romita, M. Pd menjelaskan cukup banyak mengenai apa saja faktor pendukung dan penghambat dari penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* metode *Ummi* ini, berikut adalah pernyataan beliau:

Kalau dari saya sendiri untuk faktor pendukung dari penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* metode *Ummi* ini tadi ya tidak lepas dari banyaknya jumlah trainer *Ummi* yang ada di madrasah serta untuk sekarang banyak sekolah-sekolah dasar sederajat yang justru menggunakan metode belajar Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini. Misalnya saja seperti dari MI, SD, meskipun dari SD yang notabeneanya bersifat umum tetapi kebanyakan dari siswa siswinya pun sudah belajar metode *Ummi* ini di Madrasah Diniyah mereka masing-masing. Jadi mereka sudah

⁷⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Erwin Trianto, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/15-3/2022.

memiliki bekal dan sudah merasakan bagaimana belajar Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini, hal ini juga memberikan peluang besar serta kemantaban bagi kami selaku warga MA YPIP Panjeng ini untuk menerapkan program *Tahfiz* metode *Ummi* ini sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan yang kami rasa akan berjalan dengan sangat baik. jadi para siswa siswi calon murid baru di MA YPIP Panjeng ini mereka tinggal melanjutkan apa yang sudah mereka pelajari selama mereka sekolah di MI ataupun di SD berkaitan dengan metode *Ummi* ini tadi, bahkan mereka pun di MI dan SD juga sudah diajarkan hafalan-hafalan yang nantinya akan digunakan pada saat melanjutkan ketahapan-tahapan yang berikutnya di metode *Ummi*. Untuk faktor penghambatnya sendiri itu kembali lagi dari siswa siswi calon murid baru yang akan masuk ke madrasah MA YPIP Panjeng ini, karena tidak semua sekolah mengajarkan metode *Ummi* ini dan itu berpengaruh kepada mood anak untuk belajar Al-Qur'an yang biasanya namanya anak/remaja pasti inginnya hanya bermain saja. Selain itu juga ada sebagian wali murid yang kurang setuju dengan penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sebagai program unggulan di madrasah, karena wali murid ada yang menganggap bahwa program *Tahfiz* ini tidak semua siswa bisa untuk merasakan dan mengikuti program ini, mereka juga beranggapan bahwa masih banyak program yang lebih bisa dirasakan para siswa siswi secara merata untuk di jadikan program unggulan. Hal ini juga merupakan faktor penghambat juga bagi kami untuk menerapkan program *Tahfiz* ini sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan kami.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara dan pernyataan-pernyataan dari responden atau narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa mengingat banyak sekali faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini. Ada beberapa faktor pendukung bagi madrasah untuk menerapkan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan diantaranya adalah memiliki banyak trainer yang ada di MA YPIP Panjeng, sehingga madrasah tidak ragu lagi untuk menerapkan program *Tahfiz* ini sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan, mempunyai banyak tenaga muda dan dibentuk tim untuk memasarkan program unggulan yang ada di MA YPIP panjeng ini dengan mengikuti perkembangan jaman sehingga banyak alon siswa siswi yang tertarik untuk mendarat ke madrasah, banyak sekolah-sekolah dasar sederajat yang menggunakan metode belajar Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi*, Jadi siswa siswi sudah memiliki bekal dan sudah

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Tatik Romita, Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-3/2022

merasakan bagaimana belajar Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini. Ada juga faktor penghambat penerapan program *Tahfiz* metode *Ummi* sebagai pemasaran jasa pendidikan adalah dalam penerapannya harus tetap mengikuti Kurikulum yang ada sehingga untuk penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan pun juga terbatas waktu yang sudah ditetapkan, program *Ummi* juga tidak tirasakan semua calon siswa siswi serta untuk program *Tahfiz* tidak bisa diikuti semua siswa, hanya siswa tertentu dan sudah mengikuti tes saja yang bisa masuk kedalam kelas *Tahfiz*. Hal ini memberikan statement kepada wali murid bahwa program *Tahfiz* ini tidak bisa dijadikan program unggulan di madrasah karena tidak semua siswa siswi bisa merasakan dan mengikuti program tersebut, wali murid beranggapan bahwa masih banyak program lain yang dapat dijadikan sebagai program unggulan di MA YPIP panjang ini.

C. PEMBAHASAN

1. Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MA YPIP Panjang dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah melalui Program *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi*

Dalam dunia pendidikan tentunya tidak asing lagi dengan istilah pemasaran jasa pendidikan, dimana pemasaran jasa pendidikan itu sendiri merupakan salah satu komponen penting yang ada dalam dunia pendidikan. Strategi pemasaran jasa pendidikan biasanya erat kaitannya dengan kegiatan yang dilakukan suatu lembaga dalam memasarkan keunggulan lembaganya, baik berupa produk ataupun program-program yang ada di sekolah. Seperti halnya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini yang merupakan salah satu program unggulan di MA YPIP Panjang yang masuk kedalam strategi pemasaran jasa pendidikan dalam rangka meningkatkan nilai jual madrasah tersebut. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam hasil temuan pada paparan data di atas, implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz*

Al-Qur'an metode *Ummi* ini dapat berjalan dengan baik karena adanya penerapan tujuh point atau tujuh unsur dalam strategi pemasaran jasa pendidikan. Hal ini sesuai dengan teori tentang unsur penting yang ada dalam strategi pemasaran jasa pendidikan menurut pendapat Imam Machali dan Ara Hidayati.

Dari pemaparan di atas, adapun bentuk dari implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* untuk meningkatkan nilai jual madrasah dengan menggunakan tujuh unsur yang dikenal dengan istilah 7P adalah sebagai berikut:

a. *Product* (produk)

Produk dapat diartikan sebagai sesuatu atau segala hal yang ditawarkan kedalam pasar dimana produk bertujuan untuk di perhatikan, dipakai, dimiliki dan dikonsumsi untuk memenuhi hasrat dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan teori yang ada produk yang dimaksudkan dalam unsur ini adalah berupa produk jasa pendidikan, yakni segala sesuatu yang ditawarkan ataupun diberikan oleh lembaga kepada konsumen.⁷⁸ Sekolah dikatakan baik apabila dalam penerapannya produk terdapat reputasi pendidikan yang cukup tinggi, prospek yang baik bagi siswa yang telah lulus, serta variasi pilihan berbagai program yang beragam sehingga siswa dapat memilih bidang yang memang menjadi keinginan dan sesuai kemampuan mereka masing-masing.

Keunggulan di MA YPIP Panjeng ini adalah menawarkan banyak produk yang dapat dipilih oleh para calon siswa, seperti banyaknya program-program yang memang sudah disediakan oleh pihak lembaga bagi para siswanya. Akan tetapi tidak semua program dapat dijadikan menjadi program unggulan. Dalam hal ini karena banyaknya program yang ada di MA YPIP panjeng peneliti hanya berfokus kepada

⁷⁸ Amiruddin, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam* . 46.

program *Tahfiz* metode *Ummi* yang menjadi salah satu program unggulan yang juga termasuk kedalam strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng.

Program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sendiri dapat dikatakan sebagai program yang lebih ditonjolkan dari pada program-program lainnya, atau dengan kata lain program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini adalah produk andalan dan menjadi ciri khas yang melekat pada diri madrasah ini. Hal tersebut juga menjadi sesuatu yang menarik untuk dipertimbangkan pihak sekolah dengan menjadi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng karena dalam penerapannya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini berbeda dengan *Tahfiz* Al-Qur'an yang ada di luar atau di lain tempat, bisa juga dikatakan bahwa program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini dianggap istimewa.

Hal ini selaras dengan pengertian *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, Program *Tahfiz* metode *Ummi* adalah program yang di sediakan oleh lembaga *Ummi* Fondation yang berada khusus dalam kelas *Tahfiz* serta menjadi suatu wadah bagi orang-orang yang ingin menjadi penghafal Al-Qur'an. Program *Tahfiz* Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummi* ini bisa dikatakan sedikit berbeda dari program *Tahfiz* Al-Qur'an dengan menggunakan metode lain. Perbedaan tersebut terletak pada kegiatan dan juga standarisasi hafalan para peserta didik, dimana peserta didik tidak hanya di tuntun untuk menghafalkan surat-surat Al-Qur'an saja melainkan juga diperhatikan dalam hal kefasihan, ketepatan pelafalan huruf dan tajwid disetiap ayat yang dihafalkan.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa adanya strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini dilator belakangnya oleh keistimewaan yang ada pada program tersebut dan dirasa lain dari program *Tahfiz* yang ada di luar ataupun di tempat lain dan diharapkan dapat meningkatkan nilai jual madrasah dikalangan masyarakat luas.

b. *Price* (harga)

Penentuan harga dalam sebuah strategi pemasaran jasa pendidikan tentunya berjalan sejajar dengan dengan mutu produk yang ditawarkan oleh lembaga, semakin baik mutu dan kualitas produk yang ditawarkan di suatu lembaga maka calon siswa juga akan semakin berani untuk membayar tinggi dengan batasan masih dalam taraf normal jangkauan didunia pendidikan. Dalam hal ini akan ada harga yang perlu dibayarkan kepada suatu lembaga terkait dengan jasa pendidikan yang sudah diberikan. Misalnya dengan biaya SPP, uang gedung, biaya praktikum dan lain-lain.⁷⁹ Di MA YPIP Panjeng ini dalam menentukan harga untuk produk-produk jasa yang ditawarkan di lembaganya bisa dibidang sangat memperhatikan sasaran yang ingin dicapainya, seperti contoh tetap memperhatikan keadaan dari calon siswa sebagai konsumen pendidikan serta dengan tetap menjaga kualitas lembaga agar tidak kalah saing dengan lembaga lain sebagai kompetitor.

Program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini khusus selama proses pembelajaran hingga pada saat nanti siswa itu dinyatakan layak dan lulus untuk mengikuti program *Tahfiz* tidak dikenakan biaya khusus, tetapi dari pihak sekolah tetap memberlakukan kebijakan uang SPP sebesar Rp. 50.000 perbulannya. Dengan kata lain siswa siswi yang ingin mengikuti program *Tahfiz* metode *Ummi* ini tidak dikenakan biaya khusus atau biaya itu sudah termasuk kedalam kebijakan SPP yang dibuat madrasah. Namun setelah siswa siswi dinyatakan lulus dari pembelajaran dan dinyatakan layak mengikuti program *Tahfiz* akan ada biaya yang dikeluarkan untuk acara *Khataman* dan *Imtihan*, karena biaya tersebut tidak berkaitan langsung dengan lembaga atau madrasah, tetapi langsung berkaitan dengan pihak *Ummi* Fondation.

⁷⁹ Ibid, 47.

Dengan pernyataan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini diberlakukan dengan tanpa adanya biaya khusus di dalamnya, karena untuk proses pembelajaran *Ummi* ini sudah termasuk kedalam kebijakan SPP yang diterapkan oleh pihak lembaga madrasah.

c. *Place* (Lokasi)

Dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini juga dipengaruhi oleh letak geografis dari lembaga atau madrasah nya itu sendiri. Lokasi atau letak madrasah MA YPIP Panjeng yang notabene nya berada di desa memang untuk jaman dahulu itu sangat berpengaruh kepada sukses nya pelaksanaan strategi pemasaran jasa yang ada di madrasah ini. Namun dengan seiring berkembang nya zaman MA YPIP Panjeng ini dapat membuktikan bahwasanya letak atau lokasi yang berada di desa dan jauh keberadaannya dari jalan raya itu tidak menjadi sebuah alasan untuk terus berinovasi dan berkontribusi penuh dalam dunia pendidikan.

Dengan diterapkannya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini menjadikan letak atau lokasi dari MA YPIP panjeng yang berada di desa bukan menjadi sebuah penghalang untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan nilai jual madrasah di mata masyarakat. Terlebih lagi di zaman sekarang orang tua lebih mengedepankan untuk memilih mana madrasah atau sekolah yang benar-benar mereka sukai, mereka butuhkan dan mereka percayai untuk mendidik calon siswa siswi. Namun ada kelebihan dibalik semua hal yang telah disampaikan, meskipun berada di desa namun letak atau lokasi dari MA YPIP Panjeng ini terbilang sangat strategis karena berada di tengah-tengah masyarakat banyak dan termasuk tokoh-tokoh dari para pendiri madrasah itu sendiri, selain itu jangkauan atau akses menuju madrasah sangatlah mudah serta ketersediaan alat transportasi antar jemput bagi

siswa dengan jarak rumah cukup jauh yang telah disediakan oleh madrasah, tentunya dapat dijadikan pertimbangan bagi siswa yang ingin mendaftar karena didukung dengan jalan yang lebar dan beraspal.

Dalam hal ini sesuai dengan teori yang ada, maka erat kaitannya dengan lokasi atau letak lembaga pendidikan itu berada, tentunya dengan jalus atau akses yang mudah untuk dijangkau kendaraan umum.⁸⁰ Dari temuan peneliti juga menjelaskan bahwa siswa juga akan lebih mengutamakan lokasi yang mudah dijangkau kendaraan umum atau adanya fasilitas alat transportasi dari sekolah berupa bus sekolah atau semacamnya. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi dan menentukan pilihan mereka.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan menjadi faktor penentu bagi keberhasilan pemasaran jasa pendidikan, meskipun produk yang ditawarkan itu sangat bagus dan menarik atau bahkan dengan harga yang terjangkau sekalipun, apabila tidak didukung dengan promosi yang baik dan terencana dengan matang sehingga konsumen pendidikan belum bisa mendengar dan percaya dengan produk yang ditawarkan oleh sekolah maka konsumen juga tidak akan pernah menggunakan jasa yang ditawarkan oleh lembaga sekolah dan akan lebih berfikir jika ingin bergabung dalam suatu lembaga tersebut.⁸¹

Promosi yang dilakukan oleh MA YPIP Panjeng ini dikemas dengan sangat menarik dan bisa dirasakan oleh masyarakat dengan jaringan yang terbilang cukup luas. Dalam mempromosikan program unggulan khususnya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini MA YPIP Panjeng bekerja sama dengan pihak *Ummi* Fondation untuk mengadakan acara khataman, imtihan dan juga uji publik yang tentunya disaksikan oleh masyarakat luas serta wali murid. Tidak cukup sampai

⁸⁰ Ibid, 48.

⁸¹ Ibid, 49.

disitu saja, MA YPIP Panjeng ini juga mengajak para alumni untuk mempromosikan madrasah melalui kegiatan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* di madrasah, sekolah, masjid dan tempat-tempat tertentu.

Cara ini dirasa bisa diandalkan karena dengan alasan para alumni yang notabeneanya setelah lulus dari madrasah mereka telah siap untuk ditugaskan mengajarkan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* di daerah tertentu atau daerahnya masing-masing dengan konsep yang menarik serta religius.

e. *People* (sumber daya manusia)

Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan proses yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan sesuatu hal yang diinginkan melalui penciptaan sebuah penawaran, pertukaran berupa barang ataupun jasa yang berlaku dalam dunia pendidikan. Namun dengan diterapkannya strategi pemasaran jasa pendidikan tentunya tidak akan pernah berjalan tanpa adanya tenaga kerja atau sumber daya manusia ahli yang langsung andil dalam proses pemasaran jasa pendidikan tersebut.

Seperti halnya di MA YPIP Panjeng ini dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan ini banyak orang-orang yang berperan penting untuk mensukseskan jalannya pemasaran jasa pendidikan di madrasah. Dalam konteks pemasarannya sendiri itu ada banyak tenaga pendidik dan kependidikan yang bekerja keras dalam merancang dan membentuk strategi pemasaran jasa pendidikan dengan memasukkan program-program unggulan yang ada di madrasah dan bertujuan untuk menarik minat masyarakat serta meningkatkan nilai jual madrasah, selain itu banyak juga tenaga-tenaga muda yang pada akhirnya dibentuk sebuah grub untuk menaungi para tenaga muda ini berupa tim PPDB karena tenaga mereka dirasa masih bisa diandalkan sepenuhnya untuk melakukan sosialisasi dari sekolah kesekolah.

Sedangkan untuk strategi pemasaran jasa melalui program *Tahfiz* metode *Ummi* ini sendiri ada sumber daya manusia yang berpengaruh besar didalamnya,

seperti banyaknya guru pengajar Al-Qur'an di MA YPIP panjang yang sudah menapai tahap trainer, kemudian adanya kerjasama dengan pihak *Ummi* Fondation yang nantinya juga sangat berpengaruh kepada meluasnya jangkauan pemasaran jasa pendidikan bagi MA YPIP panjang.

Hal ini selaras dengan teori yang ada serta berdasarkan dari pengamatan dan analisis dari peneliti sendiri, bahwa *people* atau sumber daya manusia sangat berperan penting bagi strategi pemasaran jasa pendidikan karena semua pelaku memainkan peranan dalam sebuah penyajian jasa pendidikan sehingga dapat mempengaruhi persepsi atau pandangan para konsumen dalam dunia pendidikan. Secara sederhana sumber daya manusia adalah orang yang ikut berpartisipasi dalam semua proses penyampaian jasa pendidikan lembaga.⁸²

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa di MA YPIP Panjang memiliki banyak sumber daya manusia yang ahli dan handal dibidang strategi pemasaran jasa pendidikan, terbukti dengan adanya tenaga-tenaga muda yang semangat, guru pengajar Al-Qur'an yang sudah menapai tahap trainer, serta pihak-pihak terkait dengan program *Tahfiz* metode *Ummi*.

f. *Phisycal evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik lembaga merupakan komponen inti yang mempengaruhi keberlangsungan suatu lembaga.⁸³ Dalam upaya memasarkan produk berupa program *Tahfiz* metode *Ummi* di MA YPIP panjang ini tentunya tidak lepas dengan adanya sarana dan prasaran yang disiapkan oleh pihak madrasah untuk mendukung terlaksananya program *Tahfiz* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan. Sarana dan prasarana ini secara tidak langsung juga turut membantu dan mempengaruhi konsumen pendidikan untuk memilih menggunakan produk jasa yang ditawarkan atau tidak.

⁸² Ibid, 50.

⁸³ Ibid, 51.

Ada banyak sarana dan prasarana yang ditawarkan MA YPIP Panjeng ini untuk mendukung terlaksananya program *Tahfiz* Al-Qur'an sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan, seperti tersedianya gedung yang terdiri dari kelas-kelas untuk menampung dan mendukung proses pembelajaran siswa siswi di MA YPIP Panjeng, tidak hanya itu ruang-ruang kelas ini juga digunakan untuk proses pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* selama tiga hari berturut-turut disetiap paginya. Kemudian dengan direalisasikannya pembangunan masjid pribadi milik sekolah yang selain digunakan untuk melaksanakan sholat sunnah dan wajib seara berjamaah juga digunakan untuk memfasilitasi tempat bagi para siswa saat pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi*.

Pernyataan tersebut didukung dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan lokasi atau tempat yang digunakan untuk proses pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi*. Untuk mendukung program pembelajaran *Ummi* dan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* madrasah bekerja sama dengan pihak *Ummi* Fondation untuk memenuhi fasilitas berupa buku jilid, buku *ghorib* dan juga alat peraga berupa kitab besar yang digunakan untuk membuat siswa siswi bisa membaca bacaan di *Ummi* secara bersama-sama. Selain fasilitas berupa buku jilid dan alat peraga fasilitas yang disediakan oleh madrasah adalah termasuk pengajar atau guru *Ummi* yang berkompeten, handal dan profesional untuk membimbing siswa siswi dalam pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* hingga nantinya siswa siswin dinyatakan lulus dan layak untuk mengikuti program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.

Dari hasil temuan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng ini didukung dengan banyaknya sarana dan prasarana yang memadai, dari mulai gedung yang terdiri dari ruang-ruang kelas, masjid pribadi yang dibangun

pihak sekolah, serta fasilitas-fasilitas pendukung bagi proses pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* seperti buku jilid, buku *ghorib*, alat peraga dan juga guru pengajar Al-Qur'an yang berkompeten, handal dan profesional di bidangnya.

g. *Process* (proses).

Proses merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dalam serangkaian aktifitas dengan tujuan untuk menyampaikan jasa pendidikan dari tangan produsen kepada konsumen.⁸⁴ Kualitas dari semua elemen yang ada dalam strategi pemasaran jasa pendidikan menjadi penentu keberhasilan proses dalam merekrut pelanggan atau konsumen pendidikan. Proses strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* metode *Ummi* di MA YPIP panjang ini berawal dari kegiatan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* yang telah ada di MA YPIP Panjang sejak tahun 2014.

Seiring berjalannya waktu kegiatan pembelajaran Al-Qur'an menggunakan metode *Ummi* ini semakin berkembang dan banyak dari siswa siswi yang sudah dinyatakan lulus dari pembelajaran Al-Qur'an. Namun pembelajaran tersebut dirasa masih kurang lengkap tanpa adanya program lanjutan yang mendukung siswa siswi yang telah dinyatakan lulus tersebut. Program pendukung tersebut berupa program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* dan sertifikasi guru Al-Qur'an metode *Ummi*. Program tersebut tidak serta merta diadakan begitu saja oleh pihak madrasah, tetapi selain memang program lanjutan dari pembelajaran *Ummi* yang sudah selesai banyak juga dari wali murid yang menginginkan adanya *Tahfiz* Al-Qur'an di MA YPIP Panjang.

Sedangkan untuk proses penerapan pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* metode *Ummi* ini adalah dengan mengadakan *munaqosah* bagi siswa siswi yang telah dinyatakan lulus dari pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi*,

⁸⁴ Ibid, 52.

kemudian dilanjutkan dengan mengadakan acara *khataman*, *imtihan* dan uji publik yang disaksikan oleh masyarakat dan wali murid.

Pernyataan tersebut juga didukung dengan observasi yang dilakukan peneliti pada pelaksanaan kegiatan khataman, imtihan dan uji publik program *Tahfiz* metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng.

Dengan menganalisis hasil temuan di atas serta berdasarkan data informasi yang diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an di MA YPIP Panjeng dilakukan dengan kegiatan yang menarik dan memiliki cakupan pemasaran yang luas, menerapkan unsur-unsur strategi pemasaran jasa yang digabungkan dan diolah sedemikian rupa sehingga menjadi pemasaran jasa pendidikan yang terstruktur dengan baik.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan di MA YPIP Panjeng melalui Program *Tahfiz* Al-Qur'an Metode *Ummi*

Dalam melaksanakan atau menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai jual madrasah di mata masyarakat tentunya akan menghadapi atau menemui faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik berupa faktor pendukung maupun faktor penghambat implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan. Dalam strategi pemasaran jasa pendidikan, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi penerapannya. Namun dalam penelitian ini peneliti menemukan perbedaan antara teori dengan apa yang ada di tempat penelitian.

Dari keterangan di atas dan juga berdasarkan temuan yang diperoleh maka faktor terjadinya pemasaran pendidikan akan dibagi kembali menjadi dua faktor, yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat pemasaran jasa pendidikan. Seperti halnya yang terjadi di MA YPIP Panjeng ini banyak sekali faktor-faktor pendukung dan penghambat yang di alami pada saat penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan

melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, diantara faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng ini adalah sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

- 1) Banyaknya tenaga pendidik atau guru Al-Qur'an metode *Ummi* yang ada di madrasah. Dalam hal ini pihak madrasah utamanya kepala madrasah benar-benar terbantu dengan adanya tenaga pendidik atau guru yang merangkap sebagai guru pengajar Al-Qur'an metode *Ummi* yang mayoritas sudah dalam tahap trainer di metode *Ummi*. Dengan alasan tersebutlah pihak madrasah berani untuk memutuskan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sebagai program unggulan yang ada di MA YPIP Panjeng dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat, meningkatkan kualitas madrasah dan meningkatkan nilai jual madrasah di mata masyarakat luas.
- 2) Banyaknya tenaga muda yang berkontribusi di dalam madrasah, dengan adanya banyak tenaga muda di madrasah ini memberikan dampak yang begitu baik bagi strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP panjeng. Karena para tenaga muda ini dianggap memiliki tenaga yang lebih banyak dan enerjik dalam memasarkan produk-produk yang ada di madrasah. Tidak hanya itu para tenaga muda ini juga mampu menciptakan inovasi-inovasi baru dan mengikuti perkembangan zaman dalam mempromosikan madrasah, sehingga banyak siswa siswi calon peserta didik yang tertarik untuk mencari tau lebih dalam tentang madrasah dan mau menggunakan jasa yang ditawarkan.
- 3) Adanya lulusan yang siap mengajar Al-Qur'an serta berkepribadian religius, selain memiliki banyak tenaga pengajar Al-Qur'an dan tenaga muda yang berkontribusi penuh faktor pendukung strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP panjeng ini juga didukung oleh para lulusan yang telah lulus program

Tahfiz Al-Qur'an dan sertifikasi guru Al-Qur'an metode *Ummi*. Madrasah mencoba untuk merangkul seluruh lulusan atau alumni yang sekiranya bisa dan mampu untuk mengajarkan Al-Qur'an metode *Ummi* kepada masyarakat. Banyak juga lulusan yang sudah mengajar di madrasah ibtidaiyah, madrasah diniyah, sekolah umum, bahkan ada juga yang mengajar ngaji di masjid sekaligus merangkap menjadi ta'mir masjid. Dengan seperti itu masyarakat bisa tau kalau lulusan dari MA YPIP Panjeng ini tidak hanya bisa langsung bekerja, tetapi juga mampu untuk mengajarkan ilmu-ilmu agama, terutama mengadakan pembelajaran Al-Qur'an.

Pernyataan diatas sesuai dengan teori yang ada dan menyatakan bahwa ada beberapa faktor pendukung dalam strategi pemasaran jasa pendidikan pada suatu madrasah atau lembaga, yaitu:

- 1) Sekolah berada dibawah naungan yayasan yang berdiri sendiri
- 2) Memiliki suatu segmen yang jelas
- 3) Suatu kepercayaan yang ada pada masyarakat dan alumni yang tergolong masih tinggi kepada sekolah atau madrasah.
- 4) Lokasi sekolah atau masrasah yang strategis dan seara fisik lebih dekat dengan lingkungan masyarakat.

Berdasarkan keterangan dari faktor pendukung strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini dapat peneliti simpulkan bahwa dengan adanya banyak tenaga guru pengajar Al-Qur'an yang ada di dalam madrasah dan sudah menempuh tahap trainer dalam metode *Ummi*, sehingga para guru pengajar Al-Qur'an ini mampu untuk mengawasi, membimbing dan mengajarkan Al-Qur'an dengan menggunakan metode *Ummiy* ini hingga siswa siswi mencapai tahap siap untuk melanjutkan ke program *Tahfiz*. Adanya tenaga muda yang berkontribusi secara penuh untuk madrasah, sehingga dalam penerapan strategi

pemasaran pendidikan ini bisa berjalan lebih maksimal karena tenaga muda yang dirasa lebih kuat, enerjik dan mampu menciptakan inovasi-inovasi baru dalam memasarkan madrasah sehingga mampu menarik minat masyarakat dan meningkatkan nilai jual madrasah dimata masyarakat. Adanya lulusan yang siap mengajarkan Al-Qur'an dan berkepribadian religius, sehingga masyarakat bisa secara langsung melihat hasil dari lulusan MA YPIP panjang yang tidak hanya siap bekerja tetapi juga mampu mengajarkan nilai-nilai agama terutama pembelajaran Al-Qur'an pada masyarakat luas.

b. Faktor Penghambat

- 1) Terbatas waktu dan aturan kurikulum, dalam penerapannya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sedikit terhambat dengan adanya kurikulum dari negara yang harus di ikuti, sehingga untuk penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan pun juga terbatas waktu yang sudah ditetapkan. Pihak madrasah pun juga tidak bisa mengindahkan aturan kurikulum dari negara untuk dialihkan kedalam program *Tahfiz* sepenuhnya. Dengan kata lain pihak madrasah harus bisa mengatur waktu untuk memberikan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* ini terutama untuk program *Tahfiz*.
- 2) Kurang adanya kepercayaan dari masyarakat, ada sebagian wali murid yang kurang setuju dengan penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini sebagai program unggulan di madrasah, karena wali murid menganggap bahwa program *Tahfiz* ini tidak semua siswa bisa untuk merasakan dan mengikuti program ini, mereka juga beranggapan bahwa masih banyak program yang lebih bisa maksimal jika diterapkan dan dirasakan para siswa siswi secara merata untuk di jadikan program unggulan daripada program *Tahfiz* Al-Qur'an ini.
- 3) Kemampuan dan mood anak yang sering berubah, hal ini kembali lagi dari siswa siswi calon murid baru yang akan masuk ke madrasah MA YPIP Panjang ini, karena tidak semua sekolah mengajarkan metode *Ummi* ini dan itu berpengaruh

kepada mood anak untuk belajar Al-Qur'an yang biasanya anak/remaja pasti cenderung memiliki keinginan untuk bermain, liburan dan mencari hiburan. Selain itu juga tidak semua siswa mampu untuk mencapai ketahap *Tahfiz* karena kemampuan yang kurang dari teman-teman mereka yang sudah mencapai *Tahfiz*.

Berdasarkan dari pernyataan di atas terkait dengan faktor penghambat penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* di MA YPIP Panjeng ini dapat peneliti simpulkan bahwa waktu dan aturan kurikulum menjadai salah satu penghambat penerapan strategi pemasaran pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, karena dari pihak sekolah tidak mungkin untuk mengindahkan aturan kurikulum dari pemerintah dan merubahnya menjadi pembelajaran *Tahfiz* seluruhnya. Ada sebagian masyarakat yang masih belum peraya sepenuhnya dengan program yang ditawarkan masyarakat, karena program *Tahfiz* Al-Qur'an ini tidak bisa diikuti oleh seluruh siswa dan mereka wali murid beranggapan bahwa masih banyak program lain yang bisa ijadikan program unggulan madrasah yang lebih bisa dirasakan semua siswa. kemampuan dan mood siswa yang sering berubah juga merupakan salah satu faktor penghambat jalannya program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* ini.

Namun dengan adanya faktor pengambat tersebut dari piak lembaga telah memiliki cara atau solusi yang digunakan. Solusi yang pertama berkaitan dengan kurangnya waktu dalam penerapan strategi pemasaran jasanya yaitu dengan cara memberikan jam khusus untuk pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* yang dilaksanakan setiap pagi sebelum kegiatan belajar mengajar dilakukan. Kemudian solusi yang kedua untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat maka lembaga selalu mengadakan acara khusus bagi para peserta didik yang mengikuti program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* yaitu berupa acara kahataman, imtihan dan uji publik dimana dalam acara tersebut dihadiri oleh masyarakat dan juga wali murid. Solusi selanjutnya

berkaitan dengan kemampuan dan mood peserta didik madrasah menggunakan ara dengan mengelompokkan peserta didik sesuai dengan kemampuannya berdasarkan jilid serta melaksanakan kegiatan pembelajaran Al-Qur'an metode *Ummi* diruang kelas yang nyaman dan tidak jarang dilakukan di luar ruangan.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari pembahasan dan analisis data pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* untuk meningkatkan nilai jual madrasah, MA YPIP Panjeng menggunakan dan menggabungkan tujuh unsur bauran pemasaran. Hal ini berdasarkan teori dari Imam Machali dan Ara Hidayati yang juga dikenal dengan istilah 7P, yaitu berupa program *Tahfiz* sebagai produk yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau, didukung dengan lokasi sekolah yang bisa diakses dengan mudah. Promosi yang dilakukan lembaga dikemas secara menarik dengan sumber daya manusia yang berkompeten dibidangnya. Terdapat pula bukti fisik berupa sarana dan prasarana yang mendukung serta didasari dengan proses yang baik dan terstruktur dalam pemasaran jasa pendidikannya. Kegiatan pemasaran komunikasi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh madrasah adalah berupa pemasaran secara langsung dan pemasaran tidak langsung.
2. Adanya faktor pendukung dan penghambat dari implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*, diantaranya sebagai berikut:
 - a. Faktor Pendukung
 - 1) Banyaknya tenaga pendidik atau guru Al-Qur'an metode *Ummi* yang ada di madrasah.
 - 2) Banyaknya tenaga muda yang berkontribusi di dalam madrasah yang menguntungkan pihak madrasah.
 - 3) Adanya lulusan yang siap mengajar Al-Qur'an serta berkepribadian religius.

- 4) Lokasi madrasah yang strategis dan berada di sekitar lingkungan masyarakat.
- 5) Harga yang ditawarkan oleh madrasah relative murah dan terjangkau bagi calon peserta didik dan dapat menjadi pertimbangan bagi para wali murid.

b. Faktor Penghambat

- 1) Adanya keterbatasan waktu dalam penerapan program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MA YPIP Panjeng karena harus tetap mengikuti aturan kurikulum dari pemerintah.
- 2) Kurang adanya kepercayaan dari masyarakat karena sebagian wali murid ada yang kurang setuju dan beranggapan bahwa program *Tahfiz* ini tidak semua siswa bisa untuk merasakan dan mengikuti program ini.
- 3) Terhalang oleh kemampuan dan mood peserta didik yang sering berubah-ubah. karena tidak semua sekolah mengajarkan metode *Ummi* ini dan itu berpengaruh kepada mood anak untuk belajar Al-Qur'an yang biasanya anak/remaja pasti cenderung memiliki keinginan untuk bermain, liburan dan mencari hiburan.

B. SARAN

Sehubungan dengan hasil penelitian dan juga kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengajukan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi lembaga yang telah menjadi objek dan tempat penelitian, yaitu di MA YPIP Panjeng. Adapun saran yang disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Program-program unggulan di MA YPIP Panjeng ini sudah berjalan sangat sistematis dan baik terutama pada program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi* yang setiap tahunnya selalu mengkhawatirkan banyak siswa siswi yang ada disana, dan alangkah baiknya jika pihak marasah terus melakukan inovasi-inovasi untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan nilai jual madrasah, serta tetap mempertahankan program yang sudah berjalan dengan sukses.

2. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan konsumen pendidikan berupa masyarakat, wali murid, para alumni agar madrasah ini mendapatkan kepercayaan yang lebih.
3. Menambahkan program-program baru di madrasah agar siswa siswi dapat mengikutinya sesuai dengan kemampuan dan minat mereka.
4. Bagi peneliti sendiri, semoga dapat memberikan inovasi dan pandangan baru untuk membantu madrasah dalam merealisasikan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui program *Tahfiz* Al-Qur'an metode *Ummi*.



DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Azhari, Naufal. “Pengaruh Metode Ummi Terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur’an pada Santri di TPQ Al Hikmah Bandar Lampung”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2019.
- Basuki. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutikaprio, 2016.
- Faizin, Imam, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, *Jurnal Madaniyah*”, Vol. 7, No. 2, 2017, 262.
- Fathurrochman, Irwan, dkk, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas”, *Jurnal ISEMA*, Vol. 6, No. 1, 2021, 2.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Hadinata, Sumarlin. “Implementasi Pembelajaran Al-Qur’an dengan Metode Ummi terhadap Kemampuan Membaca Al-Qur’an bagi Anak Usia 7-13 Tahun di Desa Teniga Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara, *Ta’dib*, Vol. 19, No. 1, 2021, 70.
- Handayani, Fiky. “Program Tahfidz Al Qur’an dalam Membentuk Karakter Siswa di SDIT Al Bhasirah Palopo”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, 2021.
- Hasunah, Umi dan Alik Roichatul Jannah. “Implementasi Metode Ummi dalam Pembelajaran Al Qur’an pada Santri di Pondok Pesantren Salafiyah Al-Mahfudz Seblak Jombang”, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1, No. 2, 2017, 168.
- Hidayah, Nurul. “Strategi Pembelajaran Tahfid Al Qur’an di Lembaga Pendidikan”, *Jurnal Ta’allum*, Vol. 4, No. 1, 2016, 66.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Semarang: Toha Putra, 1989), 122.
- Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden”, *Jurnal El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2, 2015, 164.
- Khasanah, Nur Khikmatul. “Strategi Pemasaran Produk Tahfidz Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal)”. Skripsi, Uniersitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019.

- Kirom, Askhabul. "Peran Guru dan Peserta Didik dalam Proses Pembelajaran Berbasis Multikultural". *Jurnal Al-Murabbi*, Vol. 3, No. 1, 2017, 69.
- Liansyah, Annisa Fadhilah dan N.Achadianingsih, "Penggunaan Metode Ummi dalam Rangka Peningkatan Kemampuan Membaca Al-Quran Bagi Ibu Rumah Tangga", *IComm-Edu*, Vol. 8, No. 3, 2020, 182.
- Maesaroh, Siti. "Peranan Metode Pembelajaran Terhadap Minat dan Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam", *Jurnal Kependidikan*, Vol. 1, Nomor 1, 2013, 155.
- Mahmudah, Fitri Nur. *Aanalisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.TI 8*. Yogyakarta: UAD Press, 2021.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Melati. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Mundir, Abdillah. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah", *Jurnal Malia*, Vol. 7, No. 1, 2016, 38.
- Novita, Mona. "Sarana dan Prasarana yang Baik Menjadi Bagian Ujung Tombak Keberhasilan Lembaga Pendidikan Islam". *Jurnal Nur El-Islam*, Vol. 4, No. 2, 2017, 98.
- Pambudi, Suratman, dkk, "Implementasi Kurikulum Metode Ummi Kelas Tahfidz", *Jurnal El-Buhuth*, Vol. 2, No. 2, 2020, 101.
- Pratiwi, Nining Indah. "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi". *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No.2, 2017, 211.
- Rahayu, Ika Putri. "Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan itra Madrasah Unggul (Studi Kasus di MIN 3 Magetan)", Tesis, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Pasasarjana, Ponorogo, 2020.
- Rifa'I, Ahmad. "Implementasi Metode Ummi Untuk Meningkatkan Kualitas Membaca Al-Quran di SDIT Ihsanul Amal Alabio", *Al-Madrasah*, Vol. 2, No. 2, 2018, 87.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif". *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17, No. 33, 2018, 84.
- Rosyada, Dede. *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Rukhayati, Siti. *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Pesrta Didik SMK Al Falah Salatiga*. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga, 2020.
- Safithry, Esty Aryani. *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*. Malang: CV IRDH, 2018.
- Sarosa, Samiaji. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT Kanisius, 2021.
- Sengadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2003.

- Shaleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH Media, 2019.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Sidiq, Umar. “Urgensi Pendidikan pada Anak Usia Dini”. *Jurnal INSANIA*, Vol. 16, No. 2, 2011, 256.
- Sidiq, Umar. “Urgensi Qashas Al-Qur’an sebagai Salah Satu Metode Pembelajaran yang Efektif bagi Anak”. *Jurnal Cendikia*, Vol. 9, No. 1, 2011, 114.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suwendra, I Wayan. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bandung: Nilacakra, 2018.
- Prayitno, Mustofa Aji “Gerakan Siswa Mengajar (GSM) Impementasi Metode Tutor Sebaya di SMPN 1 Mejayan Kabupaten Madiun” *Al-Riwayah: Jurnal Kependidikan*, Vol. 13, No. 2 (2021), 339-360.
- Umam, Chotibul. *Inovasi Pendidikan Islam*. Riau: DOTPLUS Publisher, 2020.
- Warmadi dan Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepubliser, 2019.
- Ridwanulloh, Mukhlis, dkk, “Implementasi Metode Ummi dalam Meningkatkan Kemampuan membaa Al-Qur’an Siswa Kelas VII di SMPIT Kaifa Ciomas Bogor Tahun Ajaran 2019/2020”, dalam <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ppai/article/download/859/559>, diakses pada tanggal 11 desember 2021.