

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU**

DI MAN 2 MADIUN

SKRIPSI



Oleh

CHOIRIAH FITRI FATIMAH

NIM. 206190083

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Fatimah, Choiriah Fitri. 2023. *Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun.* **Skripsi.** Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Abdul Kholiq, MBA.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Peserta Didik

Dalam meningkatkan minat para pelanggan jasa pendidikan yaitu calon peserta didik adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang baik. Strategi bauran pemasaran merupakan kiat-kiat didalam aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menarik minat para calon peserta didik dan memenangkan persaingan. Minat menjadi penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Apabila sekolah dapat memeberikan keinginan dan kebutuhan dari peserta didik maka peserta didik akan tertarik dengan sekolah tersebut.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran pendidikan yang ada di MAN 2 Madiun dalam meningkatkan minat calon peserta didik nya dengan menggunakan bauran pemasaran sebagai alat promosi produk keunggulan sekolah yang lebih menekankan pada *product, price, promotion, place* dan *physical evidence*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Narasumber dalam wawancara ini yaitu kepala sekolah, waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas, komite sekolah, dan beberapa siswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik analisis data dalam penelitian dilakukan dengan empat tahapan yaitu, pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan. Untuk pengecekan keabsahan data dilakukan dengan peningkatan ketekunan, triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MAN 2 Madiun dalam meningkatkan minat calon peserta didik sudah terbilang kurang berhasil. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data jumlah penurunan siswa pada tahun 2022/2023. Dalam pemasaran pendidikan MAN 2 Madiun menggunakan beberapa teori bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran yang di gunakan dalam mempengaruhi minat calon peserta didik di MAN 2 Madiun yaitu: *product, price, promotion, place*, dan *physical evicence*.



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudari:

Nama : Choiriah Fitri Fatimah
NIM : 206190083
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul : Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik
Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 17 Mei 2023

Pembimbing


Abdul Kholiq, MBA
NIP. 198506162020121009

Mengetahui,

Ketua

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


Dr. Athok Fuadi, M.Pd
NIP. 197611062006041004



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

Skripsi atas nama:

Nama : Choiriah Fitri Fatimah
NIM : 206190083
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik
Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun.

Telah dipertahankan pada sidang munaqosah di Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu
Keguruana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Senin
Tanggal : 12 Juni 2023

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Juni 2023

Ponorogo, 15 Juni 2023

Mengesahkan

Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP. 196807051999031001

Tim Penguji:

Ketua Sidang : Dr. Sugiyar, M.Pd.I.
Penguji I : Dr. Athok Fuadi, M.Pd.
Penguji II : Abdul Kholiq, MBA.

()
()
()

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Choiriah Fitri Fatimah
Nim : 206190083
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah di periksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di etheses.iainponorogo.ac.id. adapun isi keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 20 Juni 2023
Penulis



Choiriah Fitri Fatimah
NIM. 206190083

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Choiriah Firi Fatimah

NIM : 206190083

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Judul : Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Dengan ini, menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 17 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan



Choiriah Fitri Fatimah

NIM. 206190083

DAFTAR ISI

HALAMAN	SAMPUL
.....	
i	
ABSTRAK	
.....	
ii	
LEMBAR	PERSETUJUAN
.....	
iii	
PENGESAHAN	
.....	
iv	
SURAT	PERSETUJUAN PUBLIKASI
.....	
v	
PERNYATAAN	KEASLIAN PENULISAN
.....	
vi	
DAFTAR	ISI
.....	
vii	

.....

1

A. Latar Belakang Masalah

.....

1

B. Fokus Penelitian

.....

6

C. Rumusan Masalah

.....

6

D. Tujuan Penelitian

.....

7

E. Manfaat Penelitian

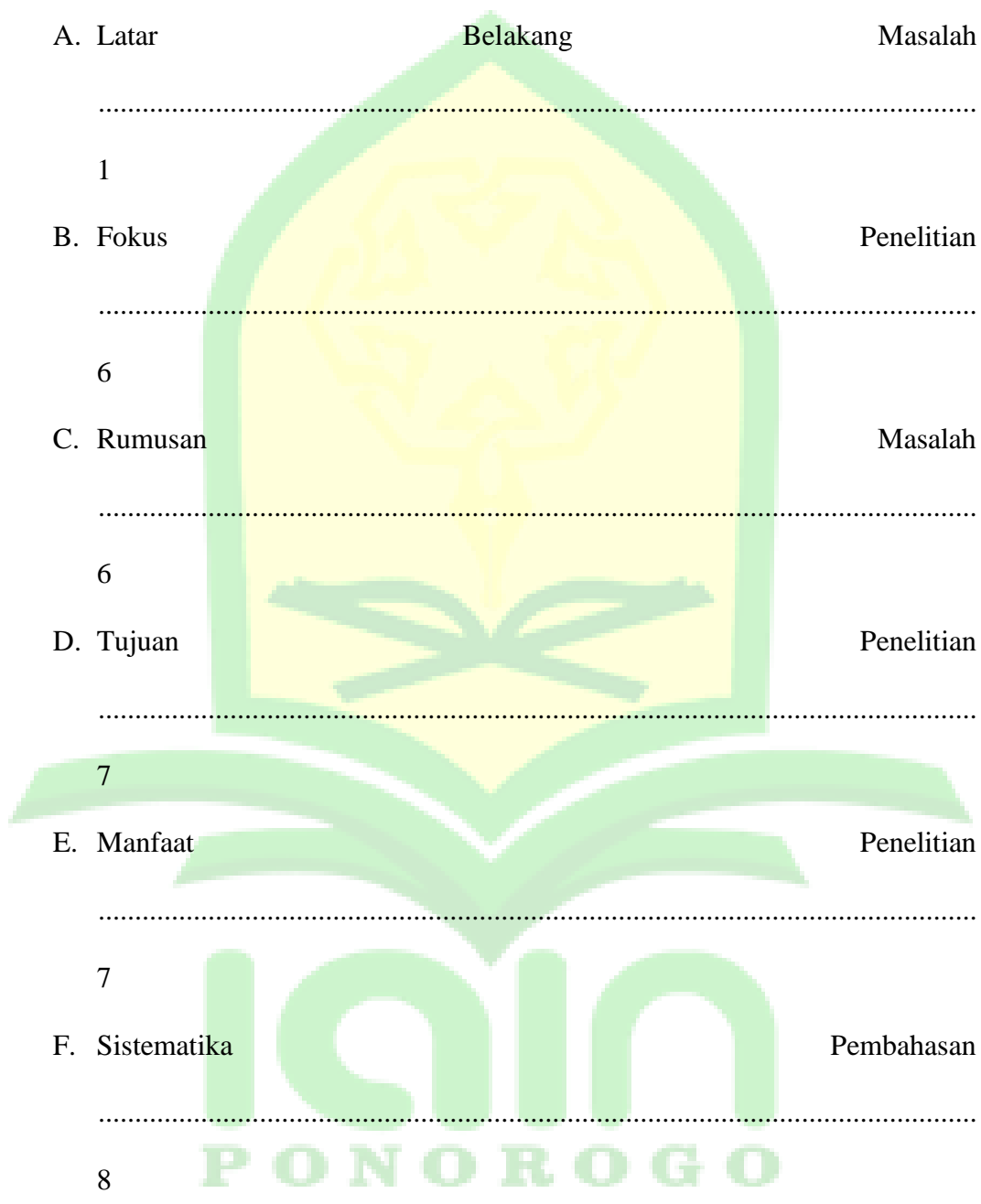
.....

7

F. Sistematika Pembahasan

.....

8



10

A. Kajian

Teori

10

1. Pemasaran

Jasa

Pendidikan

10

a. Pengertian

Pemasaran

Pendidikan

10

b. Fungsi

dan

Tujuan

Pemasaran

Jasa

Pendidikan

12

c. Bauran

Pemasaran

Pendidikan

13

2. Minat

Peserta

Didik

Baru

19

a. Pengertian Minat Peserta Didik

.....

19

b. Dimensi Minat

.....

21

B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu

.....

22

C. Kerangka Pikir

.....

27

BAB III METODE PENELITIAN

.....

28

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

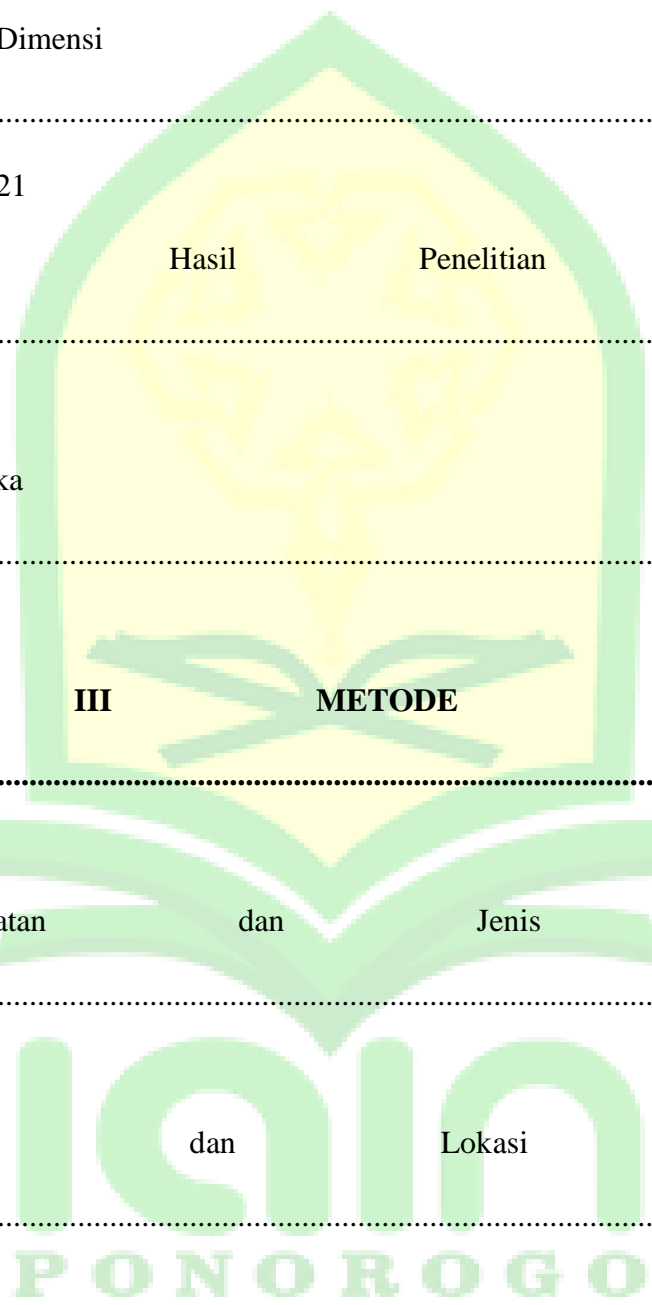
.....

28

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

.....

29



C. Data dan Sumber Data

.....

30

D. Teknik Pengumpulan Data

.....

31

E. Teknis Analisis Data

.....

33

F. Pengecekan Keabsahan Data

.....

36

G. Tahap Penelitian

.....

38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

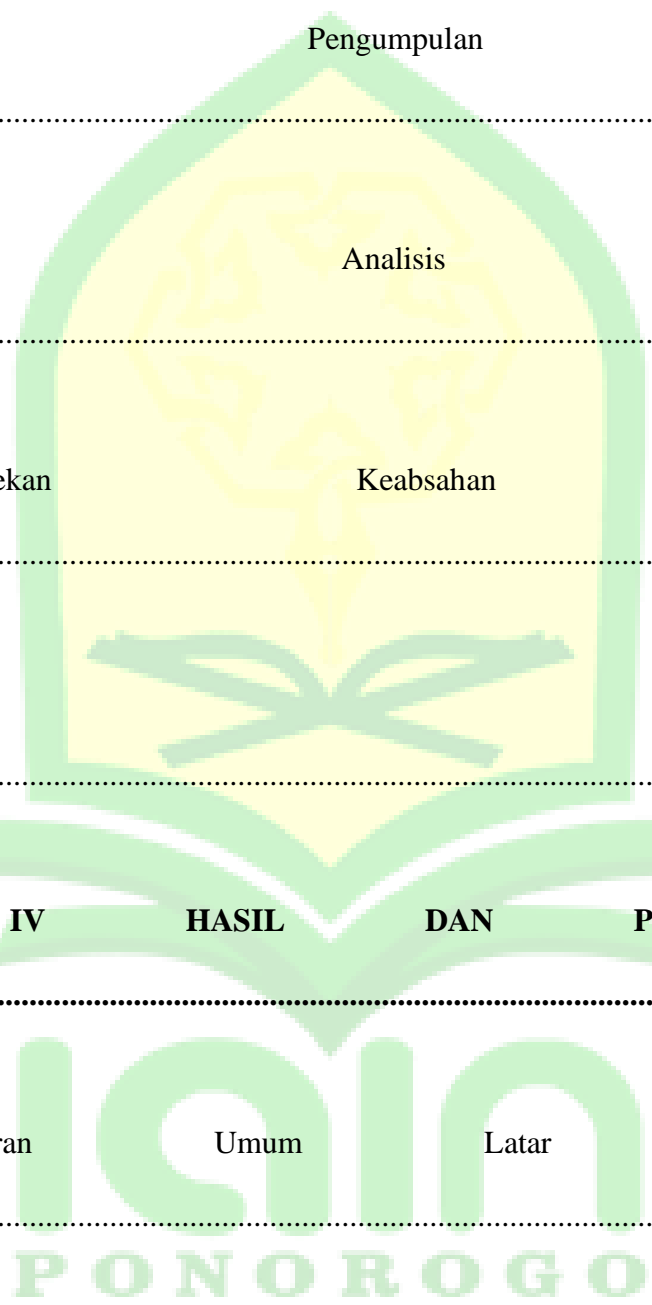
.....

39

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

.....

39



1. Sejarah	Berdirinya	MAN	2	Madiun
.....				
			39	
2. Profil		MAN	2	Madiun
.....				
			40	
3. Letak		MAN	2	Madiun
.....				
			41	
4. Visi,	Misi,	dan Tujuan	MAN	2 Madiun
.....				
			41	
5. Struktur	Organisasi	MAN	2	Maiun
.....				
			44	
6. Guru	dan	Karyawan	MAN	2 Madiun
.....				
			45	
7. Sarana	dan	Prasarana	MAN	2 Madiun
.....				
			48	

8. Prestasi Peserta Didik MAN 2 Madiun

.....

49

B. Deskripsi

Data

.....

51

1. Penerapan Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta

Didik Baru di MAN 2 Madiun

.....

52

2. Dampak Bauran Pemasaran Pendidikan Terhadap Miat Peserta Didik

Baru di MAN 2 Madiun

.....

62

C. Pembahasan

.....

65

1. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan

Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

.....

65

2. Analisis Dampak Bauran Pemasaran Pendidikan Terhadap Minat

Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

74

BAB

V

PENUTUP

78

A. Kesimpulan

78

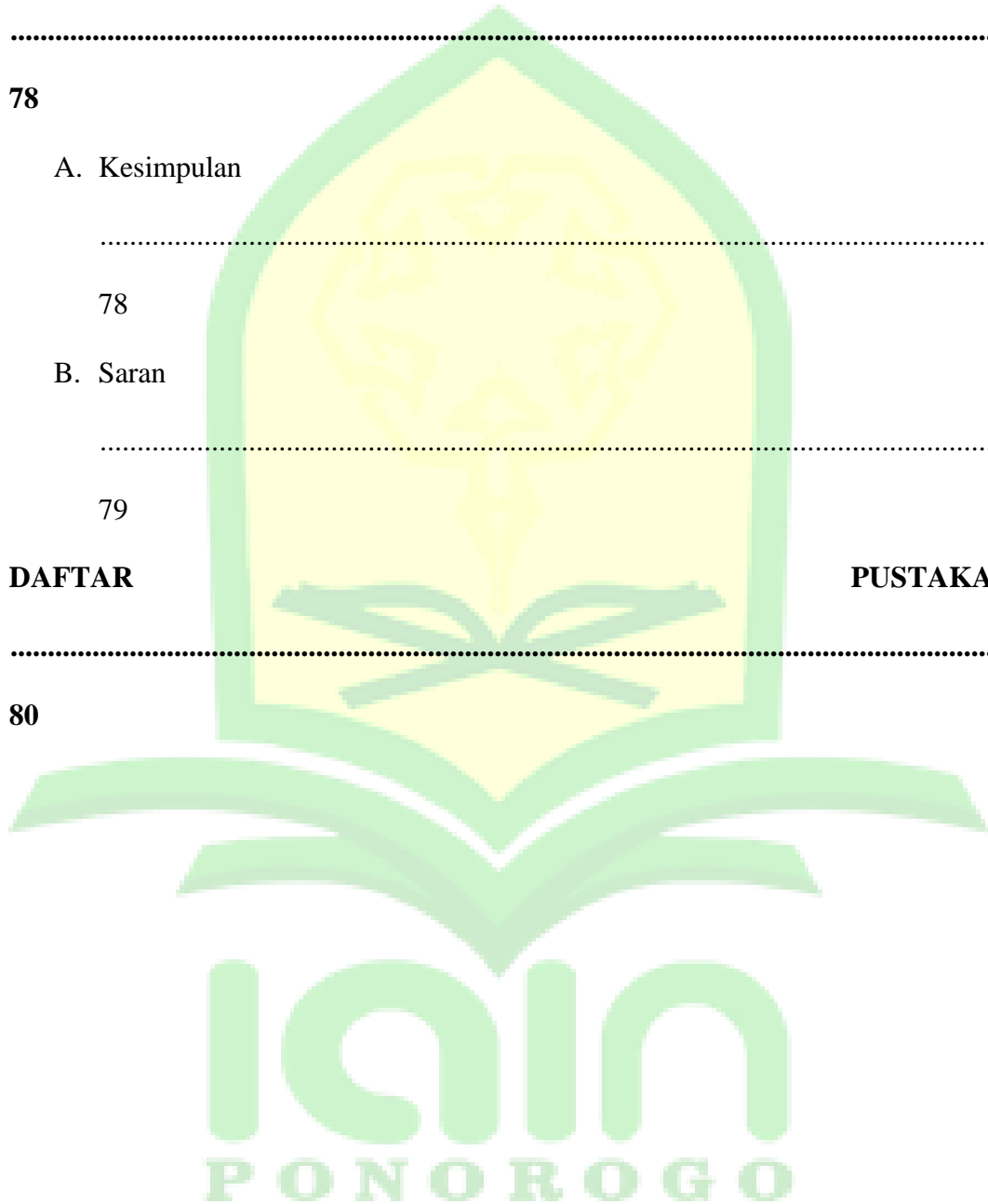
B. Saran

79

DAFTAR

PUSTAKA

80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau keinginan. Menurut Soeganda Poebakawatja, minat dapat diartikan dengan kesediaan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar. The liang Gie juga memberikan pengertian minat adalah ketertarikan dengan sesuatu kegiatan karena menyadari kegiatan tersebut. Sedangkan menurut Mahfudz Shalahudin dalam bukunya Andi Achru minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan.¹ Minat adalah perpaduan antara kemauan dan keinginan yang dapat berkembang jika ada motivasi atau dorongan dari orang lain.

Menurut Leni Firdawati minat merupakan suatu dasar motivasi dari individu untuk memiliki kecenderungan rasa ingin tahu, kesukaan, dan rasa senang terhadap kegiatan yang dipilih.² Sedangkan menurut Ahmad Susanto dalam bukunya Luthi Nurtika minat merupakan dorongan atau ketertarikan dari dalam diri seseorang yang akan menyebabkan dipilihnya suatu kegiatan tersebut yang akan memunculkan rasa menyenangkan, menguntungkan, serta kepuasan dalam dirinya.³

¹ Andi Achru, "Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran," *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 2 (2019): 206.

² Leni Firdawati, *Efektivitas Metode Suggestopedia Menggunakan Musik Klasik Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Siswa SMP Negeri 1 Lebong* (Purwokerto: CV. Tatakata Grafika, 2021), 11.

³ Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi* (Banyumas: Lutfi Gilang, 2021), 54.

Minat dapat diwujudkan dengan bersikap yang positif yang ditunjukkan dengan rasa ketertarikan, rasa senang, kepedulian. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat memiliki pengaruh besar dalam kegiatan seseorang, sebab dengan adanya minat yang ada dalam diri seseorang dia akan melakukan sesuatu sesuai yang diminatinya dengan hati yang gembira. Demikian sebaliknya tanpa adanya minat seseorang tidak mungkin melaksanakan sesuatu.⁴

Minat menjadi penting dalam sebuah lembaga pendidikan Apabila peserta didik memiliki minat yang tinggi terhadap sekolah tersebut maka peserta didik akan tertarik dan minat terhadap sekolah tersebut. Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat dapat menyebabkan munculnya usaha yang gigih dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi segala tantangan.⁵

Salah satu bukti yang nyata keberadaan sebuah lembaga pendidikan dibuktikan dengan bagaimana cara sebuah sekolah mampu menarik minat peserta didik baru agar dapat bersekolah dilembaga pendidikan tersebut. Banyaknya peserta didik yang datang ke lembaga pendidikan tersebut menunjukkan bahwa lembaga pendidikan tersebut memiliki daya tarik yang dapat menarik minat peserta didik.⁶ Adanya peserta didik sangat dibutuhkan oleh setiap lembaga pendidikan. Karena dengan adanya peserta didik untuk

⁴ Muhamad Uyun dan Idi Warsah, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 163.

⁵ Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi*, 57.

⁶ Arfin, dkk, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMP 7 Kendari," *Pendidikan Dan Pengajaran*, 2020, 144.

memastikan kelanjutan dari lembaga pendidikan tersebut. Peserta didik juga merupakan unsur inti dalam kegiatan pendidikan.

Pendidikan merupakan investasi bagi manusia. Karena pendidikan memberikan keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan manusia memiliki martabat dan derajat. Pada saat ini persaingan antar lembaga pendidikan merupakan kenyataan yang tidak bisa dibantahkan, karena hal tersebut persaingan antar lembaga pendidikan berlangsung dengan sangat ketat. Oleh karena itu sekolah dituntut untuk bisa memasarkan sekolahnya agar bisa mempertahankan eksistensi dan menjadikan sekolah tersebut berkembang. Bagaimana pun apabila sekolah tidak melakukan pemasaran dengan baik dan benar maka akan berdampak minimnya jumlah siswa dan sekolah tersebut akan tidak dikenali oleh masyarakat luas. Dan sebaliknya apabila sekolah dapat melakukan pemasaran dengan baik dan tepat maka hal tersebut akan membuat sekolah akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas maupun masyarakat sekitar. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh pada minat dari peserta didik baru untuk bersekolah di sekolah tersebut.

Strategi pemasaran merupakan proses atau model untuk memungkinkan perusahaan atau organisasi untuk memfokuskan sumber daya yang terbatas pada yang terbaik peluang untuk meningkatkan penjualan dan untuk mencapai keunggulan kompetitif.⁷ Menurut Sofjan Assauri dalam bukunya Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan

⁷ Nur Ika Effendi, dkk, *Strategi Pemasaran* (Sumatra Barat: PT.Global Eksekutif Teknologi, 2022), 52.

sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah terhadap usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan atau organisasi dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁸ Faizin Imam berpendapat bahwa Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.⁹

Strategi pemasaran dalam menarik minat peserta didik dapat dilakukan melalui beberapa strategi pemasaran diantaranya menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran saat ini juga diadopsi oleh lembaga pendidikan untuk merumuskan strategi yang tepat untuk menarik minat peserta didik. Philip Kotler memperkenalkan konsep bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam melakukan pemasaran. Dengan cara mengombinasikan inti dari sistem pemasaran yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (tampilan fisik). Guna pencapaian tujuan pemasarannya di dalam pasar sasaran. Menurut Philip Kotler dalam bukunya Tengku Rifli Musfar bauran pemasaran merupakan alat pemasaran

⁸ Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019), 40.

⁹ Faizin Imam, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Madaniyah*, 2017, 264.

yang baik yang berada dalam sebuah perusahaan maupun organisasi, dimana perusahaan atau organisasi tersebut mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.¹⁰

Bauran pemasaran sangat berguna untuk menghadapi berbagai kondisi dan situasi yang dihadapi oleh sebuah perusahaan atau organisasi, seperti menghadapi persaingan yang semakin ketat.¹¹ MAN 2 Madiun merupakan salah satu sekolah yang menggunakan bauran pemasaran untuk menarik minat peserta didik.

Berdasarkan hasil wawancara dari siswa dan alumni MAN 2 Madiun mereka tertarik sekolah di MAN 2 Madiun karena MAN 2 Madiun terletak dekat dengan pondok pesantren. Selain mempelajari ilmu pengetahuan umum mereka dapat mempelajari ilmu agama seperti belajar kitab dan belajar al-qur'an. Ada juga dari salah satu alumni MAN 2 Madiun yang memberikan alasan sekolah di MAN 2 Madiun dengan adanya paksaan orang tua, karena menginginkan anaknya untuk lebih paham terhadap ilmu agama dan tidak meninggalkan juga ilmu umum.¹²

MAN 2 Madiun merupakan sekolah Negeri yang terletak di Jl. Ki Ageng Buntu Rejosari, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Sebagai lembaga pendidikan, MAN 2 Madiun tanggap dengan perkembangan teknologi. Dengan dukungan sumber daya yang dimiliki madrasah ini siap untuk berkompetisi

¹⁰ Tengku Rifli Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 10..

¹¹ Sisca, dkk, *Service Marketing: Pendekatan Teori Dan Praktik* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), 101..

¹² Wawancara Siswa dan Alumni MAN 2 Kab. Madiun, 16 Februari

dengan sekolah lain. Selain belajar ilmu agama MAN 2 Madiun juga bekerja sama dengan berbagai Universitas untuk mengembangkan program keterampilan diantaranya yaitu tata boga, tata kecantikan, tata busana dan Multimedia. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “STRATEGI BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MAN 2 MADIUN”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan persoalan-persoalan seperti yang telah dikemukakan dalam identifikasi masalah. Penelitian ini memiliki fokus pada “**Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun**”. Penelitian ini berfokus pada pembahasan pemasaran pendidikan yang dilakukan di MAN 2 Madiun khususnya pada bauran pemasaran yang digunakan di MAN 2 Madiun. Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan baik sekolah negeri maupun swasta. Hal tersebut tentunya menjadi persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat. Oleh karena itu sekolah dituntut untuk bisa melakukan pemasaran pendidikan agar dapat menarik minat peserta didik baru untuk bersekolah di lembaga pendidikan yang dikelola.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun?
2. Bagaimana dampak bauran pemasaran pendidikan terhadap minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan pasti memiliki tujuan. Adapun tujuan umum dari diadakannya kegiatan Penelitian ini adalah:

1. Mengetahui penerapan bauran pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun.
2. Mengetahui dampak bauran pemasaran pendidikan terhadap minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk memahami dan mengetahui strategi bauran pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Madrasah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana menyusun strategi bauran pemasaran pendidikan yang efektif dalam rangka menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun.

2) Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan meningkatkan pemahaman penulis mengenai strategi bauran pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun.

3) Bagi Masyarakat/Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat agar lebih memahami mengenai strategi bauran pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh hasil penelitian yang sistematis, maka diperlukan sistematika pembahasan guna mempermudah dalam penulisan dan pembaca dalam memahami isi penelitian. Adapun sistematika dari proposal penelitian ini dibuat menjadi lima bagian bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, bab ini merupakan langkah awal dari penyusunan proposal kualitatif, serta ditujukan untuk menetapkan fokus permasalahan yang dituangkan dalam perumusan masalah. Bab ini berfungsi sebagai gambaran umum untuk memberi pola pemikiran

keseluruhan skripsi, berisi mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metodologi penelitian, sistematika pembahasan, jadwal penelitian.

Bab II menjelaskan tentang Kajian Pustaka yang berisi Kajian Teori, Kajian Penelitian Terdahulu untuk menganalisis masalah penelitian yang selaras dengan permasalahan yang diterangkan oleh bab sebelumnya.

Bab III Memuat tentang metode penelitian yakni alasan dan bagaimana proses metode penelitian dilakukan. Dalam bab ini berisi tentang: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengecakan Keabsahan Data, dan Tahap Penelitian.

Bab IV Berisi uraian terkait dengan gambaran latar penelitian, deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, bab ini berfungsi sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian yang ditulis secara singkat sehingga mudah dipahami.

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan serta saran atas penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Pemasaran Pendidikan

Kata pemasaran dalam bahasa Inggris disebut dengan *marketing*. Pemasaran merupakan bagian terpenting dalam setiap perusahaan atau organisasi agar terus berkembang, sebab dengan adanya pemasaran diharapkan akan memperoleh laba sebagai penunjang oprasional perusahaan atau organisasi. Menurut Kotler dalam bukunya Nur Ika Effendi pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan sosial dan manajerial baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memperoleh segala yang diinginkan dan dibutuhkan dengan cara menciptakan, serta saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai.¹³ Pemasaran adalah proses manajerial dan sosial untuk memperoleh keinginan dan kebutuhan dengan cara menciptakan dan menukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁴

Pemasaran berhubungan erat dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Stanton dalam bukunya Mardia berpendapat bahwa pemasaran adalah keseluruhan kegiatan bisnis yang memiliki tujuan untuk merencanakan, menentukan

¹³ Nur Ika Effendi,dkk, *Strategi Pemasaran* (Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 1.

¹⁴ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 20.

harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa dan barang yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli.¹⁵

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah proses sosial yang dilakukan oleh manajerial untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui penciptaan, penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.¹⁶ Pemasaran jasa pendidikan yaitu kegiatan lembaga pendidikan yang memberikan layanan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan kompetisi pendidikan. Apabila sekolah menghasilkan produk jasa yang tidak berkualitas, pelanggan jasa akan pergi meninggalkan sekolah. Demikian pula apabila sekolah menghasilkan produk jasa pendidikan dengan harga yang mahal, pelanggan akan pindah ke penyedia pelanggan jasa yang lebih murah, tetapi memiliki kualitas pendidikan yang sama.¹⁷

Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu organisasi pendidikan, guna untuk mempertahankan kelangsungan jalannya organisasi agar tetap terus berkembang dan mendapatkan banyaknya peminat.

Dalam pemasaran jasa pendidikan harus dapat memberikan

¹⁵ Mardia, dkk, *Strategi Pemasaran* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 3.

¹⁶ Afidatun Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden," *El-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 164.

¹⁷ Muhammad Iqbal, "Pemasaran Jasa Pendidikan Dan Implementasinya Sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan Di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta," *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 130.

kepuasan terhadap konsumen jika menginginkan organisasi tersebut berjalan. Semakin bertumbuhnya lembaga pendidikan dan keterampilan yang menawarkan berbagai jenis bidang pendidikan dan keterampilan tentunya akan mengakibatkan semakin tajamnya persaingan lembaga pendidikan.¹⁸ Oleh karena itu pemasaran bagi lembaga pendidikan perlu dilakukan oleh setiap sekolah.

b. Fungsi dan Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan

Peranan pemasaran bukan hanya sebatas menginformasikan produk yang berupa jasa kepada pelanggan pendidikan, akan tetapi selain untuk menginformasikan produk jasa pemasaran juga harus memperhatikan kepuasan terhadap pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercipta ketika adanya kesadaran dari pihak pemberi jasa untuk selalu berbuat secara optimal untuk selalu memuaskan konsumen. Pemasaran berfungsi sebagai media penyalur barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen melalui kegiatannya. Berdasarkan konteks pendidikan, pemasaran berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan atau menginformasikan citra lembaga kepada konsumen.¹⁹ Tujuan dari pemasaran jasa pendidikan sendiri yaitu: memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang ada pada lembaga pendidikan, meningkatkan minat dan ketertarikan terhadap

¹⁸ Baba Mukmin, "Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2020): 99.

¹⁹ Muhtar dan Kasful Anwar, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 68.

lembaga pendidikan, dan untuk membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain.

c. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Samsul Arifin, Bauran pemasaran masih menjadi raja konsep pemasaran di era teknologi informasi seperti sekarang ini. Philip Kotler meringkas tentang kerja pemasaran, hal yang menonjol adalah bauran pemasaran.²⁰

Dalam konteks pendidikan bauran pemasaran memiliki beberapa unsur yang penting, dan dapat dipadukan sedemikian rupa, sehingga pada akhirnya dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam bersaing..²¹ Unsur utama yang ada dalam bauran pemasaran pendidikan yaitu:

a) *Product* (Produk)

Produk dalam pemasaran pendidikan meliputi fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan, keinginan pelanggan. Produk menyatakan bahwa pelanggan tersebut menyukai produk yang dapat menawarkan kualitas, mutu. Pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai dari kepuasan para pelanggan.

²⁰ Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 58.

²¹ Amiruddin, dkk, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam* (Yogyakarta: K-Media, 2021), 162.

Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut. Untuk itu produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen haruslah produk yang berkualitas. sebab konsumen tidak senang pada produk yang kurang bermutu, apalagi harganya begitu mahal. Dalam kontes pendidikan produk atau jasa yang ditawarkan berupa produk atau jasa dibidang akademik atau kurikulum. Selain itu sekolah juga harus bisa membuat produk atau jasa lebih bervariasi seperti olahraga, keagamaan, kesenian, dan bentuk kegiatan lain guna untuk menambah kualitas sekolah. Produk dalam jasa pendidikan juga meliputi fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan sekolah.

b) *Price* (Harga)

Yaitu pembiayaan yang membandingkan pengeluaran dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan dan penentuan harga yang dikenakan kepada pelanggan jasa pendidikan. Hal tersebut terlihat nyata pada sekolah swasta karena pilihan pasar terbuka bagi calon orangtua siswa, yaitu antara sekolah swasta yang mahal dan sekolah negeri yang bagus dan gratis.

Dalam penetapan harga sebaiknya lembaga pendidikan memperhatikan saran yang hendak dicapai yaitu: 1) sasaran yang berorientasi pada keuntungan yang bertujuan mencapai target pengembalian investasi untuk memperoleh laba

maksimum; 2) sasaran berorientasi pada penjualan meningkatkan volume penjualan mempertahankan/meningkatkan market share, dan 3) sasaran yang berorientasi status quo yang bertujuan untuk menstabilkan harga dan menghadapi pesaing.²²

c) *Place* (Tempat)

Lokasi dalam konteks jasa pendidikan merupakan akses, penampilan, dan kondisi sekolah secara keseluruhan. Jika sekolah memperhatikan masalah penampilan (misalnya melalui dekorasi, penampilan, dan ucapan selamat datang kepada pengunjung).²³ Lokasi adalah letak sekolah yang mempunyai peranan yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang diprsepesikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor yaitu: 1) akses yaitu kemudahan mencapai lokasi; 2) visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya; 3) lalulintas dalam arti tingginya kemacetan akan mempengaruhi minat pelanggan terhadap jasa tersebut; 4) tempat parkir luas; 5) ketersediaan lahan; 6) ketentuan

²² Imam Junaris dan Nik Haryati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 47.

²³ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 72.

pemerintah tentang lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus dianut oleh setiap lembaga pendidikan.²⁴

d) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu produk atau jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk- produk atau jasa tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan produk menyakinkan pembeli dengan harapan akan tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk tersebut. Akses yang perlu dipertimbangkan dalam promosi adalah bentuk komunikasi yang baik, khususnya pada periklanan, penjualan personal, dan promosi penjualan.²⁵

e) *People* (Orang atau Sumber Daya Manusia)

People (orang) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari orang adalah pegawai perusahaan. Konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan

²⁴ Imam Junaris dan Nik Haryati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, 48.

²⁵ Imam Junaris dan Nik Haryati, 49.

jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.

People dalam konteks pendidikan adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personal penyedia jasa, pelanggan, dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam sebuah lembaga sekolah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu administrator, guru, dan pegawai. Untuk mewujudkan sumber daya manusia di lingkup pendidikan (guru) yang profesional, harus diperlukan sistem rekrutmen yang profesional juga. Di sisi lain, memberikan kesempatan beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi merupakan cara yang harus ditingkatkan agar mendapatkan SDM di lingkup pendidikan yang profesional. Selain itu, cara untuk meningkatkan kompetensi guru yakni dengan melalui seminar dan pelatihan hal ini harus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru, SDM (guru) harus memiliki kompetensi yang tinggi.²⁶

f) *Physical Evidence* (Tampilan Fisik)

²⁶ Imam Junaris dan Nik Haryati, 63.

Tampilan fisik pada sebuah lembaga pendidikan dapat mempengaruhi keputusan calon pengguna jasa pendidikan yang kita kelola. Sehingga sarana fisik perlu diperhitungkan dalam memikat dan dapat menjadi pertimbangan keputusan terhadap calon pengguna jasa pendidikan. Tampilan fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa itu disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi serta setiap komponen fisik memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Dan itu semua merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Sebab orang yang berkunjung ke sebuah perusahaan jasa, pertama-tama akan melihat bangunan interior, peralatan. Bahkan sampai seragam karyawan untuk mempresepsikan kualitas jasa tersebut.²⁷

g) *Process* (Proses)

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti konsumen jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Selain itu keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses ini dapat terjadi dari dukungan semua tim pada lembaga pendidikan yang

²⁷ Imam Junaris dan Nik Haryati, 64.

mengatur semua proses sehingga dapat berjalan sesuai harapan. Proses layanan pendidikan dari sistem pendidikan akan memberikan citra yang positif di mata masyarakat. Masyarakat mungkin tidak mengetahui proses yang terjadi pada lembaga pendidikan yang kita kelola. Namun konsumen berharap bahwa layanan jasa yang diberikan dapat memuaskan.²⁸

2. Minat Peserta Didik Baru

a. Pengertian Minat Peserta Didik

Minat berarti kecenderungan hati yang terdapat dalam diri seseorang untuk memilih dan melakukan hal yang disukainya karena menimbulkan gairah atau keinginan terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan ketertarikan terhadap sesuatu tanpa ada yang menyuruh. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat secara terus menerus. Pada dasarnya minat memiliki kaitan yang erat terhadap perasaan senang. Orang yang memiliki rasa minat terhadap sesuatu berarti sikapnya senang terhadap sesuatu tersebut.²⁹ Minat dapat muncul karena adanya dorongan dari seseorang yang dapat membentuk perhatian terhadap objek lain atau orang lain. Dimana dorongan tersebut menyebabkan seseorang menjadi memiliki perhatian.³⁰

²⁸ Imam Junaris dan Nik Haryati, 65.

²⁹ Zubairi, *Modernisasi Pendidikan Agama Islam* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022),

³⁰ Trygu, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Medan: Guepedia, 2021), `17.

Minat merupakan suatu ketertarikan terhadap objek yang membuat individu merasa senang dengan objek tersebut. Pengertian minat menurut Tidjan adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab adanya perasaan senang.

Sardiman A.M dalam bukunya Siti Marlida berpendapat bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan ataupun kebutuhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya ketertarikan seseorang terhadap sesuatu objek dikarenakan adanya kesadaran bahwa dirinya akan merasa terpenuhi kebutuhannya oleh sesuatu yang diminati,³¹ Minat sangat erat kaitannya dengan motivasi, dan kesenangan. atau ketertarikan.

a) Motivasi

Motivasi adalah proses memberi semangat, arah, dan kegigihan perilaku. Artinya, perilaku yang termotivasi adalah perilaku yang penuh energi, terarah, dan bertahan lama. Motivasi merupakan proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan.³² Semakin tinggi motivasi

³¹ Siti Marlida, *Menjadi Muballighat Yang Efektif*, 1st ed. (Bandung: Indonesia Emas Group, 2022), 51.

³² Raja Maruli Tua Sitorus, *Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 57.

seseorang, semakin tinggi pula minat seseorang yang dipengaruhi.

b) Kesenangan atau ketertarikan

Kesenangan adalah bagian dari rasa emosional yang menyertai minat dan motivasi. Kesenangan akan menyebabkan rasa suka dan cenderung akan mengulangi kembali perilakunya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan sesuatu yang muncul jika ada motivasi. Dan Minat peserta didik adalah sesuatu yang mendorong siswa dalam memilih sekolah yang ditandai dengan adanya motivasi, dan ketertarikan terhadap lembaga pendidikan.

b. Dimensi Minat

Minat beli sebagai perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mempergunakan dan mendapatkan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.³³ Sedangkan menurut Sri Rahayi Tri Astuti minat beli merupakan tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli yang muncul akan menciptakan suatu motivasi yang terus merekam dalam benaknya, yang pada akhirnya

³³ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 77.

ketika konsumen harus memenuhi kebutuhan akan keinginannya tersebut.³⁴ Dimensi minat beli dapat diukur melalui empat indikator, yaitu:³⁵

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan konsumen untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan konsumen untuk merefrensikan atau merujuk produk terhadap orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi (selera) utama pada produk tersebut. Pilihan tersebut hanya bisa diganti jika terdapat kesalahan dengan preferensi produk.
- d) Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk menunjang sifat-sifat positif dari produk tersebut.

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Penelitian terdahulu bertujuan sebagai acuan dan bahan perbandingan bagi penulis. Dari banyaknya penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu ada beberapa penelitian yang relevan untuk mendukung penelitian, penelitian tersebut diantaranya:

³⁴ Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan 'Bebek Gendut' Semarang)," *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 3 (2013): 3.

³⁵ Yosef Tonce dan Yoseph Darius Purnama Ranga, *Minat Dan Keputusan Pembelian Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*, 1st ed. (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022), 15.

Pertama, Skripsi oleh Rina Emilia Nawandari berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Islam Al Syukro Universal. Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2022.³⁶ Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) SMP Islam Al Syukro Universal telah melakukan strategi pemasaran dengan meningkatkan kualitas produknya, yaitu terdapat berbagai program yang ada di sekolah di antaranya: Mukhoyyam (pembinaan karakter), Outing Class Day, Tahfidz, Pesantren Ramadhan, Field Trip, ICE (International Culture Exchange Camp). (2) Kegiatan promosi yang digunakan di SMP Islam Al Syukro Universal dengan menggunakan brosur, spanduk, website, dan media sosial. Selain itu SMP Islam Al Syukro Universal melakukan pendekatan yang dilakukan di SD Islam Al Syukro Universal. (3) Kurangnya sumber daya manusia dalam bagian pemasaran khususnya pada program IT, sehingga kegiatan pemasaran kurang maksimal. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas tentang pemasaran pendidikan. Perbedaan penelitian terdahulu adalah berfokus pada produk, promosi dan sarana prasarana sedangkan penelitian sekarang adalah berfokus pada produk, harga, promosi, tempat, sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses.

Kedua, Skripsi yang dilakukan oleh Arya Dwi Jordi yang berjudul Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan animo

³⁶ Rina Emilia Nawandari, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Islam Al Syukro Universal, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022)

masyarakat di pondok pesantren al kinanah kota Jambi . Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2022.³⁷ Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran yang ada di pondok pesantren modern al kinanah adalah strategi yang memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada dalam melakukan strateginya, baik melalui santri, guru, tim pemasaran serta secara melalui media spanduk, brosur, dan lainnya yang berasal dari orang tua santri. (2) Pondok pesantren modern al kinanah memiliki beberapa faktor yang menjadi pendukung dan hambatan dalam memasarkan produknya. Selain adanya gedung, fasilitas dan guru, yang menjadi faktor pendukung pemasaran adalah pemasaran yang dilakukan dari mulut kemulut oleh orang tua santri. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu biaya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu berfokus kepada animo masyarakat sedangkan penelitian sekarang berfokus pada minat peserta didik.

Ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Sahra Rohmatu Saidah, Dani Hermawan, Hartono, dan Moh. Anwar yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, tahun 2022.³⁸ Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan

³⁷ Arya Dwi Jordi, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di Pondok Pesantren Al Kinanah Kota Jambi*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi, 2022)

³⁸ Sahra Rohmatu Saidah, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (2022). 34.

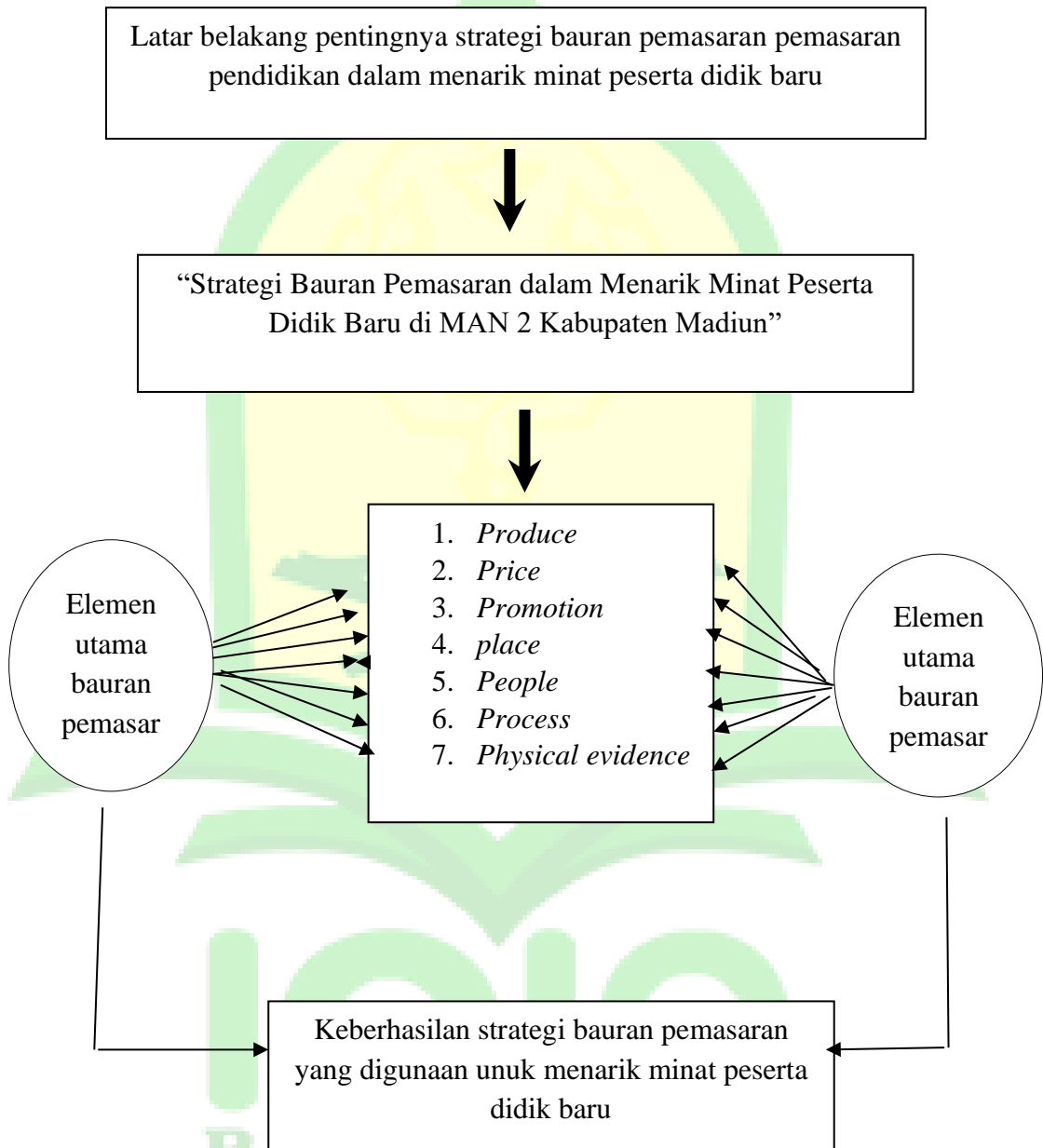
di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru untuk meningkatkan peminat layanan jasa pendidikan dilakukan dengan dua strategi yaitu menggunakan teknologi informasi dan pendekatan terhadap masyarakat. Implementasi pemasaran MI Muhammadiyah 02 Cakru meliputi: (a) Segmentasi pasar, (b) Penentuan Pasar Sasaran, (c) Penentuan posisi pasar, dan (d) bauran pemasaran, yakni berupa: 1) produk; nilai keagamaan, (2) Harga yang ditetapkan relative murah dan dapat dijangkau, (3) Lokasi yang mudah diakses dan strategis, (4) Promosi yang digunakan sesuai dengan perkembangan zaman, (5) SDM yang dimiliki sesuai dengan kualifikasi sebagai pendidik yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidangnya, (6) Proses pemasaran yang dilakukan selalu berkembang, (7) Tampilan fisik dari layanan jasa juga menarik. Adapun faktor penghambat dan pendukung dalam pemasaran pendidikan di MI Muhammadiyah 02 yaitu: (a) faktor pendukung: madrasah memiliki pendidik yang mengajar sesuai dengan bidangnya, mempunyai cara pemasaran yang berbeda dibandingkan kompetitor yang lain sekelasnya. (b) Faktor penghambat adalah belum lengkapnya sarana dan prasarana yang dimiliki oleh madrasah, masih adanya masyarakat yang belum percaya dengan madrasah, serta masih kurangnya minat peserta didik. Persamaan penelitian terdahulu dan sekarang adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran pendidikan. Perbedaan penelitian terdahulu lebih berfokus terhadap minat masyarakat, sedangkan penelitian sekarang lebih berfokus kepada minat peserta didik.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Rani Putri Prihatin dan Iqbal Raza Ahmad yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman Yogyakarta, tahun 2020.³⁹ Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MTsN 5 Sleman melalui bauran pemasaran adalah sebagai upaya dalam meningkatkan minat peserta didik menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari : (a) Produk, MTsN 5 Sleman memiliki program unggulan dan ekstrakurikuler untuk menunjang proses pembelajaran. (b) Harga, MTsN 5 Sleman menawarkan harga yang terjangkau kepada masyarakat. (c) Lokasi, Mtsn 5 Sleman cukup strategis dan mudah dijangkau. (d) Promosi, MTsN 5 Sleman menggunakan promosi melalui sosialisasi, media masa seperti whatsapp, website, pamphlet, dan radio. (e) Orang, yang dimiliki MTsN 5 Sleman merupakan orang-orang yang memiliki ompeten. (f) Bukti fisik, MTsN 5 Sleman memiliki fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran. (g) Proses, pembelajaran yang dilakukan di MTsN 5 Sleman dengan berbagai macam, baik KBM diluar maupun didalam. Faktor pendukung dan penghambat diantaranya: 1) Faktor pendukung: madrasah memiliki program tenaga pendidik yang memenuhi standart, prestasi yang dicapai, pembuatan buku karya untuk siswa, dan madrasah memberikan pelatihan bagi siswa dan guru. Sedangkan faktor penghambat yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap program yang ada di MTsN 5 Sleman, sarana dan prasarana yang kurang memadai. Persamaan

³⁹ Rani Putri Prihatin, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman Yogyakarta, *Jurnal Evaluasi* (2020). 196.

penelitian terdahulu dan sekarang adalah fokus penelitian sama-sama tentang minat peserta didik baru. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang yaitu tempat penelitian

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengungkapkan keunikan dalam masyarakat secara menyeluruh, rinci, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pada prinsipnya yaitu dengan menerangkan dan mendeskripsikan secara kritis suatu kejadian maupun peristiwa sosial dalam hal ini di dunia pendidikan, untuk mencari serta menemukan makna (*meaning*) dalam konteks yang sesungguhnya (*natural setting*).⁴⁰ Jenis penelitian yang dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*) yaitu studi atau penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Sehingga, data diperoleh dengan terjun langsung di lokasi penelitian dan terlibat dengan aktivitas kegiatan di lingkungan sosial.⁴¹

Dalam penelitian ini berorientasi pada tujuan untuk memahami karakteristik kelompok secara fokus mendalam, dengan penerapan jenis penelitian lapangan yakni studi kasus.⁴² Teknik studi kasus yang digunakan yakni dengan menggali fenomena atau kasus tertentu dalam suatu waktu dan kegiatan dengan mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam sesuai dengan prosedur pengumpulan data selama periode

⁴⁰ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungab* (Jakarta: Kencana, 2017), 338.

⁴¹ J.R Raco dan Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010), 9.

⁴² Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Book, 2014), 48.

tertentu.⁴³ Penelitian dilakukan berdasarkan kondisi realistis atau *natural setting*, sistematis, kompleks dan rinci di suatu lembaga pendidikan.⁴⁴ Dengan hasil penelitian berupa data deskriptif, lisan atau kata-kata dari sumber data berupa orang-orang maupun perilaku yang dapat diamati.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menguraikan mengenai strategi bauran pemasaran dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun. Dengan demikian, hasil penelitian nantinya berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari wawancara, catatan atau memo serta dokumen resmi lainnya.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian lapangan ini batas yang ditentukan yakni secara geografis dan demografis di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kabupaten Madiun yang terletak di Kabupaten Madiun, tepatnya berlokasi di Jl. Ki Ageng Buntu No. 4 Rejosari Kec. Kebonsari, Kab. Madiun. Peneliti tertarik mengambil lokasi di MAN 2 Kabupaten Madiun ini karena MAN 2 Madiun merupakan sekolah peneliti sebelumnya, dengan harapan akan memudahkan dalam proses penggalan data dan MAN 2 Madiun merupakan lembaga pendidikan yang dalam satu desa terdapat dua lembaga pendidikan dengan status yang sama yaitu Madrasah Aliyah Negeri. Hal tersebut tentunya membuat dua lembaga pendidikan tersebut

⁴³ Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi Dan Contoh Penelitiannya)* (Madura: UTM Press, 2013), 3.

⁴⁴ Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 9.

bersaing dan berupaya untuk melakukan pemasaran dengan baik agar dapat menarik minat peserta didik.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif pada umumnya dalam bentuk kata-kata atau gambaran pernyataan tentang sesuatu yang dinyatakan dalam bentuk penjelasan dengan kata-kata atau tulisan. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, narasi, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto.⁴⁵ Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian meliputi: sejarah singkat berdirinya, letak geografis, visi, misi dan tujuan, struktur organisasi, keadaan guru, keadaan siswa, dan keadaan sarana dan prasarana di MAN 2 Madiun. .

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Sumber data dibagai menjadi dua yaitu:

1) Data Primer

⁴⁵ Dewa Putu Yudhi Ardiana,dkk, *Metodologi Penelitian Bidang Pendidikan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 156.

Data primer adalah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu ataupun kelompok.⁴⁶ Sumber data dalam penelitian ini adalah Kepala MAN 2 Madiun, dan beberapa Guru lainnya. Untuk mendapatkan data primer, peneliti akan mewawancarai sumber data/informan terkait bauran pemasaran pendidikan yang dilakukan di MAN 2 Madiun yang berupa: *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *prosess*.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sumber datanya tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan lewat orang lain atau dokumen.⁴⁷ Sumber data dalam penelitian ini adalah data-data dokumen di MAN 2 Madiun. Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti mengumpulkan atau meminjam dokumen-dokumen yang dimiliki oleh sekolah seperti dokumen profil sekolah yang berisikan: sejarah sekolah, visi misi sekolah, profil sekolah, data-data mengenai Kepala Madrasah dan para guru, serta struktur organisasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2018), 34.

⁴⁷ Sugiyono, 15.

mendapatkan data. Teknik penelitian yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk saling bertukar informasi, bertukar pikiran, ide, dan gagasan melalui tanya jawab, sehingga dapat disusun dalam makna suatu topik tertentu.⁴⁸ Dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur karena memungkinkan untuk menambahkan pertanyaan baru dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait konteks strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di MAN 2 Madiun. Pihak yang menjadi informasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Kepala sekolah, waka kurikulum, waka humas, komite sekolah, waka kesiswaan dan empat peserta didik.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, yang disertai pencatatan terhadap pelaku objek sarana observasi.⁴⁹ Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi partisipan karena peneliti ikut ambil bagian dari observasi, peneliti bisa terjun langsung kelapangan, lebih memahami apa yang diteliti dan apa saja yang layak untuk dituangkan dalam laporan.

⁴⁸ Luthfiah.dan. Muh. Fitrah, *Metodelogi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Dan Studi Khusus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 67–71.

⁴⁹ Dr.Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif)* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 204.

Peneliti melakukan observasi terkait kegiatan siswa, program keterampilan yang ada di MAN 2 Madiun, dan lokasi MAN 2 Madiun

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, ataupun sebuah karya.⁵⁰ Dokumen yang diteliti bisa berupa dokumen resmi seperti surat putusan, surat intruksi, sementara dokumen tidak resmi seperti surat nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan informasi pendukung terhadap suatu peristiwa.⁵¹ Menurut Albi Anggito menyatakan definisi dokumen adalah catatan kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan karya bentuk. Studi dokumen merupakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵² Dalam studi dokumen ini peneliti memperoleh dokumentasi berupa piagam penghargaan siswa, kegiatan sosialisasi guru dan peserta didik, nota pembayaran setiap bulan di MAN 2 Madiun, sarana dan prasarana, brosur dan benner MAN 2 Madiun, sosial media MAN 2 Madiun, dan data jumlah peserta didik

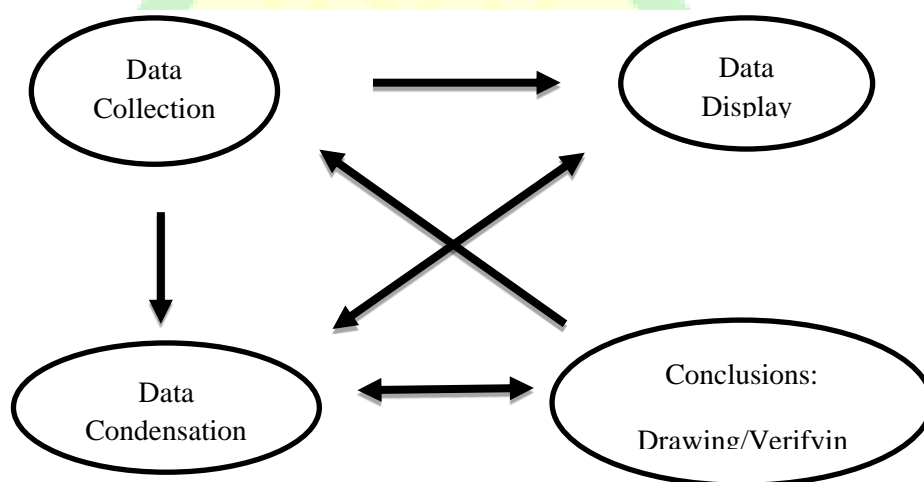
E. Teknik Analisis Data

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 241.

⁵¹ Umar Shidiq dan Moch. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: Nata Karya, 2019), 75.

⁵² Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 145.

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca, diinterpretasikan dan dipahami. Karena karakteristik penelitian ini bersifat kualitatif, Miles, Huberman dan Saldana mengemukakan bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, maka aktivitas dalam analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut⁵³ :



Gambar 3. 1 Komponen dalam Analisis Data (interactive model)

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data penelitian berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi serta triangulasi (gabungan) di lapangan secara objektif. Pengumpulan data dapat dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

⁵³ Miles Matthew B.A. Michael Huberman dan Jonny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcesbooks Edition 3* (Singapore: SAGE Publication, 2014), 12.

Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan, penyederhanaan, pemfokusan, pengabstrakan dan transformasi data yang dikumpulkan melalui penulisan catatan-catatan yang berasal dari lapangan secara tertulis, transkrip atau hasil wawancara, dokumen-dokumen serta materi-materi empiris lainnya. Dengan adanya proses tersebut nantinya diharapkan data yang didapat lebih akurat. Hal ini karena pada proses kondensasi data diperoleh berdasarkan penelitian yang dilakukan secara terus-menerus atau kontinu. Dari berbagai data yang sudah diperoleh, dianalisis, dikumpulkan dan didapatkan untuk memilah, menajamkan, membuang, memfokuskan serta menata data sehingga dapat banyak cara melalui pemilihan, ringkasan bahkan parafrase. Dalam penelitian ini peneliti akan memahami data terkait strategi bauran pemasaran dalam menarik minat peserta didik di MAN 2 Madiun.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Tahapan setelah adanya kondensasi data adalah penyajian data, pada penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bagan, hubungan antar kategori, uraian singkat dan sejenisnya. Dalam penyajian data biasanya menggunakan teks yang bersifat naratif, bertujuan untuk memudahkan dalam memahami apa yang terjadi selanjutnya berdasarkan informasi yang telah dipahami atau yang sudah didapat.

4. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Untuk langkah berikutnya yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang telah disampaikan di awal masih bersifat sementara, yang akan berubah setelah mendapatkan bukti-bukti pada saat pengumpulan data. Namun, apabila bukti-bukti yang didapatkan bersifat valid dan terbukti kebenarannya serta sesuai dengan kesimpulan di awal, maka kesimpulan yang dikemukakan bersifat konsisten dan kredibel lalu dalam penelitian kesimpulan merupakan temuan.

Dalam hal ini peneliti merangkum, memilih pokok-pokok semua data yang telah ditemukan di lapangan mengenai strategi bauran pemasaran dalam menarik minat peserta didik di MAN 2 Madiun dan kemudian disajikan dalam bentuk uraian singkat pada sebuah laporan akhir penelitian, dilanjutkan dengan menarik kesimpulan.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2016) meliputi uji kredibilitas data, uji *transferability*, uji *dependability*, dan uji *confirmability*. Uji keabsahan data dalam penelitian dilakukan agar data penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan. Adapun Teknik pengujian keabsahan data adalah sebagai berikut:⁵⁴

1. Meningkatkan ketekunan.

Ketekunan pengamatan yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data berdasarkan seberapa tinggi derajat ketekunan peneliti di dalam melakukan kegiatan pengamatan. Ketekunan adalah sikap mental yang

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 270–74.

disertai dengan ketelitian dan keteguhan di dalam melakukan pengamatan untuk memperoleh data penelitian.

2. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data yang berasal dari berbagai sumber dengan cara dan berbagai waktu dengan penjelasan sebagai berikut:

- a) Triangulasi sumber, untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber.
- b) Triangulasi teknik, dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya, data yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner.
- c) Triangulasi waktu, data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Proses dari validasi data yang menggunakan triangulasi sumber, maka peneliti melakukan wawancara ulang kepada beberapa informan/sumber yang berbeda namun mereka masih memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Dengan demikian proses yang didapat dari sumber yang satu sudah bisa dan teruji kebenarannya apabila dibandingkan dengan sumber yang berbeda. Selain itu peneliti juga

menggunakan triangulasi teknik yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi, serta membandingkan hasil wawancara dengan sumber-sumber data yang berkaitan.

G. Tahap Penelitian

Tahapan yang dilalui dalam penelitian kualitatif terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap lapangan.⁵⁵

1. Tahap pra-lapangan

Tahap pra-lapangan merupakan tahap awal dalam penelitian. Tahap-tahap pra lapangan diantaranya menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan meniali keadaan lapangan, memilih dan memanfaatkan informan, menyiapkan instrument dan perlengkapan penelitian, dan etika penelitian lapangan.

2. Tahap lapangan

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian menggunakan metode yang telah ditentukan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memerlukan penelitian lapangan untuk memahami latar penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan, dan berperan serta mengumpulkan data.

3. Tahap analisis data

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti melakukan analisis data yang telah diperoleh, baik dari infroman maupun dokumen-dokumen pada tahap sebelumnya. Tahap ini diperlukan sebelum

⁵⁵ Umar Shidiq dan Moch. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, 47.

melakukan penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Sejarah Berdirinya MAN 2 Madiun

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Madiun yang dulunya adalah MAN Rejosari, merupakan rangkaian dari perjuangan para tokoh yang merintis berdirinya lembaga pendidikan islam di Rejosari. MAN Rejosari awal mulanya terletak di dukuh Rejosari Kecamatan Kebonsari Madiun. yang tepatnya berdekatan dengan Pondok Pesantren dan MIN Rejosari. Lembaga ini berada dalam satu kompleks. Dan pada tahun 2005 MAN Rejosari berpindah lokasi keselatan yang tepatnya di dukuh buntu desa Rejosari. Tokoh-tokoh tersebut dipelopori oleh KH. Ali Rohmat selaku pendiri Pondok Pesantren Tarbiyatul Muthatowi'in sebagai berikut:

- a. Pada tahun 1946 berdiri Madrasah Ibtidaiyah.
- b. Pada tahun 1960 berdiri Madrasah Muallimin.
- c. Pada tahun 1969 Madrasah Muallimin tersebut berubah menjadi PGAN 4 tahun.
- d. Pada tahun 1970 berdiri PGAN 6 tahun.
- e. Pada tahun 1978 PGAN 6 tahun berubah menjadi MTsN Rejosari dan MAN Rejosari.
- f. Pada tahun 1979 MAN Rejosari terkena relokasi pindah ke Bondowoso.
- g. Pada tahun 1980 berdiri MAN Kembang Sawit Filial Rejosari.

- h. Pada tahun 1982 MAN Kembang Sawit Filial Rejosari berubah menjadi MAN Rejosari Kabupaten Madiun dengan SK Menteri Agama Nomor 107 tertanggal 17 Maret dan mulai tahun 2018 berubah nama menjadi MAN 2 Madiun.

2. Profil Sekolah

Nama Madrasah	: MAN 2 MADIUN
NPSN	: 20580854
NSM	: 131315190004
Akreditasi	: A (Amat Baik)
SK Kelembagaan	: KMA. No 107 Tahun 1997, tanggal 17 Maret 1997
Tahun Berdiri	: 1997
Alamat Sekolah	: Jl. Ki Ageng Buntu No. 4 Rejosari
Kecamatan	: Kebonsari
Kabupaten	: Madiun
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 63173
Nomor Telepon	: 0351-367909
Email	: manrejosarioperator@yahoo.co.id ,
Situs	: http://manrejosari.blogspot.com
Status Madrasah	: Negeri
Status Gedung	: Milik Sendiri
Luas Tanah	: 5.092M ² . ⁵⁶

⁵⁶ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 04/W/18-III/2023

3. Letak Geografis

Kabupaten Madiun adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. MAN 2 Madiun terletak di Jl. Ki Ageng Buntu No. 04 Ds. Rejosari, Kec. Kebonsari, Kab. Madiun, provinsi Jawa Timur. MAN 2 Madiun ini memiliki letak geografis yang strategis, karena terletak diantara dua Kabupaten, yaitu Kabupaten Madiun dan Kabupaten Magetan, dan disekitarnya berdiri beberapa Pondok Pesantren seperti Pondok Tarbiyatul Mutathowi'in (Pondok Ngujur), Pondok Pesantren Al Ghozali, Pondok Pesantren Tahfidz Usyaqil Qur'an dan beberapa pondok yang lain.

4. Visi, Misi, dan Tujuan MAN 2 Madiun

a. Visi Madrasah

“UNGGUL IPTEK BERLANDASKAN IMTAQ DAN BERBUDAYA LINGKUNGAN”.

Indikator Visi MAN 2 Madiun:

- 1) Prestasi akademik tinggi
- 2) Mampu bersaing disetiap kompetisi akademik
- 3) Tumbuhnya rasa memiliki pada madrasah
- 4) Terjalannya hubungan kekeluargaan antar warga madrasah serta alumni
- 5) Mampu bersaing ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi
- 6) Mampu bersaing di dunia kerja
- 7) Meningkatnya penghayatan dan pengamalan ajaran Islam

- 8) Tinggi pada kepedulian terhadap pelestarian fungsi lingkungan
- 9) Tinggi pada kepedulian terhadap pencegahan pencemaran lingkungan
- 10) Tinggi pada kepedulian terhadap pencegahan kerusakan lingkungan hidup

Visi tersebut diatas mencerminkan cita-cita madrasah yang berorientasi kedepan dengan memperhatikan potensi kekinian, sesuai dengan norma dan harapan masyarakat. untuk mewujudkannya, madrasah menentukan langkah-langkah strategis yang dinyatakan dalam misi madrasah.

b. Misi Madrasah

- 1) Menumbuh kembangkan semangat belajar sepanjang hayat kepada seluruh warga madrasah
- 2) Menciptakan suasana belajar yang nyaman, kondusif dan menyenangkan.
- 3) Melaksanakan strategi pembelajara dan bimbingan secara efektif
- 4) Menumbuh kembangkan semangat keunggulan pada seluruh wagra madrasah.
- 5) Mendorong dan membantu siswa dalam mengenali potensi diri
- 6) Menumbuhkembangkan penghayatan dan pengalaman ajaran islam dalam kehidupan
- 7) Membekali siswa dengan berbagai keterampilan, khususnya keterampilan multimedia, tata boga, tata busana, tata kecantikan
- 8) Meningkatkan kepekaan terhadap pelestarian fungsi lingkungan

9) Meningkatkan kepekaan terhadap pencegahan pencemaran lingkungan

10) Meningkatkan kepekaan terhadap pencegahan kerusakan lingkungan hidup.

c. Tujuan Madrasah

Dengan berpedoman pada visi, misi dan kondisi di madrasah, selanjutnya dirumuskan tujuan madrasah yang ingin dicapai pada tahun pelajaran 2019/2020, yaitu sebagaimana berikut:

- 1) Menghasilkan lulusan yang berkualitas, beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam.
- 2) Menampilkan sikap sopan dan santun, berbudi pekerti yang mulia sebagai cerminan dari hamba yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT.
- 3) Meningkatkan prestasi siswa di bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya.
- 4) Menyiapkan dan membekali siswa dengan berbagai konsep dasar keilmuan
- 5) Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana dan fasilitas yang mendukung peningkatan prestasi akademik dan non akademik.
- 6) Menjadikan madrasah mampu dalam pelestarian fungsi lingkungan untuk mengantarkan madrasah menjadi madrasah adiwiyata tingkat provinsi,

- 7) Mengantarkan madrasah dalam pencegahan terhadap pencemaran lingkungan sehingga mewujudkan madrasah adiwiyata jawatimur.
- 8) Menanamkan kepedulian kepada warga madrasah dalam pencegahan kerusakan lingkungan hidup.⁵⁷

5. Struktur Organisasi

Organisasi dapat diartikan sebagai struktur penempatan anggota dalam kelompok kerja, dengan menempatkan hubungan antara orang dengan kewajiban, hak, dan tanggung jawab masing-masing. Berikut struktur organisasi MAN 2 Kabupaten Madiun.



Gambar 4. 1 Struktur Oranisasi MAN 2 Madiun

⁵⁷ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor:04/D/18-III/2023

6. Guru dan Karyawan MAN 2 Madiun

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor terpenting yang ada pada sebuah organisasi. Karena, sumber daya manusia inilah yang dapat menggerakkan sebuah organisasi. Di lembaga pendidikan, sumber daya manusia berarti semua warga madrasah yang terdapat dalam lembaga madrasah seperti kepala madrasah, guru, siswa, tenaga kependidikan, dan lain-lain termasuk di MAN 2 Madiun. Berikut merupakan bagian dari sumber daya manusia pada MAN 2 Madiun.

Tabel 4.1 Daftar Tenaga Pendidik MAN 2 Madiun

NO	NAMA / NIP	PENDIDIKAN TERAKHIR	JABATAN
1	Drs. Ghulam Zmroni, M.Sc NIP. 196808201995031005	S-1 Pend Matematika S-2 Master of Sains	Kepala Madrasah
2	Bashiroh Mulatinah, S.Pd NIP. 197105221998032001	S-1 Pend Fisika	Guru Fisika Pembina Pramuka Wali Kelas XI MIPA
3	Sulistyaningsum, S.Pd NIP. 196702221998032004	S-1 Matematika	Guru Matematika Tatib siswa
4	Siti Romlah, S.Pd, M.PdI NIP. 197209011998032004	S-1 Pend. Ekonomi S-2 PAI	Guru Ekonomi & PKWU Wali Kelas XI IIS
5	Asmadi Kuntjung, S.Pd NIP. 196506091999031004	S-1 Penjaskes	Guru Penjaskes Tatib siswa Pembina OR
6	Nurul Jamilah, S.Ag NIP. 196805071999032001	S-1 Pend. Agama Islam	Guru Fiqih Wali Kelas X IIK Pembina Keagamaan
7	Munirul Ikhwan, M.Pd NIP. 197408221998031001	S-2 Pend Bahasa Inggris	Guru Bhs. Inggris Pokja Kurikulum Pengelola Keterampilam
8	Azizah Wijayanti AR, S.Pd NIP. 197408052003122001	S-1 Pend. Biologi	Guru Biologi Waka Kurikulum Koordinator Keterampilam
9	Zaenudin, S.Ag NIP. 197401012005011005	S-1 Pend. Bhs. Arab	Guru Bhs. Arab

			Kepala LAB Komputer
10	Nur Wahyudi, S.Pd NIP. 197603192005011005	S-1 PKN	Guru PKN Wali Kelas XII MIPA 1 Pembina UKS
11	Moh. Arifin, S.Pd NIP. 197204152006041010	S-1 Pend. Seni Rupa	Guru Seni Budaya Wali Kelas XI IIK Pembina PMR
12	Lilik Hasnaningsih, S.Pd NIP. 197706052007012038	S-1 Pend. Bhs. Inggris	Guru Bhs. Inggris Kepala Perpustakaan Wali Kelas XII IIS Pembina Ekstra Musik
13	Binti Afaroh, S.Pd NIP. 197611102007012035	S-1 Pend. Kimia	Guru Kimia Waka Humas Pembina Kopsis
14	Sri Nawang S, S.Pd NIP. 197305062007012024	S-1 Pend. Ekonomi	Guru Ekonomi & PKWU Waka Kesiswaan
15	Lathifah Ihmawati, S,Si NIP. 197905172007102007	S-1 Sains	Guru Biologi Wali Kelas XII MIPA 2 Kepala Lab Biologi Pembina Padus
16	Sri Wahyuningsih, S.Pd NIP. 197904292005012004	S-1 BP	Guru BK Koordinator Piket
17	Anas Yusuf, S.Pd NIP. 196303032014121001	S-1 Pend. Bahasa Indonesia	Guru Bhs. Indonesia Pembina Teater
18	Rahman Agus P, S.Pd. I NIP. 198708172019031011	S-1 Pend. Agama Islam	Guru SKI, Aqidah Akhlak & Ilmu Tafsir Pembina KIR
19	Evi Zuliantika, S.Pd.I NIP. 199002192019031014	S-1 Pend. Agama Islam	Guru SKI, Qurdist, & Ilmu Hadist Pembina OSIS
20	Randa widianto, S.Pd.I NIP. 199307012019031014	S-1 Pend. Agama Islam	Guru SKI, Qurdist, & Aqidah Akhlak Wali Kelas X MIPA Pokja Kurikulum

21	Anifah Dwi K, S.Pd	S- 1 Pend. Agama Islam	Guru Aqidah Akhlak & Sejarah Indonesia Pembina PMR
22	Chandra Dwi W, S.Pd	S-1 Pend. Geografis	Guru Geografis & Sejarah Pembantu Pembina KIR
23	Fitriyatur Rofida, S.Pd	S-1 Matematika	Guru Matematika Pembina Paskib Pembantu Pembina Pramuka
24	Jamilatul Kiptiyah, S.Pd	S-1 Matematika	Guru Matematika
25	Sari Udayana	Tata Busana	Guru Keterampilan Tata Busana
26	Rosikhon Ali Muhsin, S.Pd	S-1 IPS	Guru Sejarah Indonesia & Sosiologi Pembina Pramuka

Tabel 4. 2 Daftar Tenaga Kependidikan MAN 2 Madiun

NO	NAMA/NIP	P/L	JABATAN
1	Nanang Yuniawan SE NIP. 197704212009101003	L	Kepala Tata Usaha
2	Adam Basyarruddin Almabrury	L	Staf TU/ Operator
3	Lilik Royana NIP. 197706022014122002	P	Staf TU
4	Nur Khalis	L	Staf TU1
5	Fhebry Prastian Kusuma Putra	L	Staf TU

Tabel 4. 3 Jumlah Peserta Didik MAN 2 Madiun

NO	KELAS	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	X A	8	15	23
2	X B	8	15	23
3	XI MIPA	9	24	33
4	XI IIS	9	11	20
5	XI IIK	7	6	13
6	XII MIPA	7	13	20
7	XII IIS	9	5	14
8	XII IIK	3	4	7
	Total	60	93	153

7. Sarana dan Prasarana MAN 2 Madiun

Sarana adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dalam menunjang proses pendidikan. Sedangkan prasarana adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang jalannya proses pendidikan. Sarana prasarana pendidikan di MAN 2 Madiun meliputi:

Tabel 4. 4 Sarana dan Prasarana MAN 2 Madiun

No	JENIS BANGUNAN	Jumlah	KONDISI BANGUNAN		
			Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
1	Ruang Kepala Sekolah	1	1	-	-
2	Ruang Wakil Kepala Madrasah	1	1	-	-
3	Ruang Kelas	14	9	5	-
4	Ruang Guru	1	1	-	-
5	Ruang Tata Usaha	1	1	-	-
6	Ruang Multimedia	1	1	-	-
7	Perpustakaan	1	1	-	-

8	Lab. Biologi	1	1	-	-
9	Lab. Bahasa	1	1	-	-
10	Ruang UKS	1	1	-	-
11	Mushola	1	1	-	-
12	WC	11	11	-	-
13	Gudang	1	1	-	-
14	Ruang Sirkulasi	1	1	-	-
15	Tempat Bermain/Sirkulasi	1	1	-	-
16	Ruang Komputer	1	1	-	-
17	Aula	1	1	-	-
18	Lapangan	1	1	-	-

8. Prestasi Peserta Didik MAN 2 Madiun

Prestasi merupakan hasil usaha yang dicapai dari apa yang dikerjakan atau diusahakan. Berikut adalah beberapa prestasi yang diraih oleh peserta didik MAN 2 Madiun.

Tabel 4. 5 Prestasi Peserta Didik MAN 2 Madiun

No	Nama	Kelas	Prestasi		
			Keterangan	Penyelenggara	Tahun
1	Binti Nur Mahmudah	XI IIK	Juara 3 Lomba KSM Mapel Matematika Tingkat Kabupaten/Kota	Kemenag Kab. Madiun	2021
2	Putri Hesti Setyaningrum	XII MIA 1	Juara 3 Lomba KSM Mapel Kimia Tingkat Kabupaten/Kota	Kemenag Kab. Madiun	2021
3	Ambar Dwi Agistin	XII MIA 1	Juara 1 Pidato Bahasa Inggris Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
4	Vivi Aulia Husna	XII MIA 2	Juara 2 Pidato Bahasa Arab Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021

5	Nur Lailatul M	XII IIS	Juara Harapan 2 Cipta Baca Puisi Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
6	Imroatul Mahmudah	XII MIA 1	Juara 1 Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ) Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
7	Volly Putri MAN 2 Kab. Madiun	-	Juara 3 Volly Putri Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
8	Anissaul Sani	XII IIS	Juara 3 Musabaqah Fahmil Al-Qur'an Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
	Nur Zanah	XII MIA 2			
	Madila	XI MIA			
9	Khafidotun Nailassana	XII MIA 1	Juara Harapan 3 Cipta Baca Puisi Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
10	Laili Nur Hidayah	XII MIA 1	Juara 2 MTQ Putri Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
11	Faridatul Hidayah	XII MIA 2	Juara Singer Putri Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
12	Irfan Nur Wahid	X MIA	Juara Harapan 1 Lari 100 Meter Putra Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
13	Edo Prasetyo W	X MIA	Juara 1 Singer Putra Tingkat MA Se-Kabupaten Madiun (Porseni)	Kemenag Kab. Madiun	2021
14	Irvan Nuril Azis	X MIA 1	Lolos Seleksi PASKIBRA di Tingkat Kabupaten Madiun		2022
15	Pinkan Sabrina Ramadhani	XI MIA	Juara Harapan 3 KSM Mapel Kimia Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
18	Muhammad Hanif Murtadho	XI MIA	Juara Harapan 2 KSM Mapel Kimia Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
19	Miftakhudin	XII MIA	Juara Harapan 2 KSM Mapel Biologi Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022

20	Nabila Zahra Munfaati	XI MIA	Juara 2 KSM Mapel Biologi Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
21	Fadhil Muhammad	XI MIA	Juara Harapan 2 KSM Mapel Ekonomi Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
22	Lailatun Ni'mah	XI IIS	Juara 1 KSM Mapel Ekonomi Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
23	Rofiatul Khasanah	XI MIA	Juara 3 Musabaqah Fahmil Qur'an (MFQ) Tingkat MA Kab. Madiun	Kemenag Kab. Madiun	2022
	Umayya Firda	X A			
	Amalia Nafissatul	X B			

B. Deskripsi Data

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan menuntut setiap lembaga pendidikan untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien. Pemasaran merupakan kegiatan utama yang bertujuan untuk menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam pelaksanaan pemasaran yang tepat akan memicu tumbuh kembangnya lembaga pendidikan tersebut.

Strategi pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai cara salah satunya adalah menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam sebuah perusahaan maupun organisasi, dimana perusahaan atau organisasi tersebut mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran. MAN 2 Madiun merupakan sekolah lembaga pendidikan yang menggunakan bauran pemasaran dalam menarik minat peserta didik.

1. Penerapan Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Dalam rangka mempertahankan eksistensi lembaga dalam persaingan yang semakin kompetitif, memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memilih layanan jasa pendidikan. MAN 2 Madiun menerapkan beberapa teori bauran pemasaran diantaranya:

a) *Product* (Produk)

Produk merupakan hal paling utama yang ditawarkan oleh sekolah kepada pihak pengguna jasa. Dalam konteks pendidikan produk dalam sekolah berupa reputasi, sudut pandang, serta pelayanan pendidikan. Dalam hal tersebut sekolah harus memperhatikan kualitas produknya. Produk dari sekolah merupakan ciri khas bagi sekolah guna untuk menarik minat siswa dan mempertahankan eksistensi dari sekolah tersebut. Dalam menghasilkan generasi yang unggul MAN 2 Madiun membekali para siswanya dengan berbagai hal, diantaranya:

1. Program unggulan

MAN 2 Madiun memiliki beberapa jurusan yaitu, MIPA, IPS, dan Keagamaan. Dengan adanya jurusan tersebut diharapkan dapat menjadikan daya tarik peserta didik dan masyarakat. Hal tersebut juga disampaikan oleh bapak Drs. Ghulam Zamroni, M.Sc selaku kepala sekolah MAN 2 Madiun sebagai berikut:

“Untuk jurusan di MAN 2 Madiun ada 3 yaitu: MIPA, IPS dan IIK”⁵⁸

⁵⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/13-III/2023

Selain itu MAN 2 Madiun juga menawarkan program unggulan yaitu keterampilan diantaranya tata boga, tata busana, tata kecantikan, serta multimedia. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Azizah Wijayanti AR, S.Pd selaku waka kurikulum sebagai berikut:

“Program unggulan yang ada di madrasah kita yaitu yang bersangkutan dengan mapel artinya disini karena kita itu adalah MA plus kerampilan. Sehingga program yang ditanamkan adalah ya di keterampilan.”⁵⁹

Hal tersebut juga di sampaikan oleh Ibu Sri Nawang S. S.Pd selaku waka kesiswaan sebagai berikut:

“Di sekolah ini kita mengunggulkan keterampilan yang ada. Madrasah ini, ada 4 keterampilan yang kita tonjolan yaitu: keterampilan tata busana, tata boga, tata kecantikan, dan multimedia, itu yang bisa dilakukan MAN 2 berkaitan dengan program unggulan di MAN kami, terus dari keterampilan itu kita juga kerja sama dengan balai latihan kerja, kemudian studio, kemudian UNESA jika itu untuk mendukung program kita di program keterampilan. Selain itu kami juga menyelenggarakan gebyar atau unjuk rasa dari keterampilan-keterampilan yang ada.”⁶⁰

Hal tersebut juga selaras dengan yang dikatakan oleh Ibu Binti Afaroh S.Pd selaku waka humas, sebagai berikut.

”Madrasah kita sama dengan sekolah tingkat SMA, berarti yang dipentingkan ya masih tetap kualitas, seperti sekolah regular biasa yang dipentingkan prestasi agar bisa kuliah. Kemudian ada plus keterampilan untuk membekali siswa misalnya besok kalau kuliah ya bisa untuk berwiraswasta kalau tidak ada dana bisa mencari tambahan biaya hidup. Kalau tidak kuliah bisa untuk siap kerja.”⁶¹

⁵⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 02/W/13-III/2023

⁶⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/18-III/2023

⁶¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/18-III/2023

Hal tersebut juga relevan dengan apa yang peneliti temui dalam observasi pada tanggal 27 Maret 2023. Terdapat pada brosur penerimaan peserta didik baru MAN 2 Madiun yang mencantumkan 3 jurusan yaitu: IPA, IPS, dan Keagamaan, selain itu pada brosur terdapat program-program keterampilan diantaranya: tata boga, tata busana, tata kecantikan, dan multimedia. MAN 2 Madiun juga bekerjasama dengan dalam program keterampilan diantaranya: BLK Caruban, Dunia Usaha Dunia Industri, dan Universitas Negeri Surabaya.⁶²

2. Pembiasaan peserta didik

Selain program-program tersebut MAN 2 Madiun juga menerapkan pembiasaan-pembiasaan bagi siswa diantaranya, upacara, do'a bersama, istighosah. perwalian, kajian kitab, dan gerakan literasi.

Hal tersebut dikatakan oleh Ibu Sri Nawang S. S.Pd selaku waka kesiswaan, sebagai berikut

“Kita banyak sekali kegiatan rutin ataupun pembiasaan yang ada di madrasah. Setiap harinya kita di mulai masuk pukul 06.45 WIB kemudian apel dihalaman setiap harinya, kemudian berdo'a, membaca asmaul husna, kemudian pembelajaran mulai pukul 07.00. WIB Kalau pembiasaan lainnya selain apel itu tadi, ada di hari senin itu ada 3 kegiatan yaitu kegiatan mulai dari upacara, perwalian, dan istighosah. Di hari selasa, rabu, Kamis pembiasaan apel do'a bersama, kemudian hari jum'at kita ngaji kitab kuning dihalaman sedangkan untuk bapak ibu guru di mushola, dan hari sabtu ada sabtu literasi dan sabtu sehat. Akan tetapi setelah pandemi ini kami jadwalkan semua kegiatan pada hari senin kecuali mengaji itu. Misalnya senin minggu pertama itu kami melakukan upacara, senin minggu ke dua

⁶² Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 18/D/27-III/2023

perwalian, senin minggu ke tiga istighosah, dan senin minggu keempat itu gerakan literasi”⁶³

Hal tersebut juga relevan apa yang penulis temui pada saat melakukan observasi pada tanggal 20 Maret 2023 siswa dan sebagian guru melaksanakan kegiatan istighosah bersama di mushola MAN 2 Madiun yang dipimpin oleh salah satu siswa MAN 2 Kabupaten Madiun.⁶⁴ Pada tanggal 21 Maret 2023 peneliti juga melakukan observasi di MAN 2 Kabupaten Madiun. Siswa dan Sebagian guru melaksankan apel pagi dan juga diiringi dengan do’a bersama, membaca asmaul husna, dan surat-surat pendek, pada saat itu siswa membacakan surat At-tariq ayat 1-17.⁶⁵ Pada tanggal 27 Maret 2023 peneliti juga melakukan observasi pada saat siswa melaksanakan kegiatan gerakan literasi. Pada saat itu gerakan literasi di pimpin oleh bapak Anas Yusuf, S.Pd materi yang diberikan terkait dengan karya sastra. Pada saat itu bapak Anas Yusuf menjelaskan terkait dengan karya sastra kemudian siswa mendengarkan dan menulis terkait kesimpulan yang materi yang diberikan oleh bapak Anas Yusuf.⁶⁶ Kemudian pada tanggal 31 Maret 2023 peneliti juga melakukan observasi. Pada saat itu siswa MAN 2 Madiun melaksanakan kegiatan kajian kitab sulam taufiq yang dipimpin langsung oleh ustad Muhajir, salah satu menantu pengasuh pondok pesantren Tarbiyatul Mutathowi’in.⁶⁷

⁶³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/18-III/2023

⁶⁴ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 14/D/20-III/2023

⁶⁵ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 15/D/21-III/2023

⁶⁶ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 19/D/27-III/2023

⁶⁷ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 21/D/23-III/2023

b) *Price* (Harga)

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh orang tua siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan oleh suatu sekolah. Harga atau biaya pendidikan menjadi salah satu pertimbangan terpenting oleh orang tua siswa. Setiap dari orang tua pasti mempertimbangkan terkait harga, fasilitas, serta program yang diberikan oleh sekolah kepada peserta didik. Apalagi dalam lingkungan perdesaan, yang orang tua yang memilihkan sekolah anaknya yang relative terbilang lumayan murah. Biaya untuk sekolah di MAN 2 Madiun relative cukup murah. Hal tersebut disampaikan oleh Bu Hj Siti Romlah, S.Pd., M.Pd.I. sebagai berikut:

“Kalau disini istilahnya sumbangan pembinaan pendidikan (spp) itu infaq. kalau disini pembayaran infaq setiap bulannya adalah Rp.75.000. Untuk biaya lainnya itu tidak ada sudah input masuk kedalam infaq satu bulan Rp. 75.000”⁶⁸

Harga dalam konteks pendidikan sangat penting karena adanya kegiatan sekolah akan berjalan sesuai dengan biaya pendidikan. Terdapat dua sumber dana yang ada di MAN 2 Madiun yaitu dari Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) yang diberikan oleh pemerintah dan dari orang tua siswa. Hal tersebut disampaikan oleh Bu Hj Siti Romlah, S.Pd., M.Pd.I. selaku komite sekolah sebagai berikut:

“Kalau sumber dana yang saya ketahui itu ada 2 yaitu infaq dari wali murid dan DIPA dari pemerintah. Pembiayaan ada dua misalnya pembiayaan untuk ekstrakurikuler itu yang digunakan

⁶⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/13-III/2023

adalah dari DIPA kalau dari DIPA tidak cukup ya diambilkan dari infaq yang Rp. 75.000 itu. Kalau semua kegiatan-kegiatan di MAN sini itu seperti itu caranya. Kalau kegiatan keagamaan seperti isra' mi'raj, maulid nabi itu tidak bisa diambilkan dari DIPA akan tetapi diambilkan dari infaq wali murid yang dikelola oleh komite gitu. Jadi uang 75.000 itu dirinci gitu ya kamudian saya mengeluarkan itu berdasarkan rencana kerja dan rencana anggaran yang harus dikeluarkan gitu. Jadi misalnya ada yang butuh Bu minta ini minta itu saya harus lihat RK (rencana kerja) nya ada nggak, kalau nggak ada saya nggak mau”⁶⁹

Hal tersebut juga dikatakan oleh Bapak Drs.Ghulam Zamroni

M.Sc Selaku kepala sekolah, sebagai berikut:

“Dari Pemerintah DIPA dan dari sumbangan orang tua (melalui Komite Madrasah)”.⁷⁰

Sedangkan biaya untuk murid baru tahun 2023/2024 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Biaya Daftar Ulang Siswa Baru MAN 2 Madiun

No.	Nama Barang	Harga	
		Putra	Putri
1	Topi	Rp. 20.000	-
	Jilbab 3 x @ Rp 27.000	-	Rp. 81.000
2	Kaos Olah Raga	Rp. 90.000	Rp. 90.000
3	Bed	Rp. 25.000	Rp. 25.000
4	Jas almamater	Rp. 130.000	Rp. 130.000
5	Dasi 2 buah	Rp. 24.000	Rp. 24.000
6	Asduk	Rp. 20.000	Rp. 20.000
7	Seragam almamater	Rp. 125.000	Rp. 130.000
8	Ongkos jahit 1stel almamater	Rp. 80.000	Rp. 75.000
9	Ikat pinggang	Rp. 15.000	-
10	Kartu pelajar	Rp. 25.000	Rp. 25.000

⁶⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor:03/W/13-III/2023

⁷⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/13-III/2023

11	Sumbangan sukarela bulan Juli 2023	Rp. 85.000	Rp. 85.000
12	Latihan Qurban	Rp. 25.000	Rp. 25.000
13	Kalender	Rp.25.000	Rp. 25.000
Jumlah		Rp. 689.000	Rp. 735.000

Berdasarkan hasil wawancara tersebut terlihat bahwa biaya sekolah di MAN 2 Madiun untuk siswa lama membayar infaq atau sumbangan pembinaan pendidikan (SPP) dalam setiap tahunnya Rp. 900.000, sedangkan siswa baru untuk perempuan adalah Rp. 735.000, dan untuk laki-laki Rp.689.000.

Untuk mempermudah dan tidak memberatkan wali murid pihak komite sekolah menerapkan aturan pembayaran yang dilakukan di MAN 2 Madiun dengan membayar setiap bulannya yaitu sebesar Rp.75.000.⁷¹ Akan tetapi ada juga siswa yang telat membayar sampai lulus dari MAN 2 Madiun. Dengan kejadian seperti itu jika ada siswa yang sudah lulus akan tetapi masih punya tanggungan di sekolah maka ijazah tidak diberikan sebelum melunasi semua tanggungan yang belum dibayar selama sekolah di MAN 2 Madiun.⁷²

c) *Place* (Lokasi)

Dalam konteks pendidikan *place* merupakan dimana lokasi sekolah, berdiri sekolah, serta melangsungkan kegiatan sekolah. MAN 2 Madiun memiliki letak geografis yang terbilang belum starategis akan

⁷¹ Lihat Traskip Wawancara Nomor: 31/D/31-III/2023

⁷² Lihat Traskip Wawancara Nomor: 03/W/13-III/2023

tetapi mudah diakses oleh masyarakat. Hal tersebut juga dikatakan oleh

Ibu Sri Nawang S. S.Pd selaku waka kesiswaan, sebagai berikut:

“Kalau dilihat dari strategisnya pasti tidak strategis tetapi kalau dijangkaunya iya. Kenapa kok tidak strategis karena disini persaingan di daerah Madiun selatan ini sangat ketat. Kita dilingkungan sekolah-sekolah dan juga dimasyarakat yang ada. MAN saja 1 kecamatan ada 2 kemudian belum SMK ada juga untuk MA swasta. Untuk strategisnya pastinya kita berlomba-lomba bagaimana kita menarik siswa untuk bersekolah di MAN 2 ini. Kalau terjangkaunya, sudah terjangkau karena kita juga mudah untuk akses menuju ke MAN 2, jalan juga sudah aspal karena ini yang bermasalah tentang saingan karena banyak sekali madrasah-madrasah dan sekolah umum yang berada di sekitar kita. Tetapi kelebihan kita adalah kita dekat dengan pondok, bukan hanya satu pondok akan tetapi beberapa pondok seperti pondok hafalan dan juga pondok-pondok seperti pondok yang lainnya.”⁷³

Hal tersebut juga sependapat dengan Ibu Binti Afaroh S.Pd, sebagai berikut

“Kalau strategisnya belum karena letaknya relative ke dalam. Kalau dilihat belum punya muka karena tidak berada di tepi jalan raya. Kalau dulukan rencannya mau di kasih sebelah MTs sana tapi kemudian dapatnya tanah ya disini. Kalau menuju lokasi relative mudah karena jalannya juga sudah aspal. Kalau lokasi ya bisa dibilang lumayan lah”⁷⁴

Hal tersebut relevan dengan apa yang peneliti peroleh pada saat observasi Madiun. MAN 2 Madiun berlokasi di dalam perdesaan dan lumayan jauh dari jalan raya, akan tetapi dalam menuju MAN 2 Madiun mudah diakses karena sudah beraspal, dan tidak mudah macet sehingga mudah untuk diakses oleh masyarakat.⁷⁵

MAN 2 Madiun merupakan sekolah yang terletak didesa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun, dalam satu desa

⁷³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/18-III/2023

⁷⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/18-III/2023

⁷⁵ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 05/D/13-III/2023

terdapat dua lembaga pendidikan yang tingkatan derajatnya sama yaitu Madrasah Aliyah Negeri. Hal tersebut tentunya membuat kedua lembaga pendidikan tersebut berlomba-lomba dalam menarik peserta didik.⁷⁶

d) *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah hal yang sangat penting yang dilakukan bagi pendidikan. Pemasaran merupakan aktivitas terpenting untuk menyampaikan informasi kepada pengguna jasa pendidikan. MAN 2 Madiun menerapkan promosi melalui media sosial, brosur, kunjungan ke MTs, dan benner. Hal tersebut dikatakan oleh Ibu Binti Afaroh S.Pd selaku waka humas, sebagai berikut

“Karena sekarang zamannya zaman teknologi publikasinya ya di teknologi. Ada publikasi langsung di tepi jalan raya (benner) dan juga lewat sosial media. Untuk publikasi yang benner itu kita sebarkan dibeberapa wilayah. Untuk yang sosial media jika ada pelaksanaan kegiatan itu langsung kita publikasikan lewat instagram, facebook, web madrasah, youtube.”⁷⁷

Hal tersebut juga dikatakan oleh Ibu Sri Nawang S. S.Pd selaku waka kesiswaan, sebagai berikut

”Sama seperti perusahaan sekolah juga penting untuk melakukan pemasaran atau promosi ke madrasah ibtdaiyah atau ke SMP-SMP yang ada. Kita tetap melakukan promosi-promosi, terobosan-terobosan baru untuk meningkatkan jumlah siswa kita. Ada kunjungan dari rumah, ada sosialisasi di MTS ataupun di SMP kemudian kita melakukan gebyar madrasah untuk menarik siswa agar mengikuti kegiatan tersebut dan banyak lagi yang kita lakukan dalam rangka pemasaran untuk memperkenalkan madrasah kita ke masyarakat.”⁷⁸

⁷⁶ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 24/D/31-III/2023

⁷⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/18-III/2023

⁷⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/18-III/2023

Hal tersebut relevan dengan apa yang peneliti temukan melalui instagram, facebook, youtube, website MAN 2 Madiun,⁷⁹ MAN 2 Madiun juga memanfaatkan tepi jalan raya untuk memasang spanduk atau benner guna untuk memberi informasi secara luas terkait MAN 2 Madiun.⁸⁰ Selain itu MAN 2 Madiun juga melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah yang dilakukan oleh organisasi intra sekolah (OSIS) dan didampingi oleh sebagian guru untuk melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah khususnya MTs.⁸¹

e) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan lingkungan belajar untuk siswa. Selain itu juga bisa berupa fasilitas yang dimiliki oleh sekolah untuk menjadikan kepuasan bagi pelanggan jasa. MAN 2 Madiun memiliki luas tanah 5.092 m² yang dibangun menjadi 2 lantai. Sekolah memiliki 10 ruang kelas. Salah satu bukti fisik yang dapat diberikan oleh MAN 2 Madiun yaitu sarana dan prasarana, serta fasilitas yang memadai untuk proses pembelajaran. MAN 2 Madiun juga secara terus menerus memperbaiki sarana dan prasarana. Hal tersebut juga disampaikan oleh waka kurikulum Ibu Azizah Wijayanti AR. S.Pd sebagai berikut

“Kalau secara dasarnya sarana dan prasarana itu sudah mencukupi namun ada kurangnya. contohnya adalah olahraga yaitu di futsal sama voly, akan tetapi sekarang ini masih proses diperbaiki. Untuk yang lain mapel keterampilan kita sudah memiliki peralatan yang lumayan bisa digunakan untuk mereka melaksanakan keterampilan sesuai apa yang ditanamkan diri sendiri. Kemudian untuk sarana yang lain mungkin di LCD, kita

⁷⁹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 10/D/18-III/2023

⁸⁰ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 16/D/27-III/2023

⁸¹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 23/D/31-III/2023

masih kurang akan tetapi kita juga berusaha untuk menambahkan lagi.”⁸²

Hal tersebut juga dikatakan oleh Ibu Binti Afaroh S.Pd selaku waka humas, sebagai berikut

“Untuk fasilitas kelas sudah standarnya, cuma isinya yang belum. Kalau bangunan gedungnya juga sudah dan sesuai standart. Untuk ruang kelas mungkin sudah cukup yang belum itu di keterampilan masih di proses pemenuhan alat-alatnya”⁸³

2. Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Minat dapat dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya yaitu terdapat motivasi dalam diri seseorang dan juga rasa ketertarikan atau kesenangan yang muncul dari diri seseorang. Minat peserta didik merupakan kecenderungan hati yang mengandung unsur perasaan senang, perhatian, keinginan untuk bersekolah yang mereka inginkan. Minat peserta didik dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya dikatakan oleh Nikmatul Hasanah selaku siswa MAN 2 Madiun sebagai berikut:

“Ya. Saya sekolah di MAN 2 Madiun karena adanya motivasi dari orang tua saya untuk selalu mengingatkan saya untuk belajar ilmu agama dan juga ilmu umum. Dengan bersekolah di MAN 2 Madiun saya bisa meneruskan ngaji kitab saya karena saya waktu MTs berada di pondok pesantren Tarbiyatul Mutathowi'in dan MAN 2 Madiun merupakan lembaga yang masih satu lembaga dengan pondok pesantren Tarbiyatul Mutathowi'in. Selain itu saya juga memperoleh ilmu umum yang ada di MAN 2 Madiun”.⁸⁴

Hal tersebut juga dikatakan Binti Nur Mahmudah selaku siswa MAN 2 Kabupaten Madiun, sebagai berikut:

“Karena MAN 2 Kabupaten Madiun sekolah negeri yang masih bernaungan dengan pondok pesantren tarbiyatul mutathowi'in.

⁸² Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 02/W/13-III/2023

⁸³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/18-III/2023

⁸⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor:06/W/29-III/2023

Selain saya dapat mempelajari ilmu umum saya juga dapat mempelajari ilmu-ilmu agama. Selain itu saya juga di motivasi oleh kyai saya untuk melanjutkan sekolah di MAN 2 Madiun. Saya juga tertarik dengan ekstrakurikuler yang ada di MAN 2 Kabupaten Madiun khususnya tahfidz qur'an".⁸⁵

Selain dengan dekat pondok pesantren minat peserta didik juga dipengaruhi oleh adanya program baru yang ada di MAN 2 Madiun. Program yang ada di MAN 2 Madiun diantaranya program keterampilan yang dimanfaatkan untuk mengembangkan bakat dan minat peserta didik. Seperti halnya yang dikatakan oleh Serinda Fatimah Azzahra selaku siswa MAN 2 Madiun, sebagai berikut

"Iya, saya sangat tertarik dengan program yang ada di MAN 2 Madiun. Saya sangat tertarik dengan multimedia karena saya suka memfoto dan membuat video. Selain itu saya juga suka membuat makanan dan di MAN 2 Madiun ada program keterampilan tata boga dengan mengikuti program tersebut saya bisa berlatih memasak. Selain itu MAN 2 Madiun juga ada program keterampilan lainnya."⁸⁶

Hal tersebut juga dikatakan oleh Litha Devi Afrilya selaku siswa MAN 2 Madiun sebagai berikut:

"Mulai dari SMP saya sudah mengetahui MAN 2 Madiun dan saya waktu SMP sudah berniat untuk bersekolah di MAN 2 Madiun karena MAN 2 Madiun memiliki program baru yaitu program keterampilan dan saya tertarik dengan program-program tersebut salah satunya adalah tata boga."⁸⁷

Hal tersebut juga relevan dengan apa yang peneliti temui pada saat observasi pada tanggal 29 Maret 2023. Pada saat peneliti melakukan penelitian terkait program keterampilan yang ada di MAN 2 Madiun dimulai pukul 11.00 WIB sampai pukul 15.00. Pada saat itu terjadwalkan siswa

⁸⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/29-III/2023

⁸⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 08/W/29-III/2023

⁸⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/29-III/2023

kelas 10 yang melaksanakan program keterampilan. Setiap siswa memilih salah satu program keterampilan yang ada sesuai dengan minat dan bakat masing-masing siswa.⁸⁸

Terait program yang ada di MAN 2 Madiun baik program ketrampilan maupun program keagamaan yang ada di MAN 2 Madiun menjadi salah satu strategi yang dilakukan MAN 2 Madiun untuk menarik minat peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara kepada alumni MAN 2 Madiun ia juga merekomendasikan program- program yang ada di MAN 2 Madiun kepada orang lain. Hal tersebut di katakana oleh Litha Devi Afrilya selaku siswa MAN 2 Madiun, sebagai berikut:

“Iya, saya juga menyarankan kepada adik saya untuk bersekolah di MAN 2 Madiun, karena menurut saya MAN 2 Madiun ini sekolah yang memiliki tingkat keagamaan yang cukup bagus karena masih selingkup dengan pondok pesantren. selain itu MAN 2 Madiun juga memiliki program keterampilan baru”⁸⁹

Faktor lain yang menjadikan daya tarik tersendiri adalah dengan adanya sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pembelajaran sehingga peserta didik nyaman dengan pembelajaran tersebut. Hal tersebut juga dikatakan oleh Binti Nur Mahmudah selaku siswa MAN 2 Madiun, sebagai berikut

”Untuk sarana dan prasana di sekolah menurut saya sudah cukup menunjang pembelajaran. Namun dari sisi yang lain masih ada yang harus ditambahai dan diperbaiki. Namun saat ini MAN 2 Madiun sedang melaksanakan renovasi dan juga sarana dan prasarana.”⁹⁰

Selain itu adalah terciptanya lingkungan yang nyaman tentunya menjadi faktor agar peserta didik betah dan nyaman untuk bersekolah di

⁸⁸ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 20/D/29-III/2023

⁸⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/29-III/2023

⁹⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/29-III/2023

MAN 2 Madiun. Hal tersebut juga dikatakan oleh Binti Nur Mahmudah selaku siswa MAN 2 Madiun, sebagai berikut

“Ya, lingkungan yang diciptakan membuat saya nyaman untuk bersekolah di MAN 2 Kabupaten Madiun. Kami juga selalu menyapa di jam luar mata pelajaran kalau bertemu guru.”⁹¹

MAN 2 Madiun merupakan sekolah yang menerapkan bauran pemasaran yang di bilang bagus. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya siswa dari tahun ke tahun. Dari tujuh unsur bauran pemasaran yang paling dominan adalah promosi yang dilakukan MAN 2 Madiun. Hal tersebut dikatakan oleh Litha Devi Afrilya sebagai berikut:

“Awalnya saya megetahui MAN 2 Madiun ini dari benner yang dipajang di samping sekolah saya kemudian saya lihat media sosial MAN 2 Madiun apa saja kegiatan yang ada di sana.”⁹²

Promosi yang dilakukan di MAN 2 Madiun menggunakan berbagai media diantaranya yaitu spanduk, brosur dan media sosial. Selain itu MAN 2 Madiun juga melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah.

C. Pembahasan

1. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Kegiatan terpenting dalam pemasaran jasa pendidikan adalah dengan adanya bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan variabel-variabel pemasaran yang digunakan perusahaan atau organisasi untuk mengejar target penjualan yang diinginkan.⁹³ Dalam bauran terdapat unsur-unsur yang dapat mendukung satu dengan lainnya.

⁹¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/29-III/2023

⁹² Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/29-III/2023

⁹³ Nurliah, *Kewirausahaan* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023), 74.

Apabila unsur-unsut tersebut dapat dipadukan dapat menciptakan pemasaran yang efektif dalam memperoleh hati pengguna dan dapat memenangkan persaingan yang ada. Jika sebuah lembaga pendidikan ingin bersaing secara kompetitif mau tidak mau lembaga pendidikan harus menjalankan dan mematuhi prinsip dari bauran pemasaran. MAN 2 Madiun menerapkan beberapa teori baurn pemasaran diantaranya: *product, price, place, promotion, dan physical evidence.*

a. *Proeduct* (produk)

Menurut David Wijaya bauran produk merupakan kumpulan semua produk dan unit produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli.⁹⁴ Produk dalam sebuah lembaga pendidikan adalah kumpulan semua produk jasa pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah terhadap pelanggan jasa pendidikan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan jasa pendidikan. Selain produk dalam bidang akademik, sekolah harus bisa membuat layanan pendidikan lebih bervariasi misalnya adanya kegiatan keagamaan, kesenian, dan olahraga.⁹⁵ Produk dalam jasa pendidikan merupakan ciri khas bagi sekolah untuk menarik minat peserta didik. Produk yang ditawarkan oeh MAN 2 Madiun berupa:

1. Program unggulan

Program unggulan merupakan program yang dikembangkan oleh sekolah. Dalam hal tersebut MAN 2 Madiun mengembangkan

⁹⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 102.

⁹⁵ Faizin Imam, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Jurnal Madaniyah* (2017). 267.

program keterampilan diantaranya: tata boga, tata kecantikan, tata busana, dan multimedia. Dalam pengembangan program keterampilan tersebut MAN 2 Madiun juga bekerjasama dengan pihak instansi yang bersangkutan, diantaranya: Balai Latihan Kerja Caruban, Dunia usaha dunia industri, dan Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Dengan adanya program keterampilan diharapkan dapat meningkatkan mutu dan daya saing lulusan melalui pembekalan keterampilan yang ada di MAN 2 Madiun. Pada tahun pelajaran 2022/2023 diatur program keterampilan yang diberikan kepada siswa sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Pembagian Program Keterampilan

No	Kelas	Keterampilan
1.	10	1. Tata boga 2. Tata kecantikan 3. Multimedia
2.	11	1. Tata boga 2. Tata busana 3. Multimedia
3.	12	1. Tata boga 2. Tata busana 3. Multimedia

MAN 2 Madiun juga memiliki tiga jurusan diantaranya: IPA, IPS, dan Keagamaan. Selain itu MAN 2 Madiun juga bergabung dengan beberapa pondok pesantren diantaranya: Pondok pesantren Tarbiyatul Mutathowi'in, Pondok pesantren Tahfidz Usyaqil Qur'an, dan Pondok Pesantren Al-Ghozali.

2. Pembiasaan siswa

Pembiasaan merupakan perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang kali dengan tujuan untuk membentuk kebiasaan. Pembiasaan adalah upaya praktis yang dilakukan dalam pengembangan moral. Hasil pembiasaan oleh guru adalah terciptanya kebiasaan yang baik bagi peserta didik.⁹⁶

Dalam pembiasaan tersebut MAN 2 Madiun menerapkan berbagai pembiasaan diantaranya: Apel pagi tersebut dilaksanakan setiap hari selasa-kamis yang dimulai pukul 06.45 WIB. Apel pagi tersebut disi untuk melaksanakan do'a bersama, membaca asmaul husna, serta surat-surat pendek. Apel pagi langsung dipimpin oleh siswa-siswi MAN 2 Madiun sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh OSIS. Setiap hari Senin siswa MAN 2 Madiun malakukkan beberapa pembiasaan dianatanya: minggu pertama Upacara, minggu kedua perwalian minggu ketiga istighosah bersama, dan minggu terakhir melakasanakan kegiatan gerakan literasi.

3. Ekstrakurikuler MAN 2 Madiun

Ekstarakurikuler merupakan kegiatan tambahan yang diberikan oleh sekolah kepada siswa yang dilakukan diluar jam pembelajaran guna untuk membantu perkembangan peserta didik, sesuai dengan kebutuhan, bakat, potensi, dan minat melalui

⁹⁶ Benny Prasetya,dkk, *Metode Pendidikan Karakter Religius Paling Efektif Di Sekolah* (Malang: Academia Publication, 2021), 51.

kegiatan tambahan tersebut.⁹⁷ MAN 2 Madiun memiliki beberapa ekstrakurikuler yang dimiliki diantaranya: pramuka, palang merah remaja, karya ilmiah remaja, teater, musik, paduan suara, olah raga. tahfidz, pasukan pengibar bendera pusaka (paskibra), banjari.

b. *Price* (Harga)

Biaya menjadi sesuatu yang penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Begitu juga dengan pelanggan. Pelanggan akan tertarik apabila biaya yang dibebankan untuk mendapatkan layanan jasa dengan taraf yang bisa dijangkau. Tentunya biaya yang relatif terjangkau bukan berarti meinggalkan kualitas. Akan tetapi dengan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau tentunya menjadi bagian utama yang diminati oleh masyarakat.⁹⁸

Penetapan harga bagi pendidikan sangat penting karena mereka tergantung kepada biaya untuk kegiatan oprasionalnya.⁹⁹ Harga dalam konteks pendidikan adalah biaya yang dikeluarkan oleh peserta didik untuk memperoleh jasa pendidikan yang diberikan seperti SPP, kegiatan-kegiatan sekolah, investasi bangunan, dan lain-lain.¹⁰⁰

Harga menjadi salah satu yang juga harus dipikirkan oleh semua lembaga pendidikan. Begitu juga dengan MAN 2 Madiun harga yang ditawarkan disesuaikan dengan penghasilan orang tua peserta didik yang rata-rata hidup diperdesaan. Oleh karena itu dalam memutuskan

⁹⁷ Zainal Aqib, *Pentingnya Pendidikan Karakter Bagi Peserta Didik Di Sekolah* (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2022), 108.

⁹⁸ Muhtar dan Kasful Anwar, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, 72.

⁹⁹ Muhtar dan Kasful Anwar, 73.

¹⁰⁰ Risnita,dkk, *Kapita Selektta Manajemen Pendidikan Islam* (Riau: DOTPLUS Publisher, 2022), 104.

harga di MAN 2 Madiun pihak sekolah bermusyawarah dengan wali murid yang dilakukan dengan pertemuan antara komite sekolah dan wali murid. Penentuan harga berdasarkan program-program yang akan diberikan, sarana dan prasarana, pelayanan, program kegiatan yang diberikan dari sekolah untuk peserta didik. Sejauh ini harga yang ditawarkan MAN 2 Madiun untuk peserta didik baru adalah Rp. 735.000 untuk putri, Sedangkan Rp. 689.000 untuk putra. Dan untuk siswa lama mereka dikenakan biaya Rp.900.000 untuk setiap tahunnya. Akan tetapi dengan kebijakan yang telah dibuat MAN 2 Madiun membuat peraturan pembayaran dengan biaya Rp.75.000 perbulannya. Hal tersebut dengan tujuan agar meringankan beban orang tua.

c. *Place* (Tempat)

Lokasi merupakan tempat yang digunakan oleh setiap lembaga pendidikan menyelenggarakan program pendidikan yang akan diterima oleh siswa.¹⁰¹ MAN 2 Madiun memiliki lokasi yang kurang strategis. Hal tersebut dikarenakan lokasi MAN 2 Madiun yang cenderung masuk kedalam dan berada ditengah-tengah perdesaan dan lumayan jauh dari jalan raya. Walaupun demikian lokasi menuju MAN 2 Madiun cukup mudah dijangkau oleh masyarakat karena jalan menuju MAN 2 Madiun landai dan beraspal sehingga masyarakat mudah untuk menuju lokasi MAN 2 Madiun. Selain itu juga jauh dari kemacetan dan jauh dari keramaian lalu lalang kendaraan sehingga siswa dapat berkonsentrasi dalam pembelajaran.

¹⁰¹ Muhtar dan Kasful Anwar, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, 74.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan hal terpenting untuk menyebarkan informasi terkait sekolah yang dimiliki. Buchari Alma menjelaskan bahwa hakikat promosi yaitu untuk berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk terkait yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.¹⁰² Begitu juga dengan lembaga pendidikan banyaknya calon pelanggan yang berminat tentunya tak lepas dari promosi yang dilakukan.

MAN 2 Madiun merupakan lembaga pendidikan yang berada di Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. MAN 2 Madiun dan MAN 1 Madiun merupakan madrasah aliyah yang letaknya satu desa yang lumayan berdekatan. Selain itu untuk area Madiun selatan juga banyak juga lembaga pendidikan diantaranya SMA dan SMK dengan tingkatan yang sama. Hal tersebut tentunya membuat sekolah-sekolah tersebut berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensinya dan dapat memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan sehingga minat dari peserta didik tersebut ada. Oleh karena itu dari berbagai lembaga pendidikan tersebut terus berupaya dalam melaksanakan promosi yang dilakukan untuk menarik dan memerikan informasi terkait lembaga pendidikan yang dimiliki. Begitu juga dengan MAN 2 Madiun. MAN 2 Kabupaten Madiun menggunakan promosi sebagai berikut:

¹⁰² Risniati,dkk. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan Islam* (Riau: DOTPLUS Publisher, 2022), 105.

1. Media Sosial

Media yang digunakan MAN 2 Madiun adalah Website, fanspage facebook, youtube channel, dan Instagram yang paling sering digunakan untuk mengunggah foto maupun video terkait perlombaan dan kegiatan yang ada di MAN 2 Madiun.

2. Media cetak

a. Brosur

Brosur merupakan media cetak yang digunakan MAN 2 Madiun untuk mempromosikan sekolah kepada masyarakat. Penyebaran brosur dilakukan setiap sebelum penerimaan peserta didik baru. Penyebaran brosur dilakukan di lingkungan terdekat khususnya untuk siswa MTsN 2 Madiun dan juga masyarakat sekitar. Selain itu MAN 2 Madiun juga memanfaatkan alumni-alumni untuk menyebarkan brosur di desa maupun kota masing-masing alumni MAN 2 Madiun.

Isi informasi dalam brosur meliputi: visi, lokasi, kelompok mata pelajaran/jurusan, program-program, waktu pendaftaran, persyaratan, foto kegiatan siswa, dan lain-lain. Dalam setiap tahunnya brosur tersebut diganti dan juga diperbarui guna untuk menarik minat peserta didik baru.

b. Spanduk

MAN 2 Madiun juga menggunakan spanduk untuk mempromosikan sekolah. Spanduk tersebut dipasang dipinggir jalan guna untuk menyebarkan informasi terkait MAN 2 Madiun.

e. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Bagunan fisik yang ada di lembaga pendidikan menjadi bagian yang tak bisa dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Komponen dalam bangunan fisik yang dimaksud mulai dari keindahan bentuk hingga fasilitas didalamnya.¹⁰³

Fasilitas merupakan salah satu bukti fisik yang ada di MAN 2 Madiun. Fasilitas yang dimiliki sekolah menjadi salah satu kepuasan yang diberikan oleh sekolah kepada siswa. MAN 2 Madiun memiliki luas tanah 5.092 m² yang dibangun menjadi 2 lantai. Sekolah memiliki 10 ruang kelas. Dengan fasilitas kipas angin setiap kelasnya. Fasilitas kelas didukung dengan sarana lain, diantaranya:

1. Mushola
2. Lapangan
3. UKS
4. Laboratorium biologi, Bahasa, fisika
5. Ruang multimedia
6. Ruang komputer
7. Taman
8. Aula

¹⁰³ Muhtar dan Kasful Anwar, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, 75.

Dengan adanya desain *interior* dan *eksterior* dengan baik, dinding-dinding dicat berdasarkan warna khas dari MAN 2 Madiun yaitu hijau. Untuk gerbang masuk di atasnya didesain dengan kaligrafi yang dibuat langsung oleh guru MAN 2 Madiun. Terdapat juga halaman yang luas yang dilengkapi dengan area parkir bagi siswa dan guru.

2. Analisis Dampak Bauran Pemasaran Pendidikan Terhadap Minat

Peserta Didik Baru di MAN 2 Madiun

Minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan ataupun kebutuhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya ketertarikan seseorang terhadap sesuatu objek dikarenakan adanya kesadaran bahwa dirinya akan merasa terpenuhi kebutuhannya oleh sesuatu yang diminati, Minat peserta didik dapat diartikan juga sebagai ketertarikan pada diri peserta didik yang membuat peserta didik tersebut butuh terhadap sesuatu. Minat bisa berasal dari diri sendiri dan dari orang lain.

Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun sangat erat kaitannya dengan motivasi dan rasa kesenangan atau ketertarikanyang muncul pada diri seseorang.

1. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan atau pengaruh dari orang lain terhadap seseorang agar seseorang tersebut mau melakukan sesuatu yang telah ditetapkan. Semakin tinggi motivasi yang diberikan maka semakin tinggi pula minat seseorang yang dipengaruhi.

Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun dipengaruhi adanya motivasi. Motivasi tersebut berasal dari orang tua bahkan orang lain yang memberikan motivasi kepada peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun, karena MAN 2 Madiun memiliki kualitas keagamaan yang baik yang masih satu lembaga dengan pondok pesantren. Hal tersebut menjadikan MAN 2 Madiun memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat.

2. Kesenangan atau ketertarikan

Kesenangan atau ketertarikan yang muncul dalam diri seseorang merupakan poin yang penting dalam menumbuhkan minat peserta didik untuk mengambil keputusan dalam dirinya.

Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun karena melihat adanya program-program baru yang ada. Program yang ada di MAN 2 Madiun yang terlihat begitu menjanjikan baik program pengembangan bakat dan minat maupun kegiatan keagamaan yang ada di MAN 2 Madiun, sehingga hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi MAN 2 Madiun.

Selain motivasi dan rasa ketertarikan minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun juga di pengaruhi oleh dimensi minat beli yang dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya:

1. Minat transaksional

Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun dipengaruhi oleh adanya program-program yang ada diantaranya yang paling menonjol adalah program keterampilan. Dengan adanya program keterampilan peserta didik dapat mengembangkan bakat mereka melalui program keterampilan yang ada di MAN 2 Madiun. Walaupun MAN 2 Madiun merupakan bukan sekolah kejuruan akan tetapi MAN 2 Madiun menyiapkan program keterampilan tersebut dengan tujuan agar peserta didik memiliki keterampilan lebih yang menunjang sehingga lulus MAN 2 Madiun ketika ia bekerja sudah memiliki sertifikat keahlian yang mereka masuki. Hal tersebut merupakan persiapan dari MAN 2 Madiun apabila peserta didik tersebut ingin bekerja.

2. Minat refrensial

MAN 2 Madiun merupakan sekolah yang menekankan pada program keagamaan dan juga program pengembangan bakat dan minat siswa melalui program keterampilan. Hal tersebut membuat daya tarik tersendiri bagi masyarakat maupun pesera didik. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan salah satu alumni MAN 2 Madiun juga merekomendasikan MAN 2 Madiun kepada orang lain karena MAN 2 Madiun terkenal dengan program keagamaan yang tak jauh sama dengan kegiatan keagamaan yang ada di pondok pesantren. Hal tersebut di buktikan dengan adanya kegiatan kajian kitab yang di lakukan setiap seminggu sekali baik guru maupun siswa MAN 2 Madiun. Selain itu lokasi MAN 2 Madiun berdekatan dengan berbagai

pondok pesanteren dan pendiri MAN 2 Madiun merupakan pelopor tokoh keagamaan yang ada di sana.

3. Minat eksploratif

Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun juga dipengaruhi oleh suksesnya promosi yang dilakukan. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya peserta didik yang tertarik dengan MAN 2 Madiun melalui benner yang di pasang di tepi jalan. Dengan adanya benner tersebut muncul rasa tertarik dengan MAN 2 Madiun dan melihat media sosial MAN 2 Madiun untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang ada di MAN 2 Madiun.

Minat peserta didik juga diciptakan dengan adanya lingkungan yang nyaman. Tentunya dengan lingkungan yang nyaman membuat peserta didik lebih betah. Peserta didik MAN 2 Madiun mayoritas dari mereka adalah santri pondok pesantren Tarbiyatul Muthowi'in yang dimana para santri sudah dibekali dari pondok *akhlakul karimah* yang diharapkan dapat mempengaruhi peserta didik yang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

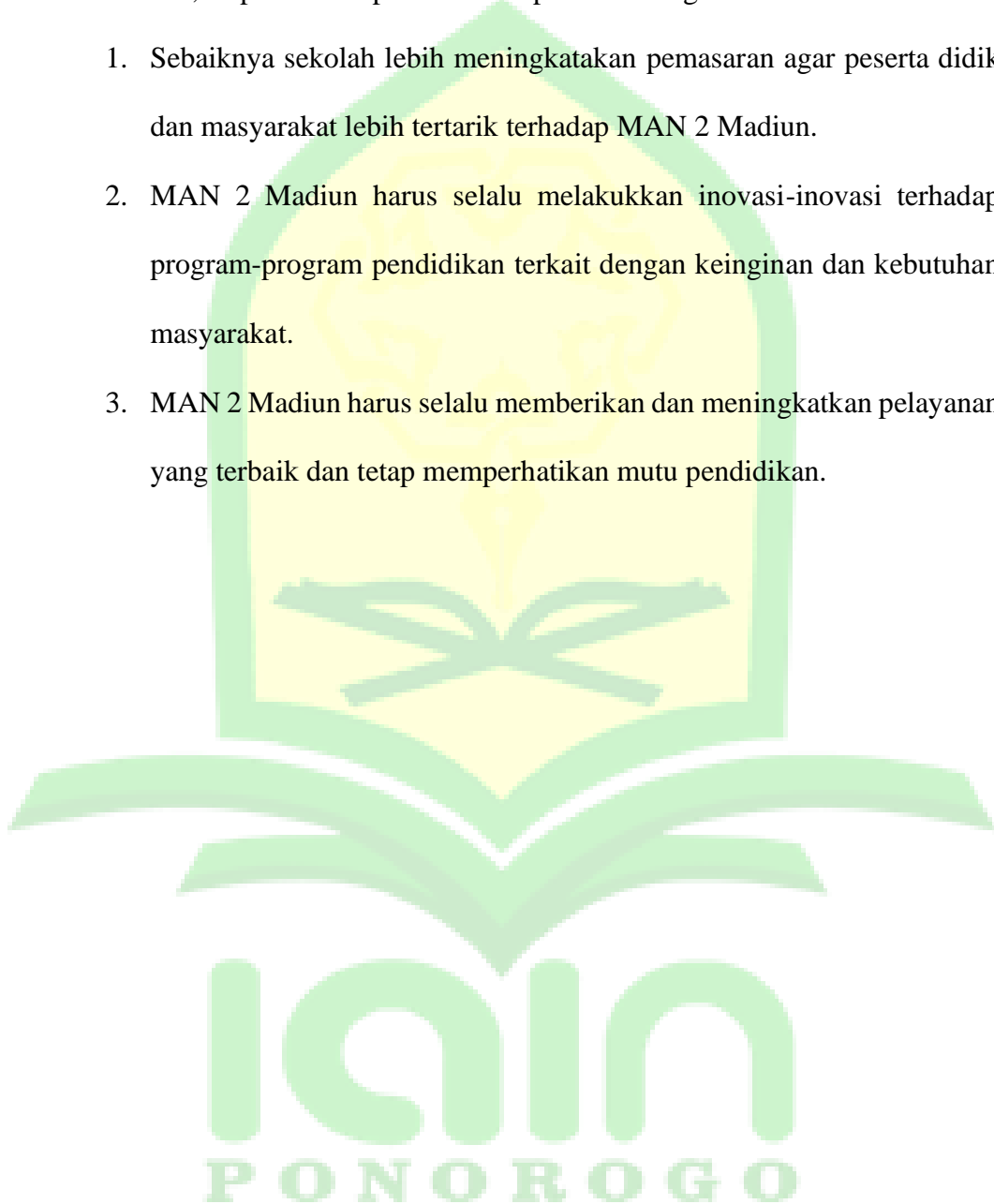
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di MAN 2 Madiun dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan di MAN 2 Madiun sudah terbilang kurang berhasil. Hal tersebut dapat dilihat dengan menurunnya jumlah peserta didik. Pemasaran yang dilakukan di MAN 2 Madiun menggunakan beberapa teori bauran pemasaran diantaranya: *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *physical evidence*.
2. Minat peserta didik untuk bersekolah di MAN 2 Madiun dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal muncul karena MAN 2 Madiun memiliki program baru yaitu program keterampilan, diantaranya: tata boga, tata busana, tata kecantikan, dan multimedia. Sedangkan faktor eksternal muncul karena adanya motivasi yang diberikan oleh orang tua untuk sekolah di MAN 2 Madiun karena MAN 2 Madiun merupakan sekolah yang masih satu lembaga dengan pondok pesantren. Hal tersebut banyak diharapkan oleh orang tua agar anaknya dapat mempelajari secara dalam tentang agama di pondok pesantren dan tak lupa juga mendapatkan ilmu umum di MAN 2 Madiun.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil kesimpulan terkait bauran pemasaran dalam menarik minat peserta didik yang dilakukan di MAN 2 Madiun, adapun beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Sebaiknya sekolah lebih meningkatkan pemasaran agar peserta didik dan masyarakat lebih tertarik terhadap MAN 2 Madiun.
2. MAN 2 Madiun harus selalu melakukan inovasi-inovasi terhadap program-program pendidikan terkait dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.
3. MAN 2 Madiun harus selalu memberikan dan meningkatkan pelayanan yang terbaik dan tetap memperhatikan mutu pendidikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Achru, Andi. "Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran." *Jurnal Manajemen Pendidikan*, no.2. (2019):206.
- Amiruddin.dkk. *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*, Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Anwar, Kafsul dan Muhtar. *Isu-isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2021.
- Aqib, Zainal. *Pentingnya Pendidikan Karakter Bagi Peserta Didik di Sekolah*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2022.
- Ardiana, Dewa Putu Yudhi. *Metodologi Penelitian Bidang Pendidikan*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Arfin.dkk. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMP 7 Kendari." *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, (2020):144.
- Arifin, Samsul. *Pemasaran Era Milenium*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Astuti, Sri Rahayu. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang." *Diponegoro Journal of Management*, no.3, (2013): 3.
- Effendi, Nur Ika. *Strategi Pemasaran*, Sumatra Barat: PT.Global Eksekutif Teknologi, 2020.
- Firdawati, Leni. *Efektivitas Metode Suggestopedia Menggunakan Musik Klasik Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Siswa SMP Negeri 1 Lebong*. Purwokerto: CV. Tatakata Grafika, 2021.
- Fitrah, Muhammad dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Dan Studi Khusus*, Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Fitriah, Mariah. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hermawan, Sigit dan Amrullah. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Dan Kuantitatif)*, Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Huberman, Mile Matthew B,A Michael dan Jonny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcesbooks Edition 3*, Singapore: SAGE Publication, 2014.
- Imam, Faizin. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Jurnal Madaniyah*, 2017.
- Iqbal, Muhammad. "Pemasaran Jasa Pendidikan Dan Implementasinya Sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok

- Sleman Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no.1, (2019):130.
- Jordi, Arya Dwi. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di Pondok Pesantren Al Kinanah Kota Jambi.” Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi, 2022.
- Junaris, Imam. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, Purbalingga: Eurika Media Aksara, 2022.
- Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden.” *Jurnal El-Tarbawi* 8, no.2, (2015): 164.
- Labaso, Syahrial. “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no.2, (2019): 296.
- Mardia, dkk. *Strategi Pemasaran*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Marlida, Siti. *Menjadi Muballighat Yang Efektif*, Bandung: Indonesia Emas Group, 2022.
- Mukmin, Baba. “Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu,” *Jurnal Islamic Educational Management* 5, no.1, (2020): 99.
- Musfar, Tengku Rifli. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Nawandari, Rina Emilia. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Islam Al Syukro Universal.” Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022.
- Nugraha, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Solo: Cakra Book, 2014.
- Nurtika, Luthfi. *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi*. Banyumas: Luthi Gilang, 2021.
- Prasetya, Benny, dkk. *Metode Pendidikan Karakter Religius Paling Efektif di Sekolah*, Malang: Academia Publication, 2021.
- Prihatin, Rani Putri. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman Yogyakarta.” *Jurnal Evaluasi*, (2020): 196.
- Raco, J.R dan Conny R. Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*, Jakarta: Gasindo, 2010.
- Raharjo, Tri Weda dan Harrukmi Septa Rinawati. *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.

- Risniata.dkk. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan Islam*, Riau: DOTPLUS Publisher, 2022.
- Saidah, Sahra Rohmatus. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2022): 34.
- Shidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: Nata Karya, 2019.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sirotus, Raja Maruli Tua. *Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Sisca.dkk. *Service Marketing: Pendekatan Teori Dan Praktik*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Sugito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tonce, Yosef dan Yoseph Darius Purnama Ranga. *Minat Dan Keputusan Pembelian Tinjauan Melalui Persepsi Harga Dan Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Trygu. *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*, Medan: Guepedia, 2021.
- Uyun, Muhammad dan Idi Warsah. *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Wahyuningsih, Sri. *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi Dan Contoh Penelitiannya)*, Madura: UTM Press, 2013.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Zubairi. *Modernisasi Pendidikan Agama Islam*, Indramayu: CV Adanu Abimata, 2022.