

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH  
DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU  
DI MTS DARUL MUNA JENES PONOROGO**

**SKRIPSI**

Diajukan  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam Menyelesaikan Progam Sarjana Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

**ALI NUR MAHMUDI**

NIM: 206190001

Pembimbing:

**Abdul Kholiq, MBA**

**NIP.198506162020121009**

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

**2023**

## ABSTRAK

**Mahmudi, Ali Nur.** 2023. *Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo*. **Skripsi** Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (IAIN) Ponorogo. Pembimbing, Abdul Kholiq, MBA.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Minat Peserta Didik

Untuk menarik peserta didik agar berminat sekolah ke suatu lembaga yaitu melaksanakan strategi pemasaran sekolah yang baik dan tepat. Salah satu bentuk strategi pemasaran khususnya di lembaga pendidikan yaitu penggunaan metode bauran pemasaran, dimana menggunakan metode ini dapat mendukung dalam memasarkan atau mempromosikan suatu produk untuk menarik minat konsumen. Strategi pemasaran ini sangat tepat dapat menjadi sebuah terobosan baru bagi sekolah dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo yang meliputi (1) bentuk strategi pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru, (2) faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi pemasaran, (3) serta hasil penerapan strategi pemasaran lembaga pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang mana data yang digunakan dikumpulkan dengan cara wawancara, catatan lapangan, gambaran-gambaran dengan harapan untuk memperoleh data yang lebih akurat. Maka dari itu peneliti dalam melaksanakan penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun narasumber pada penelitian ini antara lain Kepala Sekolah, Waka Humas, Siswa, dan wali siswa. Kemudian data hasil penelitian ini dianalisis data yang menggunakan model analisa Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan menyimpulkan bahwa : (1) Strategi pemasaran sekolah di MTs Darul Muna yaitu menggunakan 5 strategi dalam konsep bauran pemasaran yaitu adanya program unggulan serta ekstrakurikuler dalam produk yang dimiliki MTs Darul Muna, SPP yang tidak terlalu mahal karena tidak adanya uang gedung, lokasi yang strategis berada ditengah kota, penggunaan seluruh media baik media cetak dan media online sebagai alat penyebaran informasi, terdapat bukti fisik utama dan pendukung seperti adanya sarana prasarana yang ada. (2) Faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi pemasaran, yaitu pendukung diantaranya terdapat program unggulan, tempat yang strategis, di dalam lingkup pondok pesantren, terdapat ekstrakurikuler yang beragam, biaya sekolah yang terjangkau. Serta faktor penghambat diantaranya fasilitas yang masih banyak kekurangan, kurangnya tenaga pengajar yang unggul, kurangnya dana operasional. (3) Hasil penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di MTs Darul Muna, yaitu rata-rata para murid disini mempunyai perasaan tertarik dengan adanya program unggulan Tahfidzul Qur'an, selain itu membuat perasaan senang karena adanya pondok pesantren, dan

akhirnya mereka menjadi perhatian terhadap MTs Darul Muna yang mendapatkan informasi dari brosur yang telah ada, sehingga para murid menentukan sikap.





## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Ali Nur Mahmudi  
NIM : 206190001  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Pembimbing

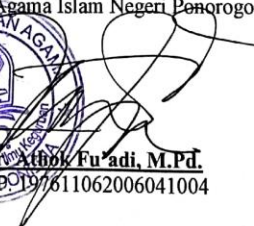
  
**Abdul Kholid, MBA**

NIP. 198506162020121009

Ponorogo, 04 Agustus 2023

Mengetahui,

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

  
**Dr. Atfiki Fu'adi, M.Pd.**  
NIP. 197611062006041004

  
**PONOROGO**



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

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Ali Nur Mahmudi  
NIM : 206190001  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo

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

Hari : Rabu  
Tanggal : 13 September 2023

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

Hari : Selasa  
Tanggal : 19 September 2023

Ponorogo, 19 September 2023

Mengesahkan

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



*(Signature)*  
**Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.**  
NIP. 196807051999031001

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Ika Rusdiana, M.A
2. Penguji I : Dr. Muhammad Ghafar, M.Pd.I
3. Penguji II : Abdul Kholiq, MBA

*(Signature)*  
*(Signature)*

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ali Nur Mahmudi  
NIM : 206190001  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik  
Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). adapun isi dan keseluruhan artikel tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 11 November 2023

Penulis



Ali Nur Mahmudi

NIM.206190001



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Nama : Ali Nur Mahmudi  
Nim : 206190001  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat  
Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes

Dengan ini, menyatakan dengan 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 akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

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

Ponorogo, 15 Agustus 2023  
Yang Membuat Pernyataan



**Ali Nur Mahmudi**  
NIM. 206190001

**IAIN**  
**PONOROGO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Minat pada dasarnya merupakan penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut, semakin besar minat seseorang. Apabila jumlah peminat sekolah meningkat maka dampak positifnya adalah bertambahnya jumlah peserta didik, dan sebaliknya apabila sekolah sepi peminat maka sekolah akan mengalami penurunan jumlah peserta didik dan berpotensi bangkrut. Maka dari itu setiap lembaga sekolah dituntut untuk lebih optimal dalam menarik minat calon peserta didik sebanyak-banyaknya melalui aktivitas pemasarannya.<sup>1</sup>

Pendapat tentang minat yang lebih lengkap dikemukakan oleh Chaplin dibukunya Aji Sofanudin, yaitu pertama, sebagai suatu sikap yang menetap yang mengikat perhatian individu ke arah objek-objek tertentu secara selektif. Kedua, perasaan yang berarti bagi individu terhadap kegiatan, pekerjaan sambilan atau objek yang dihadapi oleh setiap individu. Dan ketiga, motivasi atau kesiapan individu yang mengatur atau mengendalikan perilaku dalam arah tertentu atau ke arah tujuan tertentu.<sup>2</sup>

Minat peserta didik sangatlah penting dalam menentukan keputusan peserta didik dalam memilih lembaga sekolah. Keputusan siswa dalam memilih dan menentukan sekolah bisa terjadi karena adanya interaksi antara

---

<sup>1</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003), 180

<sup>2</sup> Aji Sofanudin, "Model Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah Ibtidaiyah", *Jurnal Nadwa*, 6, (2012), 96-98.



aspek kognisi yang didalamnya terdapat persepsi siswa mengenai informasi sekolah yang ia minati. Pengetahuan yang telah diperoleh siswa dari berbagai informasi, akan mempengaruhi juga penilaian siswa terhadap lembaga sekolah. Strategi pemasaran ini sangat tepat dapat menjadi sebuah terobosan baru bagi sekolah dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, faktor yang ada dalam bauran pemasaran diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen atau dapat mempengaruhi minat konsumen sehingga dapat tertarik membeli suatu produk.<sup>3</sup>

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan guna menemukan keinginan dan kebutuhan dengan melalui pertukaran produk dan jasa yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Dengan tolak ukur yang terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Yang mempengaruhi merupakan sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan. Jadi, strategi pemasaran sekolah sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan dalam persaingan global.

Strategi pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan produk lain. Pemasaran memiliki peranan penting dalam lembaga pendidikan, karena pemasaran merupakan kegiatan utama yang berfungsi menyalurkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada

---

<sup>3</sup> Rina Rachmawati, "Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan, Jurnal Kompetensi Teknik", 2 (2011), 144.

konsumen, oleh karena itu pihak sekolah dituntut untuk membuat dan menentukan strategi dan cara yang tepat dalam memasarkan produknya, salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan bauran pemasaran.<sup>4</sup>

Disini peran dari strategi pemasaran menjadi sangat penting dilaksanakan oleh sekolah. Dari pemasaran atau promosi yang dilakukan sekolah selain untuk memperkenalkan lembaga tersebut juga bermanfaat sebagai pembentukan citra yang baik di mata masyarakat dan akan menarik minat sejumlah calon siswa.<sup>5</sup> Maka dari itu, lembaga pendidikan perlu serta dituntut dalam melaksanakan strategi pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan serta mempertahankan kuantitas siswa yang ada. Tujuan utama dari strategi pemasaran yaitu untuk menarik minat masyarakat serta minat calon peserta didik sehingga akan tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang akhirnya akan bertambahnya jumlah siswa di lembaga tersebut.

Adapun peranan strategi pemasaran tidak terlepas dari bauran pemasaran yang digunakan sebagai seperangkat alat bauran pemasaran yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan lembaga pendidikan. yang bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat untuk membantu sekolah agar tetap eksis dan jumlah pelanggannya semakin meningkat. Loyalitas pelanggan dan citra lembaga akan tercipta, karena setiap lembaga pendidikan mengetahui apa

---

<sup>4</sup> Didin Fatihudin, M Anang F, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 2

<sup>5</sup> Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta : Kencana, 2009), 101

yang menjadi kebutuhan dan keinginan oleh pelanggan, sehingga bisa memberikan layanan optimal dan tentunya akan berdampak pada kepuasan pelanggan pendidikan.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran untuk mencapai tujuan dari lembaga pemasaran. Menurut McCarthy yang mengemukakan empat unsur utama dalam bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah “4P”, yaitu *Product, Place, Price, Promotion*. Untuk lembaga yang memenuhi konsumen, produk lembaga pendidikan harus ekonomis, mempertimbangkan kenyamanan, kemudahan serta komunikasi yang efektif.<sup>6</sup>

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa suatu lembaga pendidikan harus dapat menerapkan strategi pemasaran agar bisa menarik minat masyarakat maupun calon siswanya sendiri. Maka dari itu, peneliti akan memilih penelitian di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo ini, karena di sekolah ini mempunyai suatu progam unggulan dan salah satu lembaga pendidikan melaksanakan kegiatan pemasaran atau promosi sekolah. MTs Darul Muna juga salah satu dari beberapa lembaga pendidikan swasta se-kabupaten Ponorogo yang ada di lingkup pondok pesantren yaitu Ponpes Hudatul Muna dan Ponpes Al-Amin Putri. Siswa yang terdapat di MTs Darul Muna ini mayoritas juga mondok di pesantren tersebut.

MTs Darul Muna Jenes memiliki keunggulan dalam berbagai faktor seperti adanya ekstrakurikuler seperti pramuka, qiro'ah, futsal dll. Ekstrakurikuler ini dapat menjadi progam unggulan sekolah dalam upaya

---

<sup>6</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016), 68

meningkatkan kualitas pendidikan yang ada didalamnya tersebut, sehingga para siswa dapat mengembangkan potensi yang ada pada diri masing-masing siswa. Selain itu juga dapat meningkatkan minat serta kepercayaan masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Darul Muna Jenes Ponorogo dalam menyekolahkan anaknya disana. Selain itu Madrasah Tsanawiyah Darul Muna Jenes juga memiliki beberapa program unggulan yakni program tahfidz setiap hari selasa pelajaran jam ke 3, serta adanya pembiasaan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah.

MTs Darul Muna Jenes juga terus melakukan upaya dalam pengembangan serta pembangunan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas pendidikan yang ada di lembaga tersebut. Salah satu upaya tersebut adalah sekarang ini MTs Darul Muna melaksanakan pembangunan yang berupa penambahan gedung belajar yang berfungsi penambahan ruang kelas. Penambahan ruang kelas tersebut bukti nyata bahwa adanya peningkatan jumlah pendaftar calon siswa baru. Dengan banyaknya fasilitas ruang kelas, perpustakaan, kantin sekolah, masjid, toilet di Madrasah Tsanawiyah Darul Muna Jenes ini, maka sekolah sudah memiliki sarana dan prasarana yang mendukung sehingga dapat menarik minat calon peserta didik baru serta masyarakat yang akan memilih lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas ,maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul penelitian Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan persoalan-persoalan seperti yang telah dikemukakan dalam identifikasi masalah diatas, maka penulis memfokuskan pada Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo. Penelitian ini berfokus pada bentuk strategi pemasaran lembaga pendidikan, hasil penerapan strategi pemasaran lembaga pendidikan dan faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka terdapat sejumlah pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo?
3. Bagaimana hasil penerapan strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berangkat dari latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis bentuk strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

2. Mengetahui dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.
3. Mengetahui dan menganalisis hasil penerapan strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu acuan serta bahan referensi *research theory* (teori penelitian) dan tentunya memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara untuk membuat suatu strategi pemasaran sekolah dalam upaya menarik minat peserta didik baru.

2. Secara Praktis

- a. Bagi IAIN Ponorogo

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi ataupun masukan dalam bidang ilmu pengetahuan dan dalam membuat serta merancang kebijakan dan program pembelajaran manajemen pemasaran jasa pendidikan khususnya dalam strategi pemasaran sekolah.



b. Bagi Sekolah/Madrasah

Penelitian ini diharapkan sebagai contoh dan referensi bagi lembaga pendidikan lainnya, khususnya lembaga pendidikan untuk mengembangkan serta mengoptimalkan dalam hal strategi pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan minat peserta didik baru.

c. Bagi Peneliti dan Masyarakat

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi tambahan baik secara teoritis bagi para peneliti maupun masyarakat pada umumnya dalam mengembangkan serta meningkatkan pengetahuannya mengenai pemasaran pendidikan khususnya dalam strategi pemasaran sekolah. Terlebih dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga pentingnya meningkatkan strategi pemasaran.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini dan agar dapat dicerna secara runtut, maka diperlukan sebuah sistematika pembahasan. Penelitian di kelompokkan menjadi lima bab yang masing-masing bab terdiri dari sub bab yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika pembahasan skripsi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

**BAB I**      Terkait dengan Pendahuluan yaitu berupa gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran bagi laporan hasil penelitian secara keseluruhan. Dalam bab ini terdiri dari tujuh sub bab, yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

**BAB II** Menjelaskan tentang Kajian Pustaka dan Kajian Penelitian Terdahulu untuk menganalisa masalah penelitian yang selaras dengan permasalahan yang diterangkan dalam bab sebelumnya. Pada Bab II terdiri dari tiga sub bab, yaitu kajian teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka pikir.

**BAB III** Memuat tentang metode penelitian yakni berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan peneliti, tahap peneliti.

**BAB IV** Berisi uraian terkait dengan gambaran umum latar penelitian, paparan data, serta pembahasan hasil penelitian.

**BAB V** Berisi penutup, merupakan bab terakhir dari semua rangkaian pembahasan dari Bab I sampai Bab IV.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

###### a. Pengertian Strategi

Menurut Harini Fajar Ningrum et al. mengatakan bahwa kata strategi berasal dari istilah Yunani yaitu *strategos* atau *strategus*, yang mana secara jamak yaitu strategi yang berarti jenderal.<sup>1</sup> Fadli Akbar Lubis menyatakan bahwa strategi merupakan usaha memperluas visi yang sudah ada untuk meraih organisasi dan lingkungan yang baik sesuai harapan.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Apri Winge Adindo, strategi merupakan suatu penyusunan usaha dalam menentukan rencana dengan langkah-langkah yang bertujuan secara jelas untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai baik secara individu maupun bersama.<sup>3</sup>

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari strategi yaitu suatu kegiatan yang mencakup dari sebuah tujuan yang sebelumnya telah ditentukan dan ingin dicapai dengan cara melaksanakan langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut.

---

<sup>1</sup> Harini Fajar Ningrum et al., *Perilaku Organisasi (Dari Konsep, Teori Menuju Aplikasi)* (Bandung : Media Sains Indonesia, 2022), 85

<sup>2</sup> Fadli Akbar Lubis, *Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah*, 1 (Medan: UMSU Press, 2021), 39

<sup>3</sup> Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 39.

b. Pengertian Pemasaran

Menurut Hamda Sulfinadia, Eli Suryani, dan Abrian Tanjung, pemasaran adalah suatu keadaan yang bergerak secara terorganisir dalam rangka membuat, menawarkan, menukarkan suatu produk atau jasa yang mempunyai nilai penting. Secara sempit pemasaran adalah suatu hasil dari adanya penyediaan dan pembelian suatu barang atau jasa.<sup>4</sup> Zulfatul Choiriyah dan Lailatus Sa'adah mengatakan bahwa pemasaran adalah sebuah proses dan manajemen yang dilaksanakan seseorang atau kelompok dalam tujuan untuk memperoleh kebutuhan dan harapan dengan membuat, menawarkan, dan mempertukarkan barang atau jasa yang bernilai kepada pihak lain.<sup>5</sup>

Menurut David Lisapaly, pemasaran adalah upaya menyediakan dan memberikan suatu barang atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh keinginan dan kebutuhannya.<sup>6</sup> Pemasaran adalah kegiatan yang menjadi suatu fungsi organisasi untuk melakukan proses sosial kaitannya komunikasi dengan konsumen. Pemasaran dilakukan untuk saling memenuhi kebutuhan baik dari produsen maupun konsumen. Inti pemasaran sendiri adalah suatu gagasan, visi,

---

<sup>4</sup> Hamda Sulfinadia, Eli Suryani, and Abrian Tanjung, *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe Dan Kuliner di Sumatera Barat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 26

<sup>5</sup> Zulfatul Choiriyah and Lailatus Sa'adah, *Penerapan Strategi Pemasaran Di CV. Zam-Zam* (Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), 12–13

<sup>6</sup> David Lisapaly, *Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank* (Banten: Media Sains Indonesia, 2021), 6

misi, dan program kerja yang selaras dengan tujuan untuk mencapai keinginan dan kepuasan.<sup>7</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara menciptakan dan menawarkan produknya untuk dipasarkan.

Berdasarkan paparan teori terkait strategi dan pemasaran, strategi pemasaran adalah suatu usaha dengan menciptakan serta menawarkan produk-produk apa saja yang ada di sekolah, dan berupaya memenuhi kebutuhan serta keinginan para pelanggan dalam hal ini masyarakat ataupun siswa.

## **2. Pengertian Bauran Pemasaran**

Dalam pemasaran pendidikan sangat dibutuhkan bauran pemasaran pada pendidikan. Bauran pemasaran merupakan suatu unsur internal yang penting dalam membentuk program pemasaran didalam sebuah organisasi atau lembaga sekolah. Menurut Atika Aini Nasution et al., bauran pemasaran adalah konsep yang dibuat untuk meningkatkan suatu nilai jual dengan menggunakan berbagai komponen strategi pemasaran yang berbeda. Bauran pemasaran sendiri merupakan rangkaian point pemasaran yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau lembaga dalam mencapai target yang telah ditentukan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Lailatus Sa'adah and Chusnul Muchfaidzah, *Manajemen Pemasaran NU Care LAZISNU* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), 7

<sup>8</sup> Atika Aini Nasution et al., *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional* (Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2023), 84

Sedangkan Zulfatul Choiriyah dan Lailatus Sa'adah mengatakan bahwa bauran pemasaran adalah suatu bentuk pemasaran yang membantu perusahaan dan lembaga dengan baik dan terarah. Adanya hal itu diharapkan lembaga mampu mengendalikan daya nilai jual kepada konsumen.<sup>9</sup> Bauran pemasaran merupakan suatu langkah sistematis yang dirancang oleh lembaga untuk meraih tanggapan konsumen dengan baik dan tertarik dengan penawaran barang atau jasa yang sudah disediakan.<sup>10</sup> Berdasarkan paparan teori ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, bauran pemasaran merupakan suatu usaha berbentuk langkah-langkah yang terorganisir oleh lembaga atau perusahaan untuk mencapai tujuan dan menarik konsumen dengan adanya penyediaan dan penawaran produk maupun jasa.

Menurut Abdul Rahmat, bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam ranah pendidikan merupakan elemen yang penting yang bisa dijadikan sebagai sarana menghasilkan strategi pemasaran yang unggul. Elemen yang ada dalam bauran pemasaran ada tujuh yang disebut dengan 7P, terdiri dari 4P tradisional yang umumnya dipakai pada pemasaran barang dan 3P yang menjadi perluasan dalam bauran pemasaran. 4P adalah *product* (produk) meliputi jasa yang telah disediakan dan ditawarkan, *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi). 3P adalah *people* (orang atau SDM), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses manajemen). 7P tersebut memiliki fungsi untuk mengembangkan dan

---

<sup>9</sup> Zulfatul Choiriyah and Lailatus Sa'adah, *Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam*, 30.

<sup>10</sup> H. Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 85



mengatur strategi agar dapat memiliki daya saing tinggi dan menjadi pemenang dalam persaingan.<sup>11</sup> 7P dalam ranah jasa pendidikan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Product* (Produk) Dalam Ranah Pendidikan

Kotler dalam bukunya Imam Machali mendefinisikan produk merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan.<sup>12</sup> Produk merupakan bentuk yang mampu dijadikan sebagai suatu manfaat dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta memuaskan konsumen. Pada intinya, konsumen tidak membeli suatu barang ataupun program namun membeli kegunaan dan manfaat dari sesuatu yang telah ditawarkan oleh lembaga.<sup>13</sup> Menurut Abdul Rahmat, produk dalam ranah jasa pendidikan merupakan jasa yang disediakan dan ditawarkan pada konsumen, seperti reputasi, tujuan kedepan, dan variasi pilihan. Sekolah yang dapat bertahan dan memenangkan kompetisi adalah lembaga pendidikan yang memiliki reputasi, tujuan visioner, menawarkan mutu dan kualitas pendidikan yang baik untuk menjadikan peluang masa depan hebat bagi siswa yang berminat di sekolah tersebut. Selain itu, produk dalam ranah pendidikan juga dapat dilihat dari profil lulusan sekolah yang telah sukses dalam pendidikan maupun pekerjaannya.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 72–73

<sup>12</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 292

<sup>13</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer* (Penerbit Widina, 2021),17

<sup>14</sup> Ibid, 73.

b. *Price* (Harga) Dalam Ranah Pendidikan

Harga merupakan sebuah unsur yang sangat penting, karena menjadi ukuran suatu nilai manfaat dari sesuatu. Lembaga akan menetapkan suatu harga dengan berbagai pertimbangan, karena akan mempengaruhi suatu pendapatan atau hasil yang diinginkan. Harga menjadi faktor utama yang menentukan posisi dan tingkatan produk yang akan dipasarkan.<sup>15</sup>

Menurut Abdul Rahmat, harga dalam ranah jasa pendidikan merupakan penentuan harga sebagai nilai suatu sumber daya seperti barang, pengorbanan, dan uang. Harga akan menentukan pendapatan sekolah yang mana dapat dilihat dari mutu dari produk yang telah ditawarkan. Ketika mutu jasa pendidikan tinggi, maka konsumen tidak segan untuk membayar secara lebih mahal namun harus berada dalam batas keterjangkauan.<sup>16</sup>

Saladin-Oesman dalam bukunya Imam Machali mengartikan harga dalam konteks jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang nantinya dikeluarkan dalam rangka untuk menndapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan seperti biaya pendaftaran, SPP, biaya gedung, biaya seragam dan lain sebagainya.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 17.

<sup>16</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 74.

<sup>17</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 292-293

c. *Place* (Lokasi/Tempat) Dalam Ranah Pendidikan

Letak Lokasi sekolah mempunyai peranan yang penting. Karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Jangkauan lokasi menjadi hal yang perlu dipertimbangkan secara baik. Lokasi dan tempat yang strategis akan menentukan peluang akses publik yang maksimal.<sup>18</sup>

Menurut Abdul Rahmat, lokasi dalam ranah pendidikan yaitu lokasi sekolah berada atau berkaitan erat dengan dimana lembaga jasa pendidikan melaksanakan aktivitas jasa. Lokasi perlu dipertimbangkan sebagai daya tarik utama para pelanggan jasa pendidikan, bahwa memilih lokasi sebaiknya dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan. Kemudahan disini diartikan lokasi/tempat tersebut dapat dijangkau oleh konsumen sehingga para konsumen tersebut tertarik dan berminat datang, seperti dekat dengan perumahan, pusat pemerintahan atau kota, akses jalan, dan transportasi.<sup>19</sup>

d. *Promotion* (Promosi) Dalam Ranah Pendidikan

Promosi adalah prinsip pemasaran dasar, yang mana perusahaan atau lembaga dituntut untuk bisa memberikan perhatian secara penuh berupa insentif kepada calon konsumen barang atau jasa yang telah disediakan. Insentif yang dimaksud adalah potongan harga,

---

<sup>18</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

<sup>19</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 74.

penyampaian barang dan jasa yang disediakan secara menarik, dan lain sebagainya. Penggunaan tim dan seseorang yang dapat mempengaruhi orang secara luas dengan komunikasi yang baik dan dinamis agar jasa dan produk yang ditawarkan dapat diminati oleh konsumen.<sup>20</sup> Menurut Abdul Rahmat, promosi jasa pendidikan merupakan hubungan komunikasi pemasaran yang menjadi aktivitas yang berguna menyampaikan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan kepada publik atau sasaran jasa terkait produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi yang umumnya dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam menarik minat konsumen dan siswa adalah melalui iklan baik media elektronik maupun media cetak, seperti radio, tv, majalah, banner, baliho, brosur, dan lain sebagainya.<sup>21</sup>

e. *People* (Orang) Dalam Ranah Pendidikan

*People* merupakan suatu aset utama pada wilayah jasa suatu perusahaan atau lembaga. Orang-orang yang melakukan penawaran jasa akan berhadapan langsung dengan para konsumen. Dengan hal itu, karyawan dan tim yang menawarkan harus memiliki etos kerja yang tinggi karena akan menyebabkan ketertarikan dan kepuasan dari konsumen. Abdul Rahmat menambahkan bahwa orang dalam ranah jasa pendidikan merupakan unsur sekolah yang berperan dalam penyampaian jasa pendidikan, meliputi tata usaha, kepala sekolah,

---

<sup>20</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

<sup>21</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 76.

guru, karyawan (tenaga pendidik dan kependidikan), serta tim khusus yang dibuat oleh sekolah dalam mencapai tujuan menarik minat calon peserta didik.<sup>22</sup>

f. *Physical Evidence* (Bukti Fisik) Dalam Ranah Pendidikan

Zeithaml dan Bitzer dalam bukunya Imam Machali mendefinisikan *Physical Evidence* sebagai *the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components that facilitate performance or communication of the service.*<sup>23</sup>

*Physical Evidence* merupakan suatu bukti fisik yang bisa dirasakan oleh indra manusia (penglihatan, perabaan, maupun penciuman). Bukti fisik ini dapat berupa bangunan dan segala fasilitas, sarana dan prasarana yang ada.<sup>24</sup> Abdul Rahmat menambahkan bahwa ada 2 macam bukti fisik dalam jasa pendidikan yaitu bukti *essential evidence*, yaitu desain ruang kelas dan sekolah, gedung sekolah, laboratorium, lapangan, dan lainnya. Kedua, bukti pendukung seperti halnya raport dan ijazah yang diberikan kepada siswa.<sup>25</sup>

g. *Process* (Proses) Dalam Ranah Pendidikan

Pelayanan produk dan jasa juga berkaitan erat dengan suatu proses penyampaian kepada konsumen yang telah dipilih. Dengan

---

<sup>22</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 75.

<sup>23</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 293

<sup>24</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

<sup>25</sup> Ibid, 75.

berbagai pertimbangan dan orang yang ada dalam lembaga, maka suatu proses secara operasional harus dijalankan secara sistematis dan memiliki visi yang sangat jelas. Sistem yang ada tersebut harus dikerjakan oleh orang-orang yang memahami dan memiliki kemampuan untuk melaksanakannya.<sup>26</sup> Sedangkan Abdul Rahmat menambahkan bahwa proses dalam ranah jasa pendidikan merupakan semua aktivitas yang berkaitan dengan dukungan terlaksananya proses kegiatan belajar mengajar untuk mencapai produk lulusan yang ditetapkan.<sup>27</sup>

### 3. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*) adalah suatu metode yang menggunakan analisis dalam pengidentifikasian beberapa faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal yang berupa peluang serta ancaman.<sup>28</sup> Analisis SWOT adalah suatu metode yang sering digunakan dalam mengidentifikasi beberapa faktor didalam instansi atau lembaga seperti kekuatan, kelemahan, peluang, sampai ancaman yang nantinya akan mempengaruhi proses yang akan dicapai oleh instansi tersebut.

Menurut David (2004) dalam bukunya Mujito menjelaskan bahwa analisis SWOT dibuat berdasar kepada akal fikiran manusia yang bisa

---

<sup>26</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

<sup>27</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 75.

<sup>28</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 211



memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), tetapi pada saat bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dalam proses pengambilan keputusan strategis pasti berhubungan dengan proses pengembangan visi, misi, dan tujuan lembaga atau instansi. Dengan demikian perencanaan strategis sebelumnya harus bisa menganalisa faktor-faktor strategis lembaga (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).<sup>29</sup>

Pada dasarnya, analisis SWOT merupakan singkatan dari empat kata yaitu *Strenghts* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengevaluasi ke empat kata tersebut dalam suatu lembaga atau instansi. Beberapa ahli juga menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu instrumen perencanaan strategik dengan cara yang cukup sederhana dalam memperkirakan cara yang terbaik untuk menentukan sebuah strategi.<sup>30</sup>

- a. *Strenghts* (Kekuatan) merupakan suatu kondisi yang termasuk ke dalam faktor internal yang positif yang memberikan keuntungan dalam menghadapi suatu persaingan para suatu lembaga. *Strenghts* juga disebut sebagai suatu keunggulan lembaga baik dari segi sumber daya yang dimiliki oleh lembaga itu sendiri, kemudian kekuatan atau keunggulan ini menjadi suatu kunci perbedaan antara lembaga pendidikan satu dengan lembaga pendidikan yang lainnya.

---

<sup>29</sup> Mujito, *Manejemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT*, (Banyumas : Wawasan Ilmu, 2023), 49

<sup>30</sup> Fajar Nur'aini DF, *Teknik Analisis SWOT*, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2016),

- b. *Weakness* (Kelemahan) adalah suatu kondisi yang ada didalam suatu lembaga yang termasuk dalam golongan kondisi internal negatif yang bisa merusak citra sekolah. Berbanding terbalik dengan *Strengths*, di dalam *Weakness* menjadi suatu kelemahan bagi lembaga pendidikan bahkan bisa menjadi suatu penghambat dalam menjalankan kegiatan yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan tersebut.
- c. *Opportunity* (Peluang) adalah suatu kondisi baik terjadi pada masa sekarang maupun masa yang akan datang, yang kondisi tersebut dapat menguntungkan bagi lembaga sekolah. *Opportunity* merupakan kondisi eksternal yang bisa memberikan peluang-peluang untuk kemajuan bagi sekolah tersebut. Apabila peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik, maka peluang tersebut bisa menjadi sebuah kekuatan atau keunggulan untuk lembaga pendidikan itu sendiri.
- d. *Threats* (Tantangan) merupakan suatu kondisi eksternal lembaga pendidikan yang tentunya tidak menguntungkan bagi sekolah baik masa sekarang terlebih masa yang akan datang. Secara tidak langsung tantangan disuatu lembaga pendidikan bisa saja mempengaruhi masa depan lembaga tersebut.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 211-212

#### 4. Minat Peserta Didik

##### a. Pengertian Minat Peserta Didik

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pikiran tertentu. Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kearah yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.<sup>32</sup>

Hurlock dalam bukunya Makmun Khairani yang berjudul psikologi belajar mengartikan minat sebagai sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas dalam memilih sesuatu. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga menurun, sehingga minat tidak bersifat permanen akan tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.<sup>33</sup>

Menurut Slameto, minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>34</sup> Sukardi dalam bukunya Ahmad Susanto, menyatakan bahwa minat dapat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran, atau

---

<sup>32</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 151

<sup>33</sup> Makmun Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2017), 186

<sup>34</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), 182

kesenangan akan sesuatu.<sup>35</sup> Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dalam hal ini minat berarti perasaan tertarik dan dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Biasanya minat merupakan situasi yang dihubungkan oleh keinginan atau kebutuhan diri sendiri. Minat seseorang ditunjukkan dengan adanya perasaan senang terhadap suatu objek karena merasa adanya kepentingan terhadap sesuatu tersebut.<sup>36</sup>

Peserta didik adalah individu yang sedang tumbuh dan berkembang baik secara fisik, psikologis, sosial, dan religius dalam mengarungi kehidupan di dunia dan di akhiran kelak. Peserta didik cakupannya lebih luas daripada anak didik. Peserta didik tidak hanya melibatkan anak-anak, tetapi juga melibatkan orang dewasa. Sementara istilah anak didik hanya dikhususkan bagi individu yang berusia kanak-kanak. Penyebutan peserta didik mengisyaratkan bahwa lembaga pendidikan tidak hanya sekolah (pendidikan formal), akan tetapi juga mencakup lembaga pendidikan non formal yang ada di masyarakat. Dengan demikian istilah peserta didik yaitu, orang-orang yang dari segi usia sudah dewasa, namun dari segi mental, wawasan, pengalaman, keterampilan, dan sebagainya masih memerlukan bimbingan.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), 57

<sup>36</sup> Ni Nyoman Parwati dkk, *Belajar dan Pembelajaran, Cet I*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 39

<sup>37</sup> Nata Abuddin, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010), 173

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat peserta didik merupakan sesuatu yang mendorong siswa dalam memilih sekolah yang ditandai dengan adanya emosi, motivasi, atau ketertarikan terhadap sekolah tersebut. Dengan minat itu dapat menimbulkan perasaan tertarik dan dalam diri seseorang terhadap sesuatu dan biasanya minat merupakan situasi yang dihubungkan oleh keinginan atau kebutuhan diri sendiri.

b. Unsur-unsur Minat

Unsur –unsur minat dapat diartikan sebagai tolak ukur suatu keinginan seseorang terhadap sesuatu. Adapun diantaranya sebagai berikut :

1) Perasaan Tertarik

Seperti yang telah dikemukakan oleh Crow & Crow dalam bukunya Abdul Rahman bahwa minat atau *interest* bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan itu sendiri.<sup>38</sup>

Jadi minat dapat ditimbulkan karena adanya perasaan tertarik pada sesuatu yang seseorang inginkan sebelumnya. Perasaan tertarik ini muncul setelah seseorang ini sudah mengetahui, melihat, mengamati dan sehingga melakukan tindakan.

2) Perasaan Senang

Perasaan senang termasuk di dalam unsur-unsur minat telah di jelaskan oleh Sukardi dalam bukunya Susanto yang didalamnya

---

<sup>38</sup> Abdul Rahman, *Psikologi Pendidikan*, Cet. IV, (Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya, 1993), 112

menyatakan minat memiliki beberapa sifat diantaranya kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu.<sup>39</sup> Dengan adanya perasaan senang tersebut maka seseorang akan menimbulkan sesuatu sikap yang lebih positif, sehingga apabila sudah memiliki perasaan senang terhadap sesuatu maka akan menimbulkan rasa semangat untuk melakukan suatu kegiatan.

### 3) Perhatian

Menurut Slameto dalam bukunya Udin Syaefudin dijelaskan seseorang dapat dikatakan berminat atau menginginkan sesuatu maka dapat dilihat dengan seseorang tersebut dapat memperhatikan atau memberikan perhatian dalam suatu kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>40</sup>

### 4) Sikap

Definisi sikap dalam bukunya Muhibbin Syah yaitu suatu dorongan internal dari dalam diri seseorang yang berupa kecenderungan untuk melaksanakan reaksi atau respon terhadap sesuatu yang ia rasakan dan lakukan.<sup>41</sup>

## c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Peserta Didik

Minat pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman yang pernah dilakukan sebelumnya. Minat berkembang sebagai hasil

---

<sup>39</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, Edisi 1, Cet IV, (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), 57

<sup>40</sup> Udin Syaefudin dkk, *Model Pembelajaran Membaca Terpadu Berbasis Sastra Anak Untuk Meningkatkan Minat dan Kemampuan Membaca Siswa Sekolah Dasar Kelas Rendah*, (Pekalongan : Nasya Expanding Manajement, 2021), 46

<sup>41</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007) 134

daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Menurut Crow dan Crow faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat seseorang adalah sebagai berikut :<sup>42</sup>

#### 1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor dari dalam diri seseorang yang akan memengaruhi minatnya yang akan menyekolahkan anaknya disuatu sekolah tertentu. Adapun faktor-faktor internal dalam mempengaruhi minat peserta didik diantaranya :

##### a) Kebutuhan

Henry Murray berpendapat bahwa kebutuhan adalah sesuatu kekuatan hipotesis terhadap terjadinya persepsi, intelegensi, dan tindakan seseorang.<sup>43</sup> Ada dua unsur yang mempengaruhi kebutuhan yaitu "*biogenic theoris*" dan "*sociogenic theoris*". Unsur yang pertama, *biogenic theoris* timbul karena adanya faktor kebutuhan biologis. Kebutuhan biologis tidak terlepas dari minat peserta didik dalam memilih sekolah yang diinginkannya. Seseorang akan terdorong untuk melakukan sesuatu apabila merasa ada suatu yang dibutuhkan. Unsur kedua yaitu *sociogenic theoris*, unsur ini lebih menekankan pada pengaruh kebudayaan atau lingkungan sekitar. Lingkungan yang berpendidikan akan

---

<sup>42</sup> Ibid, 190

<sup>43</sup> Purwa Atmaja Prawira, *Psikologi Pendidikan Dalam Perspektif Baru*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2016) 331

mempengaruhi minat seseorang bahwa memahami pendidikan merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi.

44

#### b) Motif

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motif menjadi salah satu faktor internal yang mempengaruhi minat peserta didik dalam memilih sekolah.<sup>45</sup>

#### c) Emosional

Emosional adalah ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Misalnya, perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat seseorang dalam kegiatan tersebut.

#### 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor dari luar individu atau seseorang yang dapat mempengaruhi minat, diantaranya yaitu sebagai berikut :

---

<sup>44</sup> Sardiman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), 76

<sup>45</sup> Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), 70



a) Keluarga

Keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, saudara kandung masing-masing bisa saling mempengaruhi, saling membutuhkan, semua meladeni seseorang, dan seseorang meladeni semua. Munculnya minat dari seseorang tidak lepas dari faktor keluarga yakni pendidikan orang tua, status ekonomi, rumah, serta komunikasi dalam keluarga. Latar belakang kebudayaan dan ekonomi keluarga paling banyak menentukan minat seseorang.

b) Sekolah

Memilih sekolah kejenjang selanjutnya bukanlah hal yang mudah bagi orang tua dan peserta didik, semuanya pasti menginginkan pendidikan yang terbaik untuk anaknya. Disini peran sekolah dalam mempengaruhi minat orang tua dan peserta didik sangatlah besar seperti contoh perkembangan sekolah yang baik, kurikulum yang tinggi, akreditasi yang tinggi juga mempengaruhi minat orang tua dalam memilih sekolah lanjutan untuk anaknya.

c) Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial juga berpengaruh untuk mempengaruhi minat masyarakat sebagai orang tua siswa dalam menyekolahkan anaknya. Bentuk kehidupan masyarakat yang selalu mengedepankan pendidikan apalagi ada yang namanya sekolah yang dikenal sebagai sekolah

unggulan mampu meningkatkan minat orang tua terhadap suatu sekolah. Namun sebaliknya, jika kondisi masyarakat di lingkungan kumuh yang serba kekurangan dan anak-anak kebanyakan pengangguran, maka minat masyarakat terhadap sekolah juga akan menurun.<sup>46</sup>

## **B. Kajian Penelitian Terdahulu**

Untuk memperkuat proses dan hasil pelaksanaan penelitian nantinya, peneliti melengkapinya dengan kajian penelitian terdahulu yang sudah valid dan relevan guna memperkuat orisinalitas penelitian ini serta kajian teoritis yang menjadi landasan dasar dalam menganalisis hasilnya. Ada sejumlah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis ini, diantaranya yaitu :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Andril Laksamana dengan judul *Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMA An-Nurmaniyah Ciledug* pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>47</sup> Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di SMA An-Nurmaniyah dalam meningkatkan minat calon peserta didik sudah terbilang baik, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data jumlah peningkatan siswa pada setiap tahunnya. Dari ketujuh unsur bauran pemasaran yang paling dominan di dalam mempengaruhi minat

---

<sup>46</sup> Abdullah Idi, *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan*, ( Jakarta : Rajawali Press, 2011) 91-92

<sup>47</sup> Andri Laksamana, “ Strategi Bauran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMA An-Nurmaniyah Ciledug” (Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021)

calon peserta didik di SMA An-Nurmaniyah adalah *product, price, dan promotion*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saifun Nukha dengan judul *Strategi Marketing Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Islam* pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>48</sup> Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa penelitian yang dilakukan pada saat pandemi covid-19 di SMP Islam Al-Fattahiyah dengan berdasarkan observasi yang dilakukan perkembangan dan pertumbuhan siswa di lembaga tersebut terpantau stabil meskipun dalam situasi pandemi juga. Strategi promosi yang dimaksimalkan yaitu penggunaan media online sebagai alat untuk pemasaran pendidikan, yang hasilnya juga dapat meningkatkan minat calon peserta didik sehingga para siswa memilih di SMP Islam Al-Fattahiyah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ratih Fatmadewi yang berjudul *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Nonformal Dalam Menarik Minat Belajar Peserta Didik di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Wijaya Kusuma Umbulharjo Yogyakarta* pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>49</sup> Hasil penelitian ini dijelaskan bahwa dalam penggunaan strategi pemasaran di lembaga PKBM Wijaya Kusuma terdapat 2 faktor yang mempengaruhinya diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari

---

<sup>48</sup> Muhammad Saifun Nukha, "Strategi Marketing Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Islam" (Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020)

<sup>49</sup> Ratih Fatmadewi, "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Non Formal Dalam Menarik Minat Belajar Peserta Didik di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Wijaya Kusuma Umbul Harjo Yogyakarta", (Skripsi : Universitas Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2021)

niat, rajin, motivasi, perhatian dan sikap guru. Sedangkan, faktor eksternal terdiri dari keluarga, guru, teman, media masa.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nur Indah Manansih, dengan judul *Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Pendidikan di SDIT Ayatul Husna Cikarang* pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>50</sup> Dengan kesimpulan strategi pemasaran di SDIT Ayatul Husna sudah dilaksanakan dengan baik dibuktikan dengan peningkatan jumlah siswa yang mendaftar. Strategi yang digunakan yaitu dengan penyampaian informasi yang efektif seperti membuat tim pemasaran yang bertugas dalam merancang informasi yang tertulis dan terstruktur sehingga minat masyarakat tetap terfokus pada SDIT Ayatul Husna.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka pemikiran yaitu interpretasi sementara dari gejala menjadi objek pertanyaan kita. Kerangka kerja ini didasarkan pada tujuan untuk literatur serta temuan pada penelitian yang relevan dan juga yang berhubungan dengannya. Keadaan pikiran ini yaitu menjadi salah satu argumen yang harus kita miliki saat ini untuk merumuskan suatu hipotesis tertentu. Pola pikir ini dapat disatukan dengan bukti ilmiah yang telah dipilih sebelumnya terkait teori ini. Agar pendapat atau argumen kita dapat diterima oleh orang lain, maka kerangka pikir ini harus diatur secara sistematis dan logis.

---

<sup>50</sup> Nur Indah Manansih, “ Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Pendidikan di SDIT Ayatul Husna Cikarang”, (Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020)

Menurut Sugiyono kerangka pikir merupakan suatu model yang konseptual tentang bagaimana cara mengetahui teori yang berhubungan dengan cara berbagai faktor yang sebelumnya telah teridentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>51</sup> Dalam penyusunannya kerangka pikir, biasanya peneliti menyusunnya dalam dua bentuk, yakni bentuk uraian dan bentuk bagan, namun hal tersebut tidak mutlak harus dilakukan, yang terpenting yaitu bagian dari kerangka pikir yang harus ada baik dalam bentuk uraian maupun dengan bentuk bagan.<sup>52</sup>

Dalam rangka meningkatkan strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo, SDM yang ada di MTs Darul Muna ikut berperan penting dalam pemasaran sekolah khususnya humas MTs Darul Muna. Adapun kerangka pikir dari strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo, sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir**

---

<sup>51</sup> Abdul Rohman Rohim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*, (Yogyakarta : Zahir Publishing, 2020), 44

<sup>52</sup> Kadarudin, *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum*, ( Semarang : Formaci, 2021), 243

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*), pengamatan partisipatif (*participant observation*), dan dokumentasi (*documentation*). Wawancara yang akan dilaksanakan di atur untuk mendalami dan mencari tahu apa saja yang dilakukan sekolah dalam strategi promosi serta langkah-langkah yang harus dipersiapkan sebelumnya. Digunakannya wawancara mendalam yaitu berfungsi untuk mengetahui serta memusatkan perhatian pada kasus yang lebih detail dengan cara pengumpulan data, penyusunan data, serta interpretasi data.<sup>1</sup>

Pendekatan tersebut lebih tepat digunakan dalam penelitian di MTs Darul Muna yang berkaitan dengan strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Pendekatan ini untuk menjelaskan berbagai kegiatan yang terkait dengan upaya menganalisis : a) bentuk strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru. b) faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru, c) hasil penerapan strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang mendeskripsikan data dengan rinci serta mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu peristiwa, tentang apa yang

---

<sup>1</sup> Brigitta Putri A.T, "Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang", *Jurnal Kelola Manajemen Pendidikan*, 3 (Januari 2016 ), 70-71.

terjadi sebenarnya menurut kondisi yang ada.<sup>2</sup> Adapun metode yang digunakan dalam penelitian di MTs Darul Muna menggunakan metode studi kasus yang membahas tentang strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Penelitian ini dilakukan dengan upaya untuk mendalami serta mencari secara detail strategi pemasaran yang ada di MTs Darul Muna dengan melalui penelitian lapangan (*field research*) dimana untuk mendapatkan data yang akurat serta objektif.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Madrasah Tsanawiyah Darul Muna yang bertempat di Kelurahan Brotonegaran, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Jadi peneliti akan meneliti di MTs Darul Muna dalam konteks strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru dengan membutuhkan beberapa bulan dalam menyelesaikan penelitian sampai waktu penelitian selesai. Waktu yang dibutuhkan peneliti dalam proses penelitian sampai akhir tergantung dengan kondisi yang ada dan kondisi di lokasi yang berlangsung dari bulan Maret sampai Mei 2023.

## **C. Data dan Sumber Data**

Data yang diperoleh dari penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan langsung ke tempat yang akan diteliti yaitu Madrasah Tsanawiyah Darul Muna Jenes Ponorogo. Wawancara mendalam ini

---

<sup>2</sup> Farida Nurhaini, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo : Cakra Books, 2014), 92

dilaksanakan secara offline dengan terjun langsung ke tempat yang akan diteliti. Peneliti menggali informasi dengan wawancara mendalam kepada informan yang ada di MTs Darul Muna, yaitu Kepala Sekolah, Tenaga Pendidik/Guru, Murid, dan Wali Murid.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang kedua, dengan tujuan untuk mendukung dan menambah data penelitian yang telah dilakukan. Data sekunder sebagai data pelengkap telah diperoleh dari hasil penelitian baik berupa dokumentasi, file serta bentuk yang lain yang dilakukan peneliti. Data sekunder dalam laporan penelitian dapat memperoleh data dari buku kegiatan atau buku agenda, laporan pada saat penelitian di tempat tersebut. Selain itu bisa juga sumber dari buku, jurnal atau penelitian yang terdahulu.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan beberapa prosedur pengumpulan data di antaranya : wawancara, observasi serta dokumentasi. Dari sini peneliti membutuhkan pengumpulan data tersebut guna untuk menunjang dalam penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MTs Darul Muna.

Prosedur dalam mengumpulkan data ini sangat penting dalam proses penelitian, karena ini menjadi tujuan utama dari sebuah penelitian yaitu mendapatkan data. Peneliti tidak akan bisa mendapatkan data yang sesuai apabila sebelumnya tidak mengetahui dulu teknik pengumpulan data yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan sebelumnya.



Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini akan di perinci sebagai berikut :

#### 1. Prosedur Wawancara

EsterBeg juga mendefinisikan dalam bukunya sugiyono wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua orang yang saling berinteraksi serta bertukar informasi melalui proses tanya jawab, sehingga menjadi satu topik pembahasan yang sama.<sup>3</sup> Wawancara adalah suatu proses tertentu yang menghasilkan interaksi komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih atas dasar ketersediaan dan arah dari pembicaraan tersebut mengacu kedalam tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>4</sup> Wawancara awal dilaksanakan dengan terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan. Dalam wawancara awal ini peneliti membuat pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur tentang bagaimana strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MTs Darul Muna Jenes. Wawancara ini dilakukan kepada kepala sekolah, waka humas, murid, serta wali murid. Wawancara digunakan dengan maksud agar nantinya dapat memperoleh informasi secara detail dan jelas mengenai bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan minat masyarakat di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 308-317

<sup>4</sup> Umar Shidiq dan Miftachul Choiri, “Metode Penelitian di Bidang Pendidikan”, *Jurnal Technical Informasi dan Modeling*, 5 (2019), 76

## 2. Prosedur Observasi

Menurut Sutrisno Hadi, observasi adalah suatu proses yang telah disusun dengan baik dari berbagai sisi baik dalam proses biologis dan psikologis. Keseluruhan dari proses ini yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Pengumpulan data dengan teknik observasi digunakan apabila dalam penelitian berkenaan dengan bagaimana perilaku manusia, proses kerjanya, gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>5</sup>

Observasi ini dilakukan agar peneliti mengetahui dan mengamati secara langsung semua yang berhubungan dengan penelitian, yaitu dampak dari penerapan strategi promosi di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo tersebut, seperti halnya dalam proses perencanaan promosi, pelaksanaan sampai proses evaluasi serta bentuk keberhasilan strategi promosi di tempat tersebut.

## 3. Prosedur Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu catatan peristiwa yang sudah terjadi dan diabadikan dengan suatu catatan dalam bentuk gambar, tulisan ataupun karya-karya seseorang.<sup>6</sup> Metode dalam dokumentasi yaitu mencari suatu data dan data tersebut mengenai hal-hal ataupun variabel yang berupa suatu buku, surat kabar, stranskip, catatan, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 226.

<sup>6</sup> Ibid, 329.

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2002), 109

Peneliti tentunya bisa melihat dari catatan-catatan atau data dokumen yang ada disekolah MTs Darul Muna. Pengambilan data yang ada tersebut untuk memperoleh data yang diperlukan selama penelitian berlangsung tentang apa saja bentuk strategi promosi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

## **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.<sup>8</sup> Adapun teknik analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian para penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data tersebut sudah tampak pada waktu penelitian memustuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 334

pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya. Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.<sup>9</sup>

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan transformasikan dalam aneka macam cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

## 2. Penyajian Data

Milles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar

---

<sup>9</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 1992), 16

ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.<sup>10</sup>

### 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Milles & Huberman hanyalah sebagai dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi ini mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam fikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjekif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temua dalam seperangkat data lain. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat di pertanggung jawabkan.<sup>11</sup>

### F. Pengecekan Keabsahan Penelitian

Keabsahan data adalah sesuatu konsep yang penting, diambil dari konsep kesahihan (validitas) serta keandalan (realibilitas) dan telah disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian

---

<sup>10</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 1992), 17

<sup>11</sup> Ibid, 17

kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.<sup>12</sup>

Keabsahan data dilakukan peneliti untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji kredibilitas (*credibility*). Untuk menentukan hasil penelitian dapat dikirim ke wilayah lain, maka diperlukan uji trasferabilitas (*transferability*). Sedangkan untuk mengetahui reabilitas dapat dilakukan uji depenabilitas (*dependability*). Serta terakhir untuk mengetahui hasil penelitian itu benar, dapat dikaji ulang dengan melakukan uji konfirmasi (*confirmability*).<sup>13</sup> Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah, peneliti melakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dilaksanakan dengan 3 cara diantaranya :

1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke tempat yang penelitian tersebut, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin

---

<sup>12</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 320-321

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 366

terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.

Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan/benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu di akhiri.<sup>14</sup>

## 2. Meningkatkan Kecermatan Dalam Penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data urutan kronologi peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol / mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat dan disajikan sudah benar atau belum.

Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu,serta dokumen-dokumen lainnya yang terkait dengan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas.

## 3. Triangulasi

William Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber

---

<sup>14</sup> Umar Shidiq dan Miftachul Choiri, “Metode Penelitian di Bidang Pendidikan”, *Jurnal Technical Informasi dan Modeling*, 5 (2019), 90-91

dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

a. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang peran kepala sekolah sebagai supervisor, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, dan ke teman kerja merupakan kelompok kerja sama.<sup>15</sup>

b. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar dan mungkin saja semuanya benar, karena perbedaan dalam sudut pandang.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Umar Shidiq dan Miftachul Choiri, "Metode Penelitian di Bidang Pendidikan", *Jurnal Technical Informasi dan Modeling*, 5 (2019), 94-95.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 373-374



### c. Triangulasi Waktu

Dalam pengumpulan data waktu juga perlu diperhitungkan. Maka data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberi data lebih valid lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.<sup>17</sup> Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggung jawabkan.

## G. Tahap Penelitian

Dalam metode penelitian, peneliti harus mengetahui serta memahami berbagai tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Lexy J. Moleong mengatakan bahwa tahapan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap pra-lapangan, pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data.

### 1. Tahap Pra-Lapangan

Tahapan pra-lapangan ini berkaitan dengan penyusunan rancangan penelitian yang dibuat oleh peneliti, menentukan alasan pelaksanaan penelitian, mengurus surat perizinan penelitian, menilai lokasi

---

<sup>17</sup> Umar Shidiq dan Miftachul Choiri, "Metode Penelitian di Bidang Pendidikan", *Jurnal Technical Informasi dan Modeling*, 5 (2019), 95-96.

penelitian, serta memanfaatkan informan yang ada di lokasi penelitian dan mempersiapkan perlengkapan penelitian.<sup>18</sup> Sedangkan tahapan-tahapannya yaitu menyusun rancangan penelitian, memilih tempat penelitian yaitu di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo, mengurus surat perizinan ke kampus (IAIN Ponorogo), serta mencari informan yang tepat.

## 2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahapan ini, peneliti mengumpulkan data-data yang akan diperlukan dalam penelitian dengan menggunakan metode yang telah ditentukan sebelumnya. Tahapan para pekerjaan lapangan ini yaitu memahami latar belakang serta persiapan diri meliputi pembatasan latar dan peneliti, penampilan, dan pengenalan hubungan peneliti dilapangan dan jumlah waktu studi.<sup>19</sup>

## 3. Tahap Analisis Data

Pada tahap analisis data adalah tahapan dimana peneliti melakukan analisis data yang telah diperoleh, baik dari informan maupun dokumen-dokumen pada tahapan sebelumnya. Tahapan ini juga diperlukan sebelum peneliti menuliskan laporan penelitian.<sup>20</sup> Analisis data berlangsung selama proses pengumpulan data dan pada setelah selesai pengumpulan data.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 127

<sup>19</sup> Umar Shidiq dan Miftachul Choiri, "Metode Penelitian di Bidang Pendidikan", *Jurnal Technical Informasi dan Modeling*, 5 (2019), 34.

<sup>20</sup> Ibid, 38

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Latar Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya MTs Darul Muna Jenes Ponorogo

Madrasah Tsanawiyah Darul Muna Ponorogo didirikan Tahun 2014, berlokasi di dalam kompleks Pondok Pesantren Hudatul Muna Ponorogo, diselenggarakan oleh Yayasan Hudatul Muna Ponorogo. Karena berdiri pada lingkungan pondok pesantren maka sejarah berdirinya MTs. Darul Muna ini tidak lepas dari adanya. Pondok Pesantren Hudatul Muna sebagai lembaga non-formal yang merupakan cikal bakal dari munculnya lembaga ini.

Pondok Pesantren Hudatul Muna berdiri pada tahun 1932 M yang didirikan oleh K.H Thoyyib, dengan jumlah santri sekitar 40 santri. Beliau terkenal dengan kefasihan dan keindahan suaranya dalam membaca Al-Qur'an dan Maulid Berzanji, selain itu beliau juga terkenal sebagai orang yang lemah lembut, tampan, berwibawa dan berbudi pekerti yang luhur. Setelah itu pondok pesantren tersebut berkembang hingga sekarang dengan berkesinambungan keluarga dzuriah dari pendiri pondok pesantren melanjutkan syiar islam dengan satu tujuan yang luhur, yaitu Li 'lai Kalimatillah.

Dari proses berdirinya pondok pesantren tersebut lalu mulai berkembanglah dan mendirikan berbagai lembaga baik yang sifatnya formal maupun non-formal. Lembaga-lembaga non formalnya tersebut adalah Madrasah Diniyah Ibtidaiyah, Tsanawiyah dan Aliyah Miftahul

Huda yang didirikan oleh K.H. Qomarudin Mufti. Sedangkan lembaga formal yang didirikan diantaranya adalah SMP Ma'arif 2 Ponorogo dan SMK Wahid Hasyim yang didirikan oleh K.H. Masduqi Thoyib, MA Hudatul Muna 1 dan MTs Darul Muna yang didirikan oleh K. Muhammad Yasin Iskandar bersama K.H. Abdul Qodir Murdani, Bapak Subhan Masruri, S. Pd., dan Ibu Arina Hidayati S. Ag.

Pada tahun 2014 memang secara fisik MTs Darul Muna telah berdiri, akan tetapi karena pada tahun 2014, ijin operasional madrasah belum terbit, maka siswa MTs Darul Muna “dititipkan” secara administrasi di MTs YP KH Syamsuddin Durisawoo, Ponorogo. Baru pada tanggal 15 juli 2015, secara resmi MTs Darul Muna mendapat surat Ijin Operasional dari Kantor Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Lembaga ini dalam perjalanannya melaksanakan kebijakan pendidikan sudah 3 kali pergantian kepala sekolah yaitu Bapak Subhan Masruri, S. Pd., yang mana beliau adalah kepala sekolah pertama MTs Darul Muna, Kemudian dilanjutkan oleh Bapak Mahfud, S. Pd., dan pada tahun 2016, tanggung jawab sebagai kepala sekolah dirikan kepada Ibu Arina Hidayati, S. Ag. sampai sekarang.<sup>1</sup>

## **2. Visi, Misi, Tujuan MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

Visi yaitu suatu penjelasan sekaligus cerminan tujuan fundamental bagi keberadaan suatu lembaga. Adanya misi merupakan tindakan atau upaya untuk mewujudkan atau merealisasikan visi.<sup>2</sup> Misi madrasah

---

<sup>1</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi kode : 02/1-W/F-1/07/03/2023

<sup>2</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan* (Bandung : Alfabeta, 2013), 134

adalah aspirasi kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan dan masyarakat madrasah lainnya yang dijadikan elemen fundamental penyelenggaraan program madrasah dengan alasan yang jelas serta konsisten sesuai dengan nilai-nilai madrasah. Sedangkan, tujuan merupakan pemberian pengarahan dengan cara menggambarkan keadaan masa datang yang menghasilkan kesepakatan umum.<sup>3</sup>

**a. Visi :**

“Terwujudnya Lingkungan Madrasah Yang Damai dan Kondusif Guna Membentuk Insan Berbudaya Yang Ber IMTAQ Serta Ber IPTEK”.

Indikator-indikatornya visi sebagai berikut :

- 1) Dihayatinya ajaran-ajaran dan nilai-nilai Islam sebagai pandangan hidup, sikap hidup dan keterampilan hidup dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Berkualitas dalam proses pembelajaran, dan berprestasi tinggi dalam UN.
- 3) Mampu bersaing dalam memasuki pendidikan lanjut (SMA/MA/SMK) yang favorit.
- 4) Mampu bersaing dalam prestasi Olimpiade Sains Nasional (OSN).
- 5) Mampu bersaing dalam prestasi seni olah raga maupun Teknologi Informasi (ICT).

---

<sup>3</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan* (Bandung : Alfabeta, 2013), 137

**b. Misi :**

- 1) Mendidik santri agar menjadi pewaris ilmu agama dari para ulama salaf.
- 2) Mengembangkan pendidikan islam sesuai dengan konteks perkembangan zaman.
- 3) Meningkatkan mutu pendidikan karakter dan aplikasinya di masyarakat.
- 4) Menjalin ukhuwah islamiyah dengan masyarakat sekitar pondok.

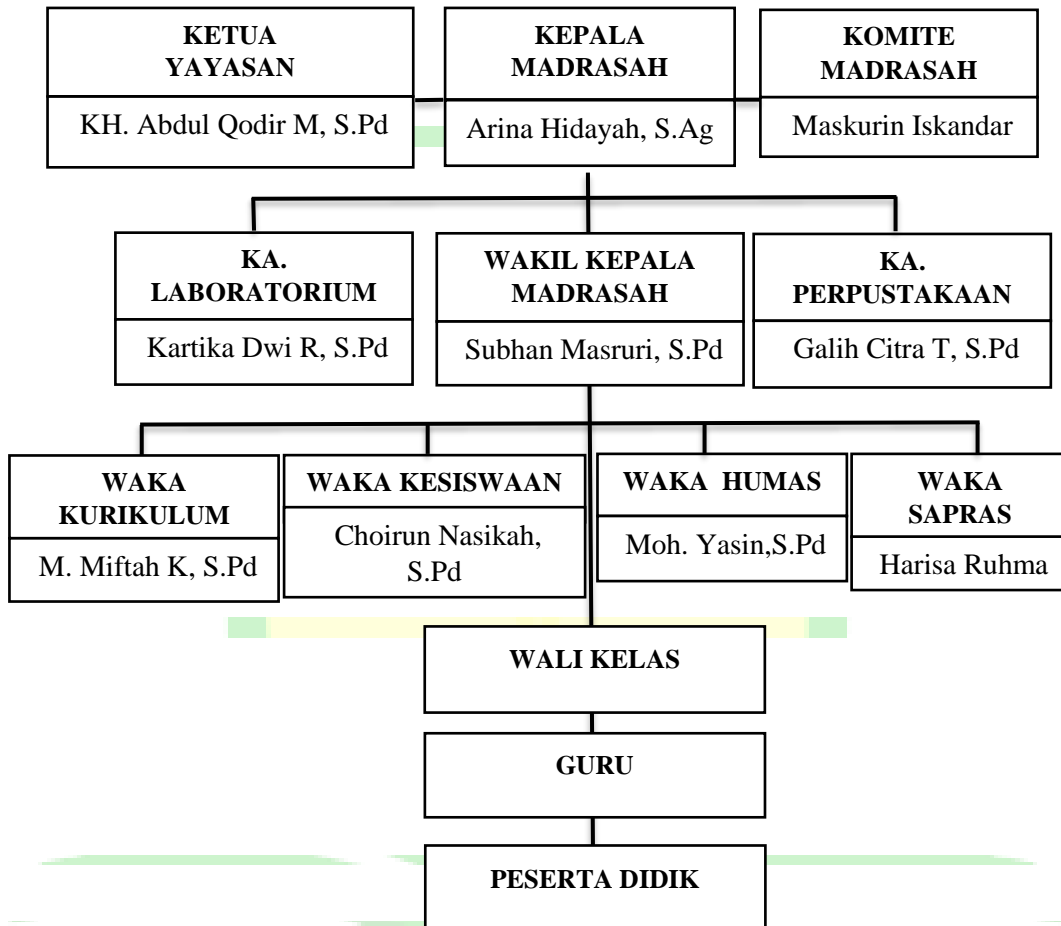
**c. Tujuan :**

Berkaitan dengan visi dan misi yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan lembaga MTs Darul Muna adalah :

- 1) Dapat menambah kualitas ilmu, iman, dan taqwa bagi seluruh warga madrasah.
- 2) Dapat menambah kualitas dan kuantitas sarana/prasarana untuk mendukung peningkatan prestasi akademik maupun non akademik.
- 3) Meningkatkan rasa empati dan simpati antara warga madrasah maupun dengan warga sekitar madrasah.
- 4) Meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya ukhuwah islamiyah di masyarakat.
- 5) Meningkatkan kemampuan peserta didik dalam berbahasa arab dan inggris secara aktif.

- 6) Meningkatkan kualitas lulusan dalam hal membaca, menulis dan menghafal Al –Qur’an.

### 3. Struktur Organisasi MTs Darul Muna Jenes Ponorogo



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

### 4. Tenaga Pendidik, Kependidikan dan Siswa MTs Darul Muna Jenes

Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting dalam sebuah organisasi. Karena sumber daya manusia inilah yang dapat menggerakkan sebuah organisasi. Di dalam lembaga pendidikan, sumber daya manusia berarti seluruh warga sekolah atau madrasah yang terdapat di lembaga tersebut seperti kepala sekolah, tenaga pendidik,

siswa dan lain-lain.<sup>4</sup> Berikut merupakan bagian dari sumber daya manusia di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo :

**Tabel 4.1 Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan**

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1.	Arina Hidayah, S.Ag	S1	Kepala Madrasah
2.	Subhan Masruri, S.Pd	S1	Wakil Kepala Madrasah
3.	KH. Abdul Qodir M, S,Pd	S1	Penasehat
4.	Masrukin Iskandar	MA	Komite Madrasah
5.	M. Miftah K, S.Pd	S1	Waka Kurikulum
6.	Choirotun Nasikah, S.Pd	S1	Waka Kesiswaan
7.	Moh. Yasin, S.Pd	S1	Waka Humas
8.	Harisa Ruhma	S1	Waka Sarpras
9.	Supriyanto, S.Pd	S1	Guru
10.	Dewi Novita Sari, S.Pd	S1	Guru
11.	Sri Setiani, S.Pd	S1	Guru
12.	Galih Citra Taufika, S.Pd	S1	Guru
13.	Kartika Dwi Rahayu, S.Pd	S1	Guru
14.	Prapangkat, S.Pd	S1	Guru
15.	Nia Patmalia, S.Pd	S1	Guru
16.	Shofiah	D3	Guru
17.	Moh. Ridwan,S.Pd	S1	Guru
18.	Siti Mahmudah	MA	Guru
19.	Anifatul Mahmudah	MA	Guru
20.	Asif Nurngaini H, S.Pd	S1	Guru
21.	Agung Prasetiyo	SMK	Guru
22.	Tri Maidana Fuad,S.Pd	S1	Guru

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktik* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016) 5



**Tabel 4.2 Data Siswa**

No	Tahun	Kelas	Jumlah		Jumlah
			Laki-laki	Perempuan	
1.	2021/2022	VII	15	20	35
2.		VIII	13	17	30
3.		VIII	6	11	17
1.	2022/2023	VII	11	10	21
2.		VIII	15	20	35
3.		VIII	13	17	30

**5. Sarana Prasarana MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

**Tabel 4.3 Sarana dan Prasarana**

No	Jenis Bangunan	Jumlah	Kondisi Bangunan		
			Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
1.	Ruang Kelas	3	3	-	-
2.	Ruang Guru	1	1	-	-
3.	Ruang Kepala Madrasah	1	1	-	-
4.	Ruang Waka Madrasah	1	1	-	-
5.	Ruang Tata Usaha	1	-	1	-
6.	Ruang Perpustakaan	1	1	-	-
7.	Toilet Guru	1	1	-	-
8.	Toilet Siswa	4	2	2	-
9.	Koperasi Siswa	1	1	-	-
10.	Gudang	1	1	-	-
11.	Ruang Kegiatan	1	1	-	-
12.	Mushola	1	1	-	-
13.	Ruang Organisasi	1	1	-	-
14.	Tempat Parkir	1	1	-	-

Peralatan/ Sarana Pendidikan				
No	Jenis>Nama Alat	Jumlah	Kondisi	
			Baik	Rusak
1.	Kipas	1	1	
2.	Rak Buku	3	3	
3.	Lcd Proyektor	1	1	
4.	Komputer	6	5	2
5.	Meja Baca	6	6	
6.	Lemari	3	3	
7.	Globe	1		1
8.	Printer	3	2	1
9.	Televisi	1		1
10.	Peta	1	1	

## B. Paparan Data

### 1. Bentuk Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo

MTs Darul Muna Jenes merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang dimana harus memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga pendidika. Tujuan dari memberikan pelayanan terbaik yaitu untuk meningkatkan kualitas sekolah atau madrasah itu sendiri. Bentuk pelayanan yang diberikan tidak hanya berupa sarana prasaran dan fasilitas yang layak tetapi juga harus memperhatikan aspek lainnya seperti kegiatan non akademik siswa melalui ekstrakurikuler. Dengan menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan yang baik maka sekolah dapat menarik minat masyarakat sehingga terdapat peningkatan jumlah siswa di sekolah.

Dalam meningkatkan jumlah siswa, perlu diterapkan bauran pemasaran jasa pendidikan serta sekolah harus memberikan pelayanan yang baik dan terus meningkatkan kualitas agar mampu bersaing dengan kompetitor yang sederajat. Bauran pemasaran berarti alat yang

digunakan oleh sekolah untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan yakni terdiri dari 5P yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence*. Dalam hal ini, bauran pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan dalam MTs Darul Muna adalah sebagai berikut :

a. *Product* (Produk)

Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Sebagai penjual jasa, MTs Darul Muna Jenes harus memperhatikan kualitas serta meningkatkan layanan pendidikan agar siswa tertarik untuk bersekolah di MTs Darul Muna Jenes. Produk sendiri tercipta karena adanya tujuan sekolah yang tertuang dalam visi serta misi yang telah dirumuskan yaitu terwujudnya lingkungan madrasah yang damai dan kondusif guna membentuk insan berbudaya yang ber IMTAQ dan ber IPTEK. Dalam membentuk serta menghasilkan siswa yang unggul, MTs Darul Muna Jenes membekali siswa dengan beberapa hal penting, diantaranya :

1) Program Unggulan Sekolah

MTs Darul Muna Jenes mempunyai beberapa program unggulan yang menjadikan nilai tambahan bagi sekolah yaitu Tahfidzul Qur'an, kajian kitab kuning, english conversation. Dari beberapa program unggulan tersebut, yang menjadi daya tarik masyarakat yaitu Tahfidzul Qur'an dan kajian kitab kuning. Program Tahfidzul Qur'an khususnya bertujuan untuk

meningkatkan pendidikan karakter religius siswa MTs Darul Muna Jenes yang sesuai dengan tujuan lembaga sekolah. Hal ini sesuai dengan pernyataan kepala madrasah MTs Darul Muna Jenes, Ibu Arina Hidayati yang menjelaskan bahwa :

“Pelaksanaan kegiatan muatan lokal Tahfidzul Qur’an untuk meningkatkan pendidikan karakter religius siswa MTs Darul Muna Ponorogo dengan dibuatnya jadwal Tahfidzul Qur’an, pengelompokan ruangan sesuai dengan kemampuan menghafal siswa dan diberikan pengetahuan tentang karakter religius agar mempermudah dalam menghafal Al-Qur’an serta dianjurkan kepada siswa untuk menerapkan karakter religius”.<sup>5</sup>

Bapak Moh. Yasin selaku Waka Humas menambahkan :

“Progam unggulan yang utama di MTs Darul Muna yaitu tahfidzul qur’an dan qiro’atul kutub, akan tetapi progam unggulan lainnya ada juga english conversation”.<sup>6</sup>

Diharapkan dengan adanya tiga progam unggulan tersebut siswa tidak hanya pandai dalam pendidikan karakter religius nya akan tetapi pendidikan karakter umum juga bisa mengimbangi, karena pada masa ini pendidikan umum sangat diperlukan dalam berkehidupan sehari-hari dan di seimbangkan dengan pendidikan religius untuk membentuk akhlak yang baik.

## 2) Ekstrakurikuler

Selain mempunyai progam unggulan, di MTs Darul Muna juga terdapat kegiatan ekstrakurikuler dalam mengembangkan

---

<sup>5</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

<sup>6</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/14-3/2023

bakat serta minat yang dimiliki masing-masing siswa. Bapak

Moh. Yasin selaku waka humas menjelaskan bahwa :

“Di MTs Darul Muna memiliki program-program pendukung yang bersifat non akademik seperti pramuka, hadroh, qiroah, kaligrafi. Setiap bidang tersebut memiliki pendamping masing-masing dalam melatih kegiatan ekstrakurikuler. Ekstrakurikuler biasanya dilaksanakan pada pukul 14:00 sampai 16:00”<sup>7</sup>

Diharapkan dengan adanya beberapa program ekstrakurikuler tersebut dapat meningkatkan dan mengembangkan bakat yang dimiliki oleh masing-masing siswa.

### 3) Penambahan Lembaga dan Sarana Prasarana

Untuk menunjang dan meningkatkan kegiatan yang ada di MTs Darul Muna, sekolah menambahkan lembaga yang di bawah naungan Yayasan Hudatul Muna yaitu Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak Darul Muna (LKSA) dan PPTQ Darul Muna. Sesuai dengan penuturan Ibu Arina Hidayati :

“Ditahun 2019 Ibu Arina Hidayah mendirikan Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak Darul Muna yang berkoordinasi dengan masyarakat. Diharapkan dengan berdirinya LKSA Darul Muna ini bisa untuk membantu siswa-siswa yang kurang mampu. Siswa tersebut akan dibantu oleh pemerintah melalui LKSA yang berbadan hukum jelas”<sup>8</sup>

Beliau juga menuturkan karena beliau seorang hafidzoh ditahun 2020 juga mendirikan PPTQ Darul Muna guna memfasilitasi siswa yang berkeinginan menghafalkan Al-

---

<sup>7</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

<sup>8</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

Qur'an. PPTQ Darul Muna ini diprioritaskan untuk santri-santriwati yang tidak sekolah di MTs Darul Muna. Dengan maksud usianya tidak terbatas dan tidak harus bersekolah di MTs. Jadi santri tidak terpaud usia untuk ingin menghafalkan Al-Qur'an disini, mondok saja di PPTQ Darul Muna juga diperbolehkan.

Dengan adanya beberapa lembaga tersebut, MTs Darul Muna memberikan pelayanan yang terbaik dengan membangun fasilitas untuk belajar mengajar. Ibu Arina Hidayah menuturkan :

“Untuk tahun ini kami sedang menambah kelas dengan membangun ruangan dan penambahan toilet. Komitmen kami yaitu memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memaksimalkan proses kegiatan belajar mengajar”<sup>9</sup>

Dari beberapa jawaban atas wawancara diatas, dari MTs Darul Muna sudah memberikan pelayanan serta terdapat produk dan progam unggulan yang dinilai sudah yang baik. Dan diharapkan dari adanya penambahan beberapa lembaga dapat memberikan semangat yang lebih dalam proses belajar siswa di MTs Darul Muna.

---

<sup>9</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023



**Gambar 4.2**  
**Program Unggulan MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

b. *Price* (Harga)

Biaya atau harga suatu lembaga pendidikan sangat mempengaruhi minat dari siswa khususnya para orang tua siswa. Maksud dari biaya atau harga pendidikan yaitu seluruh biaya yang nantinya akan dikeluarkan guna untuk mendapatkan suatu jasa pendidikan. Dilihat dari fenomena yang ada, mayoritas orang tua dalam menyekolahkan anaknya kebanyakan mencari sekolah yang

terjangkau harga atau biaya pendidikannya. Akan tetapi itu semua juga tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan, program-program yang unggul, serta pendidik yang berpengalaman. Semakin bagus dalam pelayanan maka semakin tinggi juga biaya yang harus dikeluarkan.

Penetapan harga di MTs Darul Muna seperti biaya masuk, SPP dan lainnya ditentukan pada saat rapat intern sekolah yang diikuti oleh seluruh stakeholder MTs Darul Muna. Sebelum menetapkan biaya pendidikan yang harus dikeluarkan oleh para wali murid, MTs Darul Muna terlebih dahulu melakukan observasi ke sekolah lainnya yang sederajat agar nantinya sekolah bisa memvperkirakan dengan kompetitor lain. Seperti penuturan Ibu Arina Hidayati

“Untuk masalah biaya yang harus dikeluarkan oleh wali murid. Setiap tahunnya orang tua dari siswa di minta untuk membayarkan beberapa biaya pendidikan karena sekolah ini tergolong sekolah swasta maka biayanya tidak semurah sekolah negeri pada umumnya. Dalam penentuan biaya sekolah tersebut biasanya diadakan rapat sekolah yang dihadiri oleh beberapa stakeholder seperti ketua yayasan, kepala madrasah, komite madrasah dan petinggi lainnya”<sup>10</sup>

Biaya yang harus dikeluarkan oleh wali murid untuk pendaftaran siswa baru total 1.350.000 dengan rincian pendaftaran 25.000, SPP (6 Bulan) 300.000, buku penunjang 1 semester 100.000, konsumsi (1 bulan) 250.000, UAS 50.000, raport 50.000 seragam 3 stel 485.000, atribut 90.000. Dan untuk siswa kurang

---

<sup>10</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023



mampu dapat mengajukan keringanan biaya dengan dibuktikan KIP dan surat miskin dari desa.

Selain dari dana yang dibebankan terhadap wali murid, MTs Darul Muna juga memiliki sumber dana yang berasal dari dana BOS yang diberikan oleh pemerintah setiap tahunnya. Dana tersebut digunakan untuk menunjang operasional sekolah seperti untuk keperluan gaji guru, perawatan gedung, perbaikan sarana prasarana dan lain sebagainya. Sesuai dengan penuturan Ibu Arina Hidayah :

“Untuk dana yang diperoleh MTs Darul Muna selain dari pembayaran SPP para murid, kami juga memperoleh dana dari pemerintah yaitu dana BOS. Keseluruhan dana tersebut direalisasikan untuk keperluan operasional sekolah yang dikelola oleh bagian Tata Usaha disini”<sup>11</sup>

Untuk kebijakan dalam pembiayaan sekolah, dari MTs Darul Muna mempunyai kebijakan untuk siswa yang kurang mampu dan siswa yang berprestasi. Seperti penuturan bapak Moh. Yasin, beliau menuturkan :

“ada kebijakan dari sekolah untuk siswa yang tergolong kurang mampu. Siswa yang kurang mampu tersebut nantinya bisa mengajukan keringanan biaya dengan menyertakan surat miskin dari desa. Nantinya bisa diproses apakah siswa tersebut layak untuk diberikan keringanan biaya atau tidak”<sup>12</sup>

Dilihat dari sumber dana dan kebijakan pembiayaan diatas dapat diketahui sumber dana yang didapatkan di MTs Darul Muna yaitu dari dana BOS dan SPP dari para murid. Serta ada kebijakan

---

<sup>11</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

<sup>12</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/15-3/2023

tersendiri dari pihak MTs Darul Muna kepada murid yang berprestasi ataupun kurang mampu.



#### PENDAFTARAN SANTRI BARU MTs DARUL MUNA

TAHUN PELAJARAN 2023/2024

1. Waktu pendaftaran : 1 Februari 2023 sampai dengan 10 Juli 2023
2. Tata cara pendaftaran : a. Off line, mendaftar langsung ke kantor MTs Darul Muna  
b. On line, dengan Alamat tautan :  
<https://bit.ly/jp4bentadarulmuna2023>
3. Persyaratan : Foto copy Kartu Keluarga (KK), 1 lembar  
Foto copy Akte Kelahiran, 1 lembar
4. Biaya :

a. Pendaftaran	: Rp 25.000
b. SPP 6 bulan	: Rp 300.000
c. Buku Penunjang 1 semester	: Rp 100.000
d. Kosurnai 1 bulan (makan 2x sehari)	: Rp 250.000
e. Ujian Akhir Semester	: Rp 50.000
f. Raport	: Rp 50.000
g. 1 Stel Seragam Biru Putih	: Rp 180.000
h. 1 Stel Seragam Pramuka	: Rp 180.000
i. 1 Stel Seragam Olahraga	: Rp 125.000
j. 3 Buah Jilbab	: Rp 60.000
k. Atribut (syal, dasi dll)	: Rp 30.000
Jumlah	: Rp 1.350.000
5. Bagi Siswa dari keluarga kurang mampu, dibuktikan dengan Kartu Indonesia Pintar (KIP) dan Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) dari Kepala Desa, mendapat keringanan biaya.
6. Semua calon siswa baru mendapatkan 1 stel seragam almamater
7. Keterangan lebih lanjut, hubungi Nomor :
  - a. 0812-3441-9071, ust. Subhan Masruri, S.Pd
  - b. 0852-3387-4928, Ustadah. Arina Hidayati, S.Az

Ponorogo, 2023  
Kepala Madrasah

**Arina Hidayati, S.Az**

**Gambar 4.3**  
**Biaya MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

#### c. *Place* (lokasi)

Keberadaan lokasi sekolah sangatlah penting untuk diketahui oleh masyarakat. Calon siswa dan orang tua siswa perlu tau berada dimana letak sekolah tersebut berdiri dan melangsungkan aktivitasnya. Jika dilihat dari letak geografisnya, lokasi MTs Darul Muna sangat lah strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Letaknya di tengah kota sangat memungkinkan sekali orang akan mengetahuinya seperti penuturan Ibu Arina Hidayati :

“Ya, lokasi MTs Darul Muna yang termasuk di tengah-tengah perkotaan bisa di bilang sangat strategis, ditambah lagi sekolah ini terdapat di lingkungan pondok pesantren yang dapat kita ketahui di perkotaan sangatlah jarang ditemui lembaga pendidikan yang ada pondok pesantrennya juga. Jadi bisa sekolah formal dan bisa mondok juga”.<sup>13</sup>

Dengan lokasi sekolah yang terletak di pinggir jalan raya yang menuju ke pusat kota, maka memudahkan sekali MTs Darul Muna dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang berupa papan nama lembaga yang dipasang di pinggir jalan raya. Sebagaimana yang di sampaikan Bapak Moh. Yasin :

“Karena letak sekolah di pinggir jalan raya, kita pihak sekolah memasang plang nama sekolah agar orang yang lewat dapat mengetahui lokasi MTs Darul Muna. Terlebih pintu masuk yang mengarah ke MTs Darul Muna sangat dekat dengan lampu merah, sehingga orang yang berhenti di lampu merah bisa melihat dengan jelas plang tersebut”.<sup>14</sup>

Selain letak lokasi yang strategis, akses jalan menuju ke sekolah juga nyaman dan aman. Jalan tersebut sudah dikatakan lebar yang bisa dilewati dua mobil yang berpapasan dan sudah menggunakan paving yang tentunya tidak mudah rusak dan tahan lama tidak seperti menggunakan jalan aspal. Dilengkapi juga polisi tidur agar kendaraan yang lewat tidak ngebut di area menuju ke tempat MTs Darul Muna. Serta plang ke arah MTs Darul Muna

---

<sup>13</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

<sup>14</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/15-3/2023

sudah terpampang jelas di pinggir jalan besar dan pinggir masuk ke gang arah sekolah. Ibu Arina Hidayati menyampaikan, bahwa :

“Agar para siswa dan wali murid yang akan datang menuju ke MTs Darul Muna nyaman, kami perbaiki jalan yang mengarah ke sekolah dengan koordinasi dengan lingkungan sekitar. Dan karena lokasi MTs Darul Muna juga terdapat di tengah rumah-rumah warga sekitar sehingga banyak anak kecil di sekitar jalan itu, maka diberi polisi tidur setiap beberapa meter agar pengendara motor tidak kebut-kebutan di jalan tersebut. Dari upaya yang dilakukan oleh pihak sekolah tersebut, diharapkan baik wali murid atau warga sekitar sama-sama merasa nyaman dan aman”.<sup>15</sup>

Dari penuturan Ibu Arina Hidayati dan Bapak Moh. Yasin dapat disimpulkan bahwa lokasi dari MTs Darul Muna sudah strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat yang akan menyekolahkan anaknya. Disisi lain pihak sekolah juga sudah melakukan upaya dalam membuat rasa aman dan nyaman terhadap wali murid bahkan masyarakat sekitar.

---

<sup>15</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023



**Gambar 4.4**  
**Lokasi MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang paling penting dalam proses pemasaran jasa pendidikan. Promosi sangatlah penting guna untuk menyebarkan informasi tentang sekolah kepada masyarakat sebagai target market dari penyedia jasa pendidikan.

Untuk menunjang kegiatan pemasaran MTs Darul Muna juga melakukan promosi melalui beberapa program periklanan seperti melalui media online, menyebarkan brosur, memasang spanduk, sosialisasi atau kunjungan ke beberapa sekolah dasar.

Sesuai dengan penuturan Ibu Arina Hidayah, beliau menuturkan bahwa :

“dalam pemasaran sekolah, kami membuat beberapa program yang akan kami laksanakan saat masa PPDB berlangsung. Program tersebut di bentuk bersama panitia pelaksana pemasaran sekolah yang sebelumnya di musyawarahkan bersama”<sup>16</sup>

Berikut merupakan beberapa program promosi yang dilakukan oleh MTs Darul Muna :

1) Media Online

Pada era saat ini banyak sekali media online yang bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk menyebarkan informasi sekolah kepada masyarakat luas. Karena era sekarang sudah memasuki era digital dimana semua orang menggunakan media online sebagai mencari informasi, melaksanakan pekerjaan dan lainnya. Dengan ini MTs Darul Muna memanfaatkan media

---

<sup>16</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

online tersebut sebagai salah satu cara promosi atau kegiatan pemasaran. Dengan bertambahnya media baik offline maupun online diharapkan kegiatan pemasaran ini dapat berjalan dengan maksimal sehingga banyak masyarakat yang tahu mengenai Madrasah Tsanawiyah Darul Muna dan menyekolahkan anaknya disini. Hal ini disampaikan oleh bapak Moh. Yasin selaku Waka humas di MTs Darul Muna. Beliau mengatakan :

“untuk promosi sekolah MTs Darul Muna memanfaatkan media sosial yang sekarang ini banyak digunakan oleh masyarakat. Contohnya seperti Instagram, Youtube, Facebook, Email, Tiktok. Dengan adanya media sosial ini diharapkan dapat menjangkau masyarakat luas”<sup>17</sup>

Sistem yang digunakan untuk melakukan promosi sekolah yaitu melalui media-media tersebut dengan mengunggah informasi yang berkaitan dengan kegiatan di MTs Darul Muna. Pamflet pendaftaran siswa baru bisa juga di unggah di seluruh media sosial MTs Darul Muna yang didalamnya terdapat informasi yang sama dengan di brosur. Beberapa kegiatan yang ada di MTs Darul Muna juga di unggah di *channel* youtube Darul Muna, jadi para orang tua bisa melihat kegiatan-kegiatan para murid di *channel* youtube tersebut.

## 2) Media Cetak

Untuk promosi di media cetak, MTs Darul Muna menggunakan dan memanfaatkan beberapa media yang sering

---

<sup>17</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/15-3/2023

digunakan oleh masyarakat dalam kegiatan promosi, diantaranya :

a) Brosur

MTs Darul Muna menggunakan brosur untuk menyebarkan informasi secara langsung ke masyarakat. Brosur salah satu media cetak yang mudah dipahami dan dibaca oleh masyarakat. Di dalam brosur tersebut dicantumkan beberapa informasi seperti profil sekolah, visi dan misi sekolah, program unggulan, informasi pendaftaran, foto kegiatan siswa, jadwal pelaksanaan test, syarat-syarat pendaftaran dll. Brosur tersebut disebarakan pada saat kunjungan di sekolah dasar atau MI yang dibagikan ke seluruh murid sekolah yang dikunjungi tersebut. Selain itu seluruh guru yang ada di MTs Darul Muna di minta untuk membantu menyebarkan brosur-brosur tersebut ke orang yang dikenal mereka, dengan tujuan agar lebih banyak orang yang mengetahui informasi tersebut. Ibu Arina

Hidayah menyampaikan :

“seluruh warga sekolah baik guru, karyawan sekolah dan siswa di MTs Darul Muna ikut berperan dalam promosi madrasah. Bahkan wali murid juga di minta untuk mempromosikan madrasah ke tetangganya ataupun masyarakat sekitar agar anak-anak mereka bersekolah di MTs Darul Muna”<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023



## b) Spanduk

Spanduk atau sering disebut *banner* merupakan salah satu alat penyampaian informasi yang dipilih oleh MTs Darul Muna sebagai medianya. Spanduk biasanya dibuat dengan ukuran dan tulisan yang besar sehingga dapat terlihat oleh orang banyak. Spanduk berisikan jadwal pendaftaran serta alamat MTs Darul Muna dan biasanya ditambahkan beberapa foto. Spanduk dipasang di beberapa tempat yang sekiranya strategis seperti jalan masuk ke MTs Darul Muna, perempatan lampu merah, pinggir jalan raya yang dapat dilihat oleh orang banyak. Pemasangan dilakukan oleh tim inti bagian pemasaran madrasah dengan sepengetahuan dari kepala madrasah.

## 3) Kunjungan Ke Sekolah

MTs Darul Muna juga melakukan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah yang nantinya akan melanjutkan ke jenjang MTs sederajat. Dibentuk tim khusus yang akan berkeliling ke sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah yang sudah menjadi pelanggan jasa pendidikan setiap tahunnya. Kegiatan ini memang sudah menjadi kegiatan rutin setiap ajaran baru dimulai.

Maka dengan adanya kegiatan ini diharapkan kedekatan dari MTs Darul Muna dengan masyarakat khususnya para

calon siswa tersebut dapat terjalin dengan baik yang nantinya juga berdampak baik ke kegiatan PPDB di MTs Darul Muna.

Bapak Moh. Yasin menuturkan :

“Tidak ada target khusus dalam banyaknya siswa, tetapi walaupun kami tidak ada target khusus untuk banyaknya calon siswa yang ingin mendaftar. Tetapi kami terus melakukan promosi sekolah, baik secara online maupun offline bahkan sampai berkunjung ke sekolah-sekolah”<sup>19</sup>

MTs Darul Muna mendatangi sekolah dasar tidak hanya sekitar wilayah kota saja, akan tetapi sekolah dasar di pelosok juga dikunjungi oleh tim pemasaran yang tentunya sudah menjadi pelanggan jasa pendidikan setiap tahunnya. Kegiatan yang dilakukan di SD biasanya membagikan brosur dan sedikit pemberitahuan tentang profil MTs Darul Muna. Dan terakhir diberikan juga formulir pendaftaran, agar nanti siswa yang berminat melanjutkan ke MTs Darul Muna bisa langsung mengisi formulir pendaftaran tersebut.

MTS DARUL MUNA  
JENES PONOROGO

**PPDB**

PENERIMAAN  
PESERTA DIDIK BARU  
TAHUN AJARAN 2023/2024

**GELOMBANG I**  
12 JANUARI - 30 MARET 2023

**GELOMBANG II**  
1 APRIL - 10 JULI 2023

**GRATIS**  
1 SETEL  
SERAGAM  
ALMAMATER

Pindai kode untuk  
pendaftaran dalam  
jaringan

[https://bit.ly/ppdbmts\\_darulmuna2023](https://bit.ly/ppdbmts_darulmuna2023)

**SYARAT PENDAFTARAN**

- Mengisi formulir pendaftaran
- Fotokopi ijazah atau surat kelulusan terakhir
- Fotokopi kartu keluarga dan akta kelahiran
- Pas foto 3x4 lembar

**PROGRAM UNGGULAN**

- Tahfidz
- Qir'atul Kutub
- English Conversation

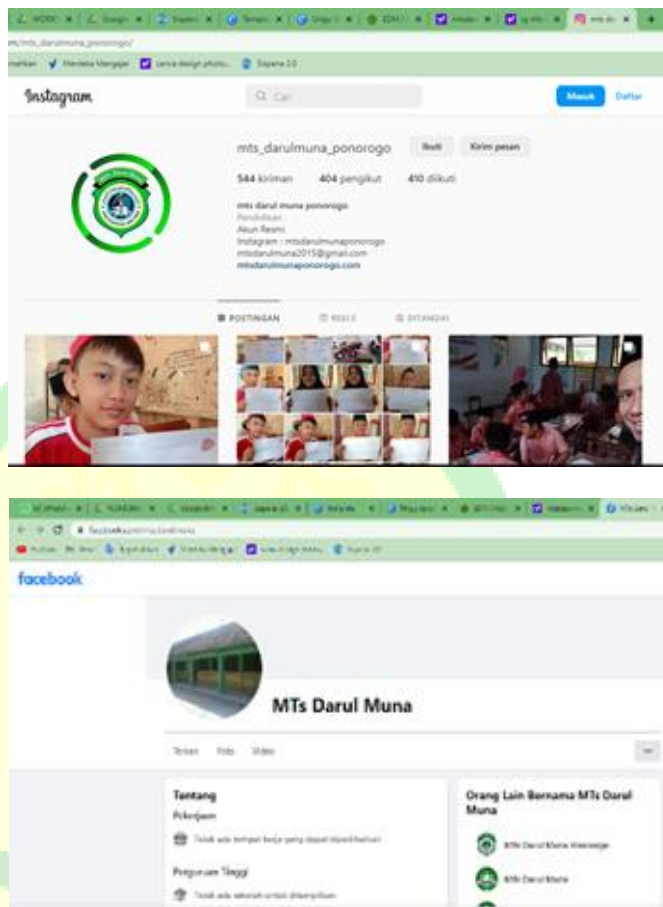
**TEMPAT PENDAFTARAN**

JL. YOS SUDARSO NO. 1/13 B  
JENES, BROTONEGARAN, PONOROGO

Info Pendaftaran  
Pak Asip : +62 895-2365-4111  
Bu Dian : +62 882-1779-2438  
Bu Salma : +62 882-3046-9316

MTSDARULMUNAPONOROGO

<sup>19</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/15-3/2023



**Gambar 4.5**  
**Promosi MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

e. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan gambaran nyata dimana lembaga tersebut terbukti ada dan telah diakui oleh khalayak umum. Bukti fisik dapat berupa sarana prasarana madrasah ataupun dokumen atau catatan penting madrasah.

1) Sarana dan Prasarana

Bukti fisik pertama yaitu sarana prasarana yang menjadi objek yang sangat penting karena masyarakat ataupun calon siswa mencari sekolah dilihat pertama kali yaitu fasilitas sarana prasarananya seperti gedung yang memadai, tempat yang

nyaman dan lainnya, sehingga sarana prasarana menjadi ujung tombak untuk menarik minat masyarakat yang nantinya menyekolahkan anaknya disini. Seperti yang dijelaskan oleh kepala sekolah, Ibu Arina Hidayati menuturkan :

“Ya, kami terus meningkatkan sarana prasarana madrasah agar nantinya para siswa siswi nyaman dalam menimba ilmu disini. Kami terus menambah ruang-ruang kelas dengan membangun gedung baru karena setiap tahun siswa terus bertambah juga, maka dari itu pembangunan ruang kelas sangat penting untuk menunjang itu semua”<sup>20</sup>

Sarana prasarana di MTs Darul Muna diantaranya yaitu ruang kelas, ruang guru, ruang kepala madrasah, ruang waka madrasah, ruang tata usaha, ruang perpustakaan, toilet guru, toilet siswa, koperasi siswa, gudang, ruang kegiatan, mushola, ruang organisasi, tempat parkir. Sarana prasarana di MTs Darul Muna tergolong sudah baik dan dapat menunjang kegiatan belajar mengejar.

## 2) *Blueprint*

*Blueprint* merupakan tanda bukti yang nyata berupa gambaran rencana yang ingin dicapai yang dicatat diatas kertas secara jelas. Dengan adanya *blueprint* memang tidak menjamin rencana tersebut tercapai akan tetapi dengan adanya *blueprint* akan sedikit membantu apa saja yang ingin dilakukan selanjutnya. Di MTs Darul Muna *blueprint* atau dokumen yang peneliti dapatkan di MTs Darul Muna antara lain :

---

<sup>20</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/14-3/2023

- a) Data guru dan karyawan sekolah berupa dokumen dan tersimpan rapi dalam ruang kantor guru serta tersimpan di dalam *database* sekolah.
- b) Visi, misi dan tujuan sekolah sudah terpampang pada dinding di depan ruang kantor.
- c) Data siswa dari 2017-2022 tersimpan rapi dalam *database* sekolah.
- d) Data prestasi juga tersimpan di *database* sekolah.

Sesuai dengan penuturan Bapak Moh. Yasin, beliau menuturkan bahwa :

“Semua data sekolah baik data guru sampai data murid dari 5 tahun ke belakang, seluruhnya tersimpan di *database* sekolah. Seluruhnya dikelola oleh bagian tata usaha dan arsip keseluruhan juga terdapat di kantor tata usaha”<sup>21</sup>

Dari beberapa hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh MTs Darul Muna sudah tergolong baik. Dilihat dari sarana prasaranannya yang terus mengalami perkembangan disetiap tahunnya. Serta semua dokumen-dokumen penting yang sudah tersimpan rapi dalam *database*, maka dapat dikatakan baik dalam pengelolaannya.

---

<sup>21</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/15-3/2023



**Gambar 4.7**  
**Gedung dan Ruang Kelas MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

**IAIN**  
**PONOROGO**

## **2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Mts Darul Muna Jenes Ponorogo**

Setelah melaksanakan penelitian di MTs Darul Muna tentang Strategi pemasaran dalam menarik minat peserta didik, dalam proses merancang strategi pastinya memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam prosesnya. Begitu juga dengan MTs Darul Muna, dalam proses strategi pemasarannya sekolah ini ada faktor pendukung dan penghambat. Maka dari itu perlu adanya analisis SWOT seperti teori yang digunakan dalam menemukan dan mengkaji yang menjadi pendukung dan penghambat di dalam proses pemasaran sekolah.

Seperti yang dituturkan oleh Bapak Yasin, beliau mengatakan :

“proses pemasaran di MTs Darul Muna ada plus minus nya. Bisa dilihat kami MTs Darul Muna mempunyai nilai plus atau faktor pendukung dari sekolah sendiri yaitu sekolah yang berbasis agama. Dari sini dapat dilihat faktor tersebut menjadi nilai plus untuk MTs agar bisa menarik minat peserta didik baru.”

Dari wawancara di atas dapat dijabarkan faktor pendukung dan faktor penghambat. Berikut penjabarannya:

### **a. Analisis Faktor Pendukung**

Faktor pendukung merupakan suatu kondisi dimana terdapat kelebihan dari lembaga atau instansi. Faktor pendukung ini menjadi kompetensi khusus atau keunggulan yang dimiliki oleh suatu lembaga dan memiliki nilai plus tersendiri dari lembaga-lembaga lainnya. Hal tersebut dapat sangat mudah dilihat apabila lembaga

atau instansi memiliki hal khusus yang lebih unggul daripada pesaing-pesaingnya serta bisa memuaskan para pelanggan.

Ibu Arina memberikan penjelasan, bahwa :

“Sebagai sekolah swasta, kami MTs Darul Muna juga memiliki keunggulan walaupun tidak sebanyak sekolah yang negeri. Keunggulan MTs Darul Muna salah satunya yaitu tempatnya yang dikelilingi oleh beberapa pondok pesantren dan Darul Muna memiliki tiga lembaga yaitu MTs, LKSA, dan PPTQ. Dari nilai plus ini sekolah bisa menarik minat dari calon peserta didik ataupun wali murid peserta didik baru agar mau untuk mencari ilmu disini”

Berikut faktor pendukung/keunggulan MTs Darul Muna :

- 1) Sekolah yang berbasis keislaman.
- 2) Lingkungan yang mendukung dan asri.
- 3) Terdapat progam unggulan.
- 4) Tempat yang strategis berada ditengah kota.
- 5) Di dalam lingkup pondok pesantren.
- 6) Terdapat ekstrakurikuler yang beragam.
- 7) Biaya sekolah yang terjangkau.

Dari hasil wawancara dan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung strategi pemasaran sekolah di MTs Darul Muna memiliki keunggulan tersendiri dari sekolah-sekolah lainnya. Sekolah juga bisa memanfaatkan keunggulan tersebut untuk memaksimalkan dalam kegiatan sekolah seperti strategi pemasarannya sehingga dapat menarik minat peserta didik baru yang lebih banyak.



## b. Analisis Faktor Penghambat

Faktor penghambat merupakan suatu kondisi dimana segala sesuatu menjadi suatu kelemahan atau bisa disebut kekurangan yang bisa menjadi nilai buruk di kalangan masyarakat. Pada dasarnya kelemahan dalam suatu lembaga merupakan hal yang wajar terjadi. Instansi atau lembaga tersebut juga harus membangun suatu kebijakan yang baik sehingga dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan tersebut. Bahkan dari kebijakan yang baik itu diharapkan bisa menghilangkan kelemahan tersebut dan menjadi kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga yang lain. Seperti yang dipaparkan bapak Yasin. Beliau menuturkan :

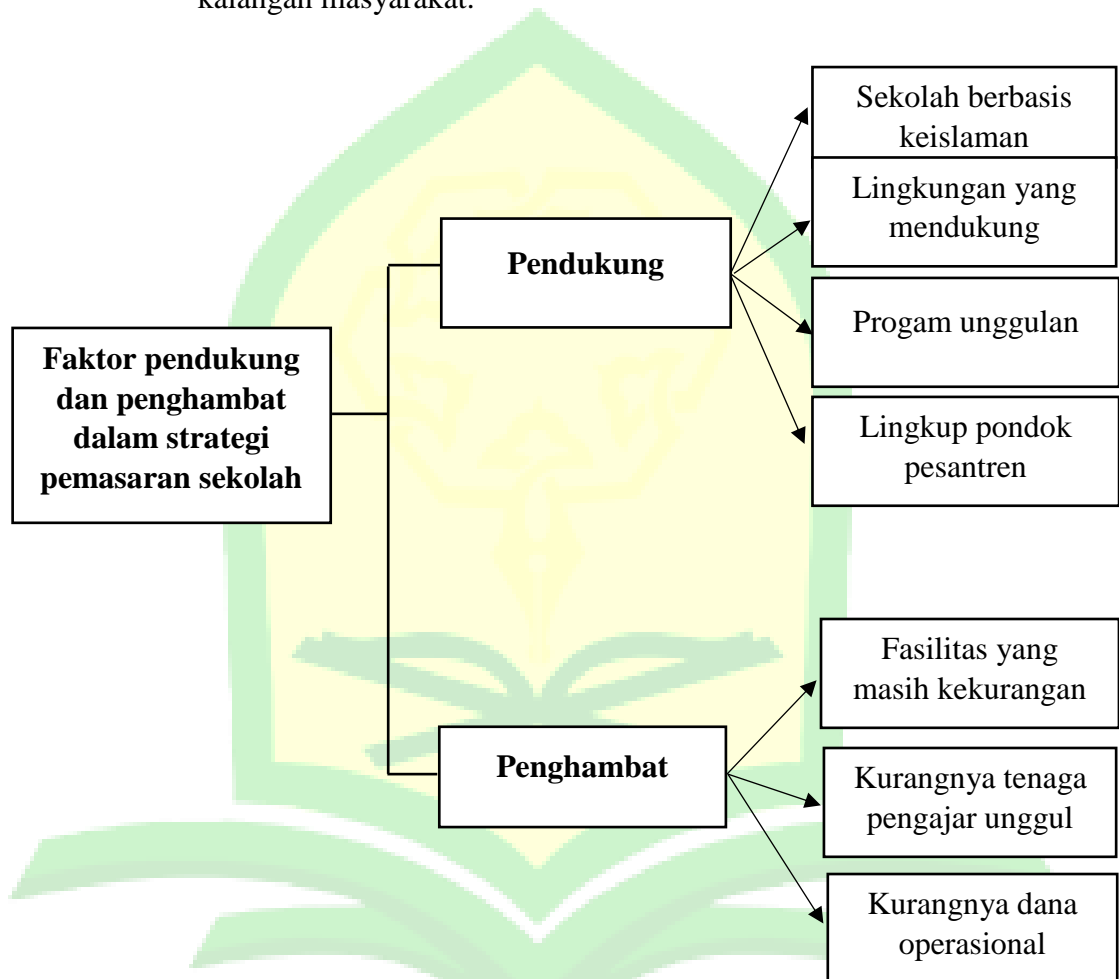
“selain mempunyai keunggulan yang sudah diketahui banyak orang, kami MTs Darul Muna juga mempunyai kelemahan yang dapat menjadi nilai minus dan mempengaruhi citra sekolah ditengah masyarakat. Maka dari itu tugas kami untuk meminimalkan kelemahan tersebut bahkan kalau bisa tidak ada”

Berikut faktor penghambat / kelemahan MTs Darul Muna :

- 1) Fasilitas yang masih banyak kekurangan.
- 2) Kurangnya tenaga pengajar yang unggul.
- 3) Kurangnya dana operasional.
- 4) Ruang kelas yang masih kurang

Dari beberapa wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa di MTs Darul Muna terdapat faktor pendukung dan penghambat. Untuk faktor penghambat bisa melakukan evaluasi setiap bulan untuk meminimalisir kelemahan tersebut sehingga faktor penghambat tersebut tidak mempengaruhi proses strategi pemasaran

yang ada di MTs Darul Muna. Maka dari sini faktor-faktor tersebut bisa menjadi nilai plus bagi sekolah dan sebaliknya bisa juga menjadi nilai minus yang menyebabkan efek citra sekolah di tengah kalangan masyarakat.



**Gambar 4.8**  
**Bagan Faktor Pendukung Dan Penghambat**

### 3. Hasil Penerapan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo

Dampak dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh MTs Darul Muna untuk menarik minat peserta didik terhadap pendidikan di MTs Darul Muna. Adapun hasil dari strategi tersebut berdampak pada minat peserta didik. Berikut dampak dari penerapan strategi pemasaran :

#### a. Unsur-unsur Minat

Dalam unsur-unsur minat terdapat beberapa tolak ukur untuk mengetahui seberapa keinginan terhadap sesuatu yang dimiliki setiap orang. Dalam hal ini lebih ingin mengetahui tolak ukur seorang calon siswa yang mau masuk ke jenjang sekolah yang lebih tinggi. Unsur-unsur minat diantaranya adalah sebagai berikut :

##### 1) Perasaan tertarik

Setiap orang memiliki perasaan tertarik terhadap sesuatu, sama halnya dengan perasaan tertarik seorang siswa. Siswa yang telah lulus dari sekolah dasar dan ingin melanjutkan ke jenjang selanjutnya perlu memiliki perasaan tertarik terhadap sekolah yang ingin ia pilih. Seperti yang dikatakan oleh seorang siswa baru di MTs Darul Muna, Silvia Puspita Anggraini. Ia merupakan siswi baru kelas VII, Silvia mengatakan

“saya tertarik bersekolah di MTs Darul Muna karena sekolah ini berbasis pondok pesantren dan ada program unggulan tahfidzul qur’an. Selain itu tempatnya juga dekat dengan rumah saya dan sangat strategis berada di tengah-tengah perkotaan”<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/W/15-3/2023

Kami juga mewancarai seorang siswa yang bernama Muhammad Rifki Hidayat, ia tertarik bersekolah di MTs Darul Muna karena

“saya tertarik bersekolah di MTs Darul Muna karena terdapat pondok untuk mukim para murid. Dari awal saya ingin mondok dan dapat bersekolah formal, dan disini di MTs Darul Muna ada pondoknya serta sekolah formal jadi saya ingin bersekolah disini”<sup>23</sup>

Dari beberapa hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa siswa memiliki perasaan tertarik untuk sekolah di MTs Darul Muna karena sekolah ini terdapat program unggulan yaitu tahfidzul qur'an, selain itu MTs Darul Muna juga dilingkup pondok pesantren.

## 2) Perasaan Senang

Unsur minat yang kedua yaitu perasaan senang. Seseorang yang mempunyai minat pasti sebelumnya merasa ada perasaan senang. Dari perasaan senang itulah nantinya seseorang menentukan apakah ada perasaan minat atau tidak.

Peneliti mewancarai seorang siswi yang bernama Zulfa Rully

Alifah, ia mengatakan :

“Iya kak. Saya senang bersekolah disini karena banyak teman dari MI juga bersekolah disini. Saya senang juga karena MTs Darul Muna memberikan pelayanan dan fasilitas yang cukup memadai sehingga kita dapat belajar dengan nyaman dan senang”<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/W/15-3/2023

<sup>24</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/W/15-3/2023

Peneliti juga mewawancarai Silvia Puspita Anggraini, siswi kelas VII :

“lingkungan di MTs Darul Muna sangat mendukung untuk saya meningkatkan ilmu agama. Karena memang disini dikelilingi oleh beberapa pondok pesantren sehingga saya mudah untuk adaptasi dan senang sekali dapat belajar di MTs Darul Muna”<sup>25</sup>

Dari pernyataan beberapa siswa tersebut, sudah sangat jelas memang para murid tersebut senang untuk bersekolah di MTs Darul Muna dengan beberapa faktor pendukung. Mereka mempunyai kepuasan tersendiri sehingga bisa memiliki perasaan senang.

### 3) Perhatian

Bentuk perhatian merupakan salah satu pendorong seseorang dalam proses minat setelah perasaan tertarik dan senang. Perhatian merupakan tahapan paling akhir, setelah adanya bentuk perhatian seseorang bisa menentukan sikapnya untuk memilih apa yang ia inginkan. Begitu pula para siswa di MTs Darul Muna. Seperti yang dikatakan oleh salah satu siswa ini, Muhammad Rifki Hidayat, ia mengatakan :

“saya tertuju perhatiannya ke MTs Darul Muna sejak saya mencari sekolah setelah lulus dari SD. Sejak awal saya mencari sekolah yang berbasis agama dan ada pondoknya. Saya tahu MTs Darul Muna dari brosur yang saya dapat dari guru saya di SD dan tertarik untuk masuk ke MTs tersebut”<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/W/15-3/2023

<sup>26</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/W/15-3/2023

Zulfa Rully Alifah juga kami tanyai bagaimana dia bisa tahu tentang MTs Darul Muna, dia mengatakan :

“saya tahu tentang sekolah ini berawal dari guru-guru MTs Darul Muna yang berkunjung di sekolah sayas dulu. Para guru tersebut memberikan informasi tentang MTs Darul Muna dan bagaimana cara daftarnya. Dari sini saya mulai tertarik dan ingin mendaftar”<sup>27</sup>

Dari wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa murid tersebut sudah memberikan perhatian sejak awal mereka menerima informasi tentang MTs Darul muna sehingga mereka berminat untuk mendaftarkan diri ke sekolah tersebut.

#### 4) Sikap

Sikap merupakan jawaban akhir dari semua proses diatas. Diawali dari ketertarikan, perasaan senang sampai perhatian. Sikap menjadi proses terakhir seseorang menentukan apa yang dipilihnya. Peneliti mewawarai seorang siswa Muhammad Rifki Hidayat, ia mengatakan :

“saya akhirnya menentukan sekolah ini karena sudah yakin dan ingin mondok juga. Orang tua saya juga ingin anaknya mondok, jadi tidak hanya sekolah formal tetapi juga ilmu agama saya ingin mendalami”<sup>28</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan para murid disini sudah yakin dan akhirnya mendaftarkan diri di MTs Darul Muna. Maka strategi yang sudah diterapkan oleh MTs Darul Muna sangat baik, sehingga dapat menarik minat peserta didik yang ingin melanjutkan sekolah ke jenjang berikutnya.

---

<sup>27</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/W/15-3/2023

<sup>28</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/W/15-3/2023

## b. Faktor Internal

Faktor internal merupakan dorongan dari diri seseorang itu sendiri yang mampu mengarahkan seseorang melakukan sesuatu yang ia inginkan. Dalam hal ini siswa atau pun orang tua siswa yang menjadi dorongan untuk menyekolahkan anaknya ke MTs Darul Muna. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Yuli Astuti, seorang wali murid dari salah satu siswa yang bersekolah di MTs Darul Muna. Beliau menyampaikan :

“saya terdorong untuk menyekolahkan anak saya di MTs Darul Muna karena disini terdapat pondok pesantrennya. Dari awal saya ingin menyekolahkan dan sekaligus memondokkan anak saya setelah lulus dari SD, agar dia bisa mendalami dan banyak belajar tentang agama”<sup>29</sup>

Hal senada diungkapkan oleh wali murid lainnya yaitu Ibu Anis Fadhila :

“anak saya disekolahkan di MTs Darul Muna karena kemauan dia sendiri. Dia ingin sekolah dan juga menghafalkan Al-Qur’an, dan di MTs Darul Muna terdapat progam pendidikan tersebut bahkan menjadi progam unggulan disini. Maka dari sini saya menyekolahkan di sekolah ini”<sup>30</sup>

## c. Faktor Eskternal

Berbeda dengan faktor internal. Faktor eksternal kebalikan dari faktor internal. Faktor eksternal merupakan pengaruh dari luar individu seseorang dimana dapat pengaruh tersebut dapat merubah jalan pikiran orang lain. Peneliti mewancarai wali murid untuk memberikan tanggapan yaitu Ibu Yuli Astuti, beliau menuturkan :

---

<sup>29</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 06/W/16-3/2023

<sup>30</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/16-3/2023

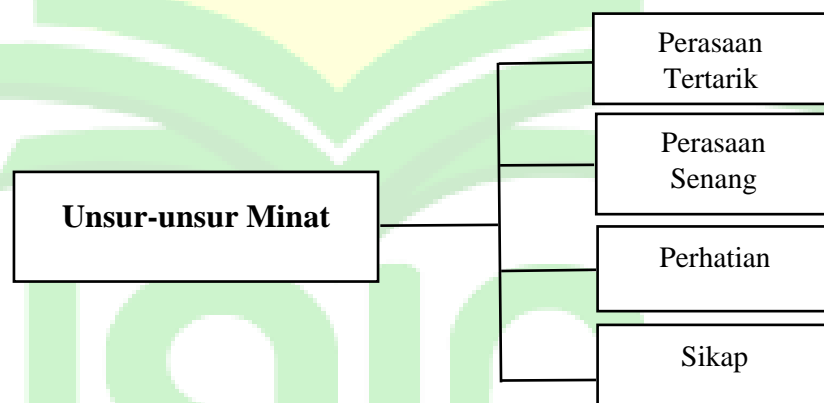
“saya tahu MTs Darul Muna dari teman arisan. Mereka memberitahukan ada sekolah MTs swasta yang didalamnya juga ada pondok pesantrennya. Dari situ saya mencari informasi tentang MTs Darul Muna dan mendapatkan brosurnya. Setelah itu saya tawarkan ke anak saya dan dia mau untuk bersekolah di MTs Darul Muna”<sup>31</sup>

Peneliti juga mewawancarai wali murid lainnya yaitu Ibu Anis

Fadhila :

“saya sekolahkan anak saya ke sekolah terdekat. Karna jarak rumah saya ke MTs Darul Muna lumayan dekat. Serta dari awal saya ingin menyekolahkan anak saya ke sekolah yang berbasis agama maka akhirnya saya pilih MTs Darul Muna untuk menjadi tempat belajar anak saya”<sup>32</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa para orang tua murid tersebut tahu tentang MTs Darul Muna dari beberapa faktor luar seperti informasi yang disampaikan oleh orang-orang, brosur yang telah disebar, serta tempat yang strategis dari rumah mereka.



**Gambar 4.9**  
**Bagan Unsur-unsur Minat**

<sup>31</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 06/W/16-3/2023

<sup>32</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/16-3/2023



## C. PEMBAHASAN

### 1. Bentuk Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo

Menurut Apri Winge Adindo, strategi merupakan suatu penyusunan usaha dalam menentukan rencana dengan langkah-langkah yang bertujuan secara jelas untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai baik secara individu maupun bersama.<sup>33</sup>

Dalam bentuk strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik di MTs Darul Muna ada beberapa strategi yang telah diterapkan oleh madrasah. Penentuan strategi pemasaran tersebut tentunya dibuat dengan proses yang panjang serta berdasarkan serangkaian musyawarah yang telah dilakukan oleh seluruh elemen yang ada di MTs Darul Muna.

Menurut Abdul Rahmat, bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam ranah pendidikan merupakan elemen yang penting yang bisa dijadikan sebagai sarana menghasilkan strategi pemasaran yang unggul. Elemen yang ada dalam bauran pemasaran ada tujuh yang disebut dengan 7P, terdiri dari 4P tradisional yang umumnya dipakai pada pemasaran barang dan 3P yang menjadi perluasan dalam bauran pemasaran. 4P adalah *product* (produk) meliputi jasa yang telah disediakan dan ditawarkan, *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi). 3P

---

<sup>33</sup> Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan Dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai Dan Mengelola Bisnis* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 39, <https://books.google.co.id/books?id=UiwYEAAAQBAJ>.

adalah *people* (orang atau SDM), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses manajemen).<sup>34</sup>

Pelaksanaan strategi pemasaran di MTs Darul Muna dilakukan pada masa PPDB atau penerimaan peserta didik baru. Bahkan satu sampai dua bulan sebelumnya tim pemasaran dari MTs Darul Muna sudah melakukan kegiatan promosi. Tim pemasaran tersebut dikoordinasikan dari kepala sekolah melalui waka humas dan terakhir tim pemasaran yang terdiri dari beberapa orang.

Strategi yang diterapkan di MTs Darul Muna dalam rangka pemasaran sekolah cukup untuk menunjang dan memaksimalkan peluang dalam menarik minat peserta didik baru. MTs Darul Muna menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari lima elemen saja meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), , *physical evidence* (bukti fisik). Untuk *people* (orang atau SDM) dan *process* (proses) di MTs Darul Muna tidak digunakan dalam strategi pemsarannya. MTs Darul Muna menggunakan strategi tersebut untuk memaksimalkan guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan teori yang digunakan oleh peneliti dan temuan penelitian yang dilakukan di MTs Darul Muna dalam strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru sudah sesuai dan berpatokan pada teori yang digunakan. Dengan strategi pemasaran menurut Abdul Rahmat, dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki 7 elemen didalamnya. Tetapi di MTs

---

<sup>34</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 72–73.

Darul Muna menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* itu hanya 5 elemen yang digunakan dalam strategi pemasarannya yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *physical evidence* (bukti fisik). Berikut penjabarannya :

a. *Product* (produk) dalam ranah pendidikan

Menurut Abdul Rahmat, produk dalam ranah jasa pendidikan merupakan jasa yang disediakan dan ditawarkan pada konsumen, seperti reputasi, tujuan kedepan, dan variasi pilihan. Sekolah yang dapat bertahan dan memenangkan kompetisi adalah lembaga pendidikan yang memiliki reputasi, tujuan visioner, menawarkan mutu dan kualitas pendidikan yang baik untuk menjadikan peluang masa depan hebat bagi siswa yang berminat di sekolah tersebut.<sup>35</sup>

Sesuai dengan teori yang digunakan diatas bahwa produk dalam ranah pendidikan merupakan sebuah reputasi, tujuan kedepannya, dan variasi pilihan yang digunakan suatu lembaga pendidikan. Sama halnya dengan MTs Darul Muna yang selalu meningkatkan reputasi atau citra madrasah dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan belajar mengajar dengan baik. Selain itu dalam rangka membangun citra yang baik, MTs Darul Muna juga membuat progam unggulan madrasah seperti tahfidzul qur'an, kajian kitab kuning, english conversation.

---

<sup>35</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 73.

Untuk program yang paling diminati oleh masyarakat guna menyekolahkan anaknya yaitu program Tahfidzul Qur'an. Dan disini juga terdapat beberapa pondok pesantren baik putra maupun putri, maka hal ini merupakan keuntungan untuk MTs Darul Muna dalam menarik minat masyarakat serta membangun citra yang baik juga. Program ini sebagai program unggulan yang utama dan paling diminati berdasarkan wawancara baik murid atau wali murid. Selain program Tahfidzul Qur'an di MTs Darul Muna juga terdapat program english conversation untuk menunjang pelajaran umumnya. Jadi disini tidak hanya pelajaran agama saja, tetapi juga ada pelajaran umumnya.

b. *Price* (Harga) dalam ranah pendidikan

Menurut Abdul Rahmat, harga dalam ranah jasa pendidikan merupakan penentuan harga sebagai nilai suatu sumber daya seperti barang, pengorbanan, dan uang. Harga akan menentukan pendapatan sekolah yang mana dapat dilihat dari mutu dari produk yang telah ditawarkan. Ketika mutu jasa pendidikan tinggi, maka konsumen tidak segan untuk membayar secara lebih mahal namun harus berada dalam batas keterjangkauan.<sup>36</sup>

Biaya atau harga yang ada di MTs Darul Muna lebih tepatnya biaya untuk mendapatkan jasa pendidikan tersebut. seperti halnya SPP tiap bulan, daftar ulang tiap tahunnya dll. Karena MTs Darul Muna merupakan sekolah swasta dan bisa dikatakan sekolah

---

<sup>36</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 74.

yang baru berdiri. SPP tiap bulannya Rp. 50.000 tetapi biasanya dibayarkan 6 bulan sekali pada saat akan melaksanakan ujian semester. Maka soal besarnya pembayaran SPP tiap bulannya juga masih dikatakan rendah. Karena menyesuaikan juga dengan sarana prasarana yang diberikan, sudah termasuk lengkap atau tidak. Maka dari itu besaran biaya yang harus dikeluarkan oleh wali murid tergolong kecil.

c. *Place* (Tempat) dalam ranah pendidikan

*Place* atau letak lokasi sekolah adalah dimana tempat berdirinya bangunan sekolah itu berada. Lokasi juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam penentuan seseorang untuk memilih sekolah yang akan ia pilih. Karena lingkungan dimana jasa pendidikan itu disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Jangkauan lokasi menjadi hal yang perlu dipertimbangkan secara matang-matang oleh kebanyakan orang. Lokasi dan tempat yang strategis akan menentukan juga peluang akses publik yang maksimal.<sup>37</sup>

Maka dari itu tempat dari MTs Darul Muna Jenes sendiri sudah sangat dan cukup strategis untuk menjangkau akses publik sesuai dengan teori diatas. Letaknya yang ada di tengah kota tepatnya di Gg. 1 No. 13, Sawahan, Brotonegaran, Kec. Ponorogo Kab. Ponorogo. Tempat tersebut sangat mudah dijangkau dan

---

<sup>37</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

dikelilingi oleh beberapa pondok pesantren yang menjadi satu yayasan yaitu Hudatul Muna. Selain itu juga dekat dengan lingkungan penduduk yang mendukung kegiatan yang ada di MTs Darul Muna. Jadi tidak ada konflik diantara pihak sekolah dengan masyarakat sekitar. Disamping gedung juga terdapat area persawahan dan perkebunan yang bisa menambah kesan yang asri dan sejuk.

d. *Promotion* (Promosi) dalam ranah pendidikan

Menurut Abdul Rahmat, promosi dalam jasa pendidikan merupakan hubungan komunikasi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa pendidikan dalam kegiatan pemasaran yang menjadi aktivitas yang berguna dalam penyampaian informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan kepada publik atau sasaran jasa terkait produk yang ditawarkan penyedia jasa. Kegiatan promosi yang umumnya dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam menarik minat konsumen dan siswa adalah melalui iklan baik media elektronik maupun media cetak, seperti radio, tv, majalah, banner, baliho, brosur, dan lain sebagainya.<sup>38</sup>

Untuk kegiatan promosi di MTs Darul Muna sendiri sudah melakukan berbagai upaya dalam membuat inovasi-inovasi untuk menjalankan kegiatan pemasaran ini. Sekolah ini juga membuat tim khusus dalam melaksanakan kegiatan promosi yang dibentuk oleh kepala sekolah langsung. Dalam inovasinya tim pemasaran ini

---

<sup>38</sup> Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*, 76.

memanfaatkan media-media yang sudah sangat familiar di tengah masyarakat dalam menyampaikan informasi serta mempengaruhi dan membujuk agar masyarakat lebih tahu tentang MTs Darul Muna. Media yang digunakan dalam melakukan kegiatan promosi yaitu media cetak dan media sosial. Media cetak seperti pamflet, brosur, banner. Media cetak ini disebar dengan cara berkunjung ke sekolah yang sudah bermitra dengan MTs Darul Muna. Sedangkan media sosial yang digunakan yaitu instagram, facebook, youtube. Selain itu untuk menambah inovasi dalam promosi, MTs Darul Muna juga melakukan promosi dengan melakukan sosialisasi ke sekolah yang bermitra. Dengan banyaknya inovasi yang dilakukan oleh tim pemasaran diharapkan para pelanggan jasa pendidikan ini bahkan masyarakat luas dapat mengetahui informasi tentang MTs Darul Muna. Selain itu, pihak sekolah juga pendekatan terhadap masyarakat sekitar untuk menjalin silaturahmi dan meminimalisir konflik antara pihak sekolah dengan masyarakat sekitarnya.

e. *Physical Evidence* (bukti fisik) dalam ranah pendidikan

*Physical Evidence* merupakan suatu bukti fisik yang bisa dirasakan oleh indra manusia (penglihatan, perabaan, maupun penciuman). Bukti fisik dalam ranah pendidikan ini dapat berupa bangunan dan segala fasilitas, sarana dan prasarana yang ada.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., *Pemasaran Kontemporer*, 18.

Untuk bukti fisik di MTs Darul Muna sudah terbukti dengan adanya rungan kelas, gedung, masjid, kamar mandi, tempat parkir, koperasi sekolah yang keadaannya masih memadai dan layak. Dengan adanya bukti fisik tersebut bisa membuat kepercayaan masyarakat terhadap MTs Darul Muna menjadi meningkat dan citra madrasah ditengah masyarakat bisa menjadi lebih baik lagi. Untuk bukti fisik selain sarana dan prasarana juga ada bukti fisik *blueprint*. Yang berupa bukti nyata tentang gambaran rencana madrasah. Di MTs Darul Muna *blueprint* berupa data seluruh guru dan karyawan, data siswa, data prestasi dan lainnya. Jadi bukti fisik yang ada di MTs Darul Muna sudah dinilai lengkap.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo**

Menurut David (2004) dalam bukunya Mujito menjelaskan bahwa analisis SWOT dibuat berdasar kepada akal fikiran manusia yang bisa memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), tetapi pada saat bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dalam proses pengambilan keputusan strategis pasti berhubungan dengan proses pengembangan visi, misi, dan tujuan lembaga atau instansi. Dengan demikian perencana strategis sebelumnya harus bisa menganalisa faktor-faktor strategis lembaga (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Mujito, *Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT*, (Banyumas : Wawasan Ilmu, 2023), 49



a. Faktor Pendukung

Sejalan dengan teori yang digunakan oleh peneliti, di MTs Darul Muna memiliki faktor pendukung dalam proses strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru, sebagai berikut :

- 1) Sekolah yang didalamnya berbasis keislaman yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan sekolah.
- 2) Area sekolah yang di dukung oleh masyarakat sekitar. Selain itu tempat yang asri terdapat area persawahan di belakang gedung.
- 3) Sekolah mempunyai progam unggulan dapat menarik minat peserta didik baru.
- 4) Tempat atau lokasi sekolah yang strategis berada pertengahan kota.
- 5) Disekitar sekolah terdapat beberapa pondok pesantren yang bisa menjadi opsi untuk siswa yang ingin mondok.
- 6) MTs Darul Muna yang memiliki ekstrakurikuler yang beragam.
- 7) Biaya sekolah yang terjangkau jika dibandingkan sekolah-sekolah lainnya yang beradad di tengah kota.

b. Faktor Penghambat

Tidak bisa dihindarkan apabila dalam pelaksanaan kegiatan seperti pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru menjumpai penghambat yang ditemukan. Adapun faktor penghambat dalam strategi pemasaran sekolah yaitu :

- 1) Fasilitas yang masih banyak kekurangan, sehingga pelaksanaan kegiatan belajar mengajar masih kurang maksimal.
- 2) Kurangnya tenaga pengajar yang unggul. Kebanyakan tenaga pengajar di MTs Darul Muna lulusan SMA sederajat yang mengakibatkan susahny dalam proses akreditasi sekolah.
- 3) Kurangnya dana operasional sekolah, sehingga dalam pelaksanaan kegiatan seperti pemasaran sekolah tidak dapat berjalan dengan maksimal.

### **3. Hasil Penerapan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Mts Darul Muna Jenes Ponorogo**

Hurlock dalam bukunya Makmun Khairani yang berjudul psikologi belajar mengartikan minat sebagai sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas dalam memilih sesuatu. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga menurun, sehingga minat tidak bersifat permanen akan tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.<sup>41</sup>

Sukardi dalam bukunya Ahmad Susanto, menyatakan bahwa minat dapat diartikan sebagai suatu ketertarikan yang menciptakan kesukaan, atau kesenangan akan sesuatu, sehingga akhirnya memberikan perhatian

---

<sup>41</sup> Makmun Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2017), 186

yang lebih terhadap sesuatu tersebut setelah itu mereka akan menentukan sikap yang akan ia pilih selanjutnya.<sup>42</sup>

Sejalan dengan teori yang digunakan peneliti, kebanyakan siswa di MTs Darul Muna dalam menciptakan minat terhadap MTs Darul Muna pada diri mereka terdapat pada informasi yang ia dapat sehingga dari informasi tersebut menimbulkan ketertarikan untuk bersekolah di MTs Darul Muna. Dari mulai ketertarikan itu sehingga melakukan sikap untuk bersekolah di sekolah ini. Dari teori di atas dapat dipahami bahwa hal tersebut dapat menimbulkan minat peserta didik untuk bersekolah di MTs Darul Muna sesuai dan relevan dengan teori yang digunakan oleh peneliti.

a. Perasaan Tertarik

Seperti yang telah dikemukakan oleh Crow & Crow dalam bukunya Abdul Rahman bahwa minat atau *interest* bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan itu sendiri.<sup>43</sup>

Seperti teori diatas, murid yang bersekolah di MTs Darul Muna merasa ada ketertarikan terhadap lembaga ini karena adanya progam unggulan yaitu tahfidzul qur'an. Selain itu juga munculnya ketertarikan bersekolah di MTs Darul Muna karena lingkupnya yang ada di tengah pondok pesantren sehingga murid yang rumahnya jauh bisa bermukim dan mondok di pondok pesantren sekitar MTs.

---

<sup>42</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), 57

<sup>43</sup> Abdul Rahman, *Psikologi Pendidikan*, Cet. IV, (Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya, 1993), 112

## b. Perasaan Senang

Perasaan senang termasuk di dalam unsur-unsur minat telah di jelaskan oleh Sukardi dalam bukunya Susanto yang didalamnya menyatakan minat memiliki beberapa sifat diantaranya kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu.<sup>44</sup>

Setelah kami wawancara dengan murid serta beberapa wali murid mereka merasa senang setelah tahu bagaimana lingkungan yang ada di MTs Darul Muna dimana lingkungannya terdapat beberapa pondok pesantren. Sehingga mereka merasa senang dan nyaman di dalam lingkungan yang seperti itu. Selain itu para murid ini juga senang karena banyak teman-teman mereka yang bersekolah di MTs Darul Muna juga. Mereka kebanyakan daftar disini bersama-sama sehingga sebelumnya sudah kenal akrab dengan sesama murid tersebut. Sebagian lainnya beranggapan pelayanan serta fasilitas yang diberikan nyaman sehingga mereka senang dalam belajar di MTs Darul Muna.

## c. Perhatian

Menurut Slameto dalam bukunya Udin Syaefudin dijelaskan seseorang dapat dikatakan berminat atau menginginkan sesuatu maka dapat dilihat dengan seseorang tersebut apakah

---

<sup>44</sup> Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), 57

memperhatikan atau memberikan perhatian dalam suatu kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>45</sup>

Setelah mereka tahu tentang MTs Darul Muna, dan setelah itu mereka akan memberikan perhatian lebih ke MTs Darul Muna. Mereka sebelumnya tahu tentang sekolah ini dari brosur yang telah disebar oleh tim pemasaran MTs Darul Muna. Lebih lagi setelah ada sosialisasi ke sekolah-sekolah yang dulu mereka tempati sebelumnya. Disitu dijelaskan apa saja program unggulannya, sarana prasarananya sampai fasilitas yang diberikan. Dari sosialisasi tersebut kemudian para murid ini menaruh perhatiannya dan mulai ada ketertarikan untuk melanjutkan di MTs Darul Muna.

d. Sikap

Definisi sikap dalam bukunya Muhibbin Syah yaitu suatu dorongan internal dari dalam diri seseorang yang berupa kecenderungan untuk melaksanakan reaksi atau respon terhadap sesuatu yang ia rasakan sebelumnya dan akhirnya dilakukan atas dasar reaksi itu.<sup>46</sup>

Para wali murid atau murid yang ada di MTs Darul Muna akhirnya dapat menentukan sikap dengan bersekolah disini mayoritas menjawab karena adanya sekolah formal dan non formal yang ada di satu yayasan. Disini maksud dari sekolah formal yaitu

---

<sup>45</sup> Udin Syaefudin dkk, *Model Pembelajaran Membaca Terpadu Berbasis Sastra Anak Untuk Meningkatkan Minat dan Kemampuan Membaca Siswa Sekolah Dasar Kelas Rendah*, (Pekalongan : Nasya Expanding Manajemen, 2021), 46

<sup>46</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 134

MTs Darul Muna sendiri yang notabene sederajat dengan SMP atau MTs lainnya. Dan untuk non formal yaitu adanya pondok pesantren, dimana murid tersebut bisa belajar dan memperdalam lagi ilmu agama diluar sekolah formalnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan serta pembahasan pada bab IV diatas, kemudian peneliti akan menarik kesimpulan dari pembahasan mengenai Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MTs Darul Muna. Berikut kesimpulan dari peneliti :

1. Bentuk strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna menggunakan 5 model bauran pemasaran dalam strategi yang dipilih yang meliputi : *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi, *physical evidence* (bukti fisik).
2. Dalam strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna memiliki beberapa faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung meliputi : sekolah yang berbasis keislaman, lingkungan yang mendukung dan asri, terdapat progam unggulan, tempat yang strategis, di dalam lingkup pondok pesantren, terdapat ekstrakurikuler yang beragam, biaya sekolah yang terjangkau. Serta faktor penghambat yang meliputi : fasilitas yang masih banyak kekurangan, kurangnya tenaga pengajar yang unggul, kurangnya dana operasional
3. Dampak dari strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MTs Darul Muna dapat menimbulkan minat peserta didik dengan proses awal dimulai dari ketertarikan menciptakan kesukaan,

atau kesenangan akan sesuatu, sehingga akhirnya memberikan perhatian yang lebih terhadap sesuatu tersebut setelah itu mereka akan menentukan sikap untuk bersekolah di MTs Darul Muna Jenes Ponorogo.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Madrasah**

Dalam sarana dan prasarana, perlu untuk meningkatkan sarana dan prasarana untuk lebih menunjang kegiatan siswa yang tentunya dalam meningkatkan minat siswa didik baru ataupun juga wali murid yang akan menyekolahkan anaknya di MTs Darul Muna. Semoga dari tulisan peneliti ini akan menjadi pandangan untuk MTs Darul Muna dalam mengembangkan infrastruktur sekolah agar para siswa nyaman dalam proses belajar mengajar.

### **2. Bagi Kepala Madrasah**

Peran kepala madrasah sudah berupaya dengan baik dan maksimal dalam memberikan pengarahan, pengawasan dalam pelaksanaan pemasaran sekolah, agar nantinya sekolah akan berkembang dengan baik.

### **3. Bagi Waka Humas**

Peran Waka Humas sudah baik dalam kegiatan pemasaran sekolah ini, akan tetapi alangkah baiknya meningkatkan dan ciptakan lagi inovasi-inovasi dalam pelaksanaan pemasaran sekolah agar para siswa lebih banyak lagi untuk bersekolah di MTs Darul Muna.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.M Sardiman. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Rajawali Pers, 2014.
- A.T, Brigitta Putri. *Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang*, Jurnal Kelola Manajemen Pendidikan, 2016.
- Abuddin, Nata. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta : Prenada Media Group, 2010.
- Aini Nasution, Atika. *Manajemen Pemasaran Syariah Dan Konvensional*. Padang : PT Inovasi Pratama Internasional, 2023.
- Akbar Lubis, Fadli. *Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah*. Medan: UMSU Press, 2021.
- Andri Laksamana, *Strategi Bauran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMA An-Nurmaniyah Ciledug*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022.
- Ara Hidayat, Imam Machali. *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah di Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Atmaja Prawira, Purwa. *Psikologi Pendidikan Dalam Perspektif Baru*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2016.
- Choiri, Miftachul, Umar Shidiq. *Metode Penelitian di Bidang Pendidikan*. Jurnal Technical Informasi dan Modeling, 2019.
- Choiriyah Zulfatul, Lailatus Sa'adah. *Penerapan Strategi Pemasaran Di CV. Zam-Zam*. Jombang : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021
- Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, *Pedoman Penulisan Skripsi Ponorogo : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Ponorogo*, 2022.
- Fatihudin, Anang. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019.
- Huberman, Milles. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia Press, 1992.
- Idi, Abdullah. *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan*. Jakarta : Rajawali Press, 2011.

- Indah Nur Manansih. *Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Pendidikan di SDIT Ayatul Husna Cikarang*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020.
- Kadarudin. *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum*. Semarang : Formaci, 2021.
- Kasmir. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Khairani, Makmun. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2017.
- Lidya Delimah Pasaribu, Veta dkk. *Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Widina, 2021.
- Lisapaly, David. *Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank*. Banten : Media Sains Indonesia, 2021.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhaimin dkk. *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta : Kencana, 2009.
- Mujito. *Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Banyumas : Wawasan Ilmu, 2023.
- Mustofa. *Al-Qur'an dan Terjemahan Az-Zikru*. Jakarta : Wali, 2017.
- Muhammad Saifun Nukha. *Strategi Marketing Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2020.
- Ningrum, Harini Fajar, *Perilaku Organisasi (Dari Konsep, Teori Menuju Aplikasi)*. Bandung : Media Sains Indonesia, 2022.
- Nur'aini DF, Fajar. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Nyoman Parwati Ni dkk. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2014.
- Rachmawati, Rina. *Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan*. Jurnal Kompetensi Teknik, 2011.
- Rahman, Abdul. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana, 1993.

- Rahmat, Abdul. *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Ratih Fatmadewil. *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Non Formal Dalam Menarik Minat Belajar Peserta Didik di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Wijaya Kusuma Umbul Harjo Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Sunan Kalijaga. 2021.
- Rohim , Abdul Rohman. *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta : Zahir Publishing, 2020.
- Sa'adah Lailatus, Chusnul Muchfaidzah. *Manajemen Pemasaran NU Care LAZISNU*. Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021.
- Sagala, Syaiful. *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Samsul Arifin H, *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Setiawan, Johan, Albi Anggito. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : CV Jejak, 2018.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010.
- Sofanudin Aji. *Model Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah Ibtidaiyah*. Jurnal Nadwa, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, 2018.
- Sulfinadia, Hamda dkk, *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe dan Kuliner di Sumatera Barat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Suryabrata, Sumadi. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Susanto, Ahmad. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta : Prenada Media Group, 2016.
- Syaefudin, Udin dkk. *Model Pembelajaran Membaca Terpadu Berbasis Sastra Anak Untuk Meningkatkan Minat dan Kemampuan Membaca Siswa Sekolah Dasar Kelas Rendah*. Pekalongan : Nasya Expanding Manajement, 2021.
- Syah Muhibbin. *Psikologi Belajar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Syah, Muhibbin. *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007.

Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara, 2016.

Winge Adindo, Apri. *Kewirausahaan Dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai Dan Mengelola Bisnis*. Yogyakarta : Deepublish, 2021.





**IAIN**  
**PONOROGO**