

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM PENINGKATAN PELANGGAN DI MADRASAH TSANAWIYAH DARUL ARIFIN MUARO JAMBI

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelara Sarjana Strata Satu (S.1)**



**Oleh:
HARMONISA PUTRI
NIM. 203190036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN
THAHA SAIFUDDIN JAMBI
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363

Hal : Nota Dinas
Lampiran : _
Kepada
Yth
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi
Di Tempat

Assalamu 'alaikum WrWb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan arahan sekaligus mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Harmonisa Putri
NIM : 203190036
Prodi/Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul : Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi

Sudah dapat di ajukan kembali kepada Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Uin Sultan Thaha Saifuddin Jambi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (S1) dalam Manajemen Pendidikan Islam.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr, Wb.

Jambi, 28 Januari 2023
Pembimbing I

Bawahi, M.Pd.I
NIP. 195812281989021002

Hak Cipta: Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli. Sebagian atau seluruh karya tulis ini hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363

Hal : Nota Dinas
Lampiran : _
Kepada
Yth
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi
Di Tempat

Assalamu'alaikum WrWb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan arahan sekaligus mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Harmonisa Putri
NIM : 203190036
Prodi/Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul : Pemasran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Sudah dapat di ajukan kembali kepada Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Uin Sultan Thaha Saifuddin Jambi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (S1) dalam Manajemen Pendidikan Islam.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Jambi, 13 Januari 2023
Pembimbing II

Suci Fitriani, S.Pd, M.Sc, Ed.
NIDN. 2011039404

Hai
1. I
2. Ditaring memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ngi Undang-Undang:
tutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

c. ringgung hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi/Tugas akhir dengan judul: Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yang di persiapkan dan di susun oleh:

Nama : Harmonisa Putri
NIM : 203190078
Telah di munaqasahkan pada : 14 Februari 2023
Jam : 08:30-09:30
Tempat : Ruang Sidang (Ex. Ruang PGMI)

Telah di perbaiki sebagaimana hasil sidang diatas dan telah diterima oleh Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN STS Jambi.

PENGESAHAN SKRIPSI

NO	Nama	Tandatangan	Tanggal
1.	Dr.H. Syamsul Huda, M.Pd (Ketua Sidang)		28 Februari 2023
2.	Ahmad Ansori, M.Pd. (Sekertaris Sidang)		02 Maret 2023
3.	Bawaihi, M.Pd (Pembimbing I)		24 Februari 2023
4.	Suci Fitriani, S.Pd, M.Sc,Ed (Pembimbing II)		28 Februari 2023
5.	Dr. Sumirah, M.Pd (Penguji I)		02 Maret 2023
6.	Husarida, M.Sc.Ed (Penguji II)		01 Maret 2023

Jambi, 07 Maret 2023
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dr. Hj. Fadlilah, M.Pd
NIP. 196707111992032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Lintas Jambi-Muaro Bulian KM. 16 Simpang Sungai Duren Kab. Muaro Jambi 36363

PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah di tuliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari di temukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau terindikasi adanya unsur plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jambi, 30 Januari 2023



Harmonisa Putri
NIM. 203190036

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahdulillahirabbill'alaamiin

Sujud syukur ku persembahkan kepada Mu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung atas keberkahan, ridho, kekuatan dan karunia Mu Ya Allah, saya dapat berjuang hingga di titik ini. Puji syukur ku persembahkan padaMu yang telah menghadirkan mereka dihidupku, mereka yang selalu memberi semangat dan Do'a dikala aku tertatih.

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini kepada:

Ayahanda tercinta dan terhebat Anwar dan ibunda tercinta dan tersayang Siti Aminah.

Terimakasih atas segala kasih sayang, kekuatan, motivasi, dan senantiasa selalu memanjatkan do'a untuk anakmu. Tanpa kedua orang tua saya, saya tidak akan mampu bisa berada di titik ini. Teruntuk ketiga adik laki-laki ku Gunawan Asyadikhi, Okta Ryan Fadillah, dan Lukman Fariz yang telah memberikan semangat dan doa kepada kakakmu.

Semoga semangat, motivasi, dan doa yang kalian berikan dapat membawa berkah dan rahmat terhadap karya ini dikemudian hari dan semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan kasih dan sayangnya kepada kita semua, dan semoga segala urusan kita dipermudah.

Aamiin Ya Rabbalalamin

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا فَانشُرُوا
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Mujadalah:11)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji bagi Allah SWT pencipta langit dan bumi seisinya, pemberi nikmat yang tak terhitung jumlahnya, dan penabur rizki bagi hambanya. Karena karunia nya lah penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam tak lupa kepada sang pencerah dunia, panutan ummat Islam yakni Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya, kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri bagi penulis bisa melalui kisah perjalanan melakukan studi S1, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besar nya kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam terselesaikannya skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Su'aidi, MA, Ph.D Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Fadlilah M.Pd Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Bapak Mahmud MY, S.Ag, M.Pd Selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Uyun Nafi'ah MS,M.Pd Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Bawaihi, M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing saya dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Suci Fitriani, S.Pd, M.Sc, Ed Selaku Dosen Pembimbing II yang selalu membimbing saya dalam penyusunan Skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

7. Bapak dan ibu dosen, asisten dosen, dan seluruh karyawan/I Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

8. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

9. Kedua orang tua tercinta dan Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan kekuatan dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini.

10. Kepada Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi Kiai, Ustad-Ustadzah dan seluruh guru serta seluruh santri di tempat penelitian yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi serta data dalam penyusunan Skripsi ini.

11. Kepada Sahabat saya tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan serta membantu dalam hal penyusunan hingga penyelesaian Skripsi ini.

12. Terhadap seluruh teman-teman seangkatan dan seperjuangan yang sama-sama memberikan motivasi dan dukungannya

13. Serta seluruh pihak yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan Skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur semoga kebaikan kitasemua di balas oleh Allah SWT . Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca semua Aaminn yarobbal'alamin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Jambi, 30 Januari 2022

Penulis



Harmonisa Putri

NIP. 203190036

ABSTRAK

Nama : Harmonisa Putri
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Penelitian ini membahas mengenai pemasaran jasa pendidikan yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui mengenai pemasaran jasa pendidikan yang digunakan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini dimuat dalam bentuk deskriptif kualitatif yang menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi.

Berdasarkan temuan penulis, dalam melakukan pemasarannya, Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi menggunakan strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran meliputi 7P yaitu Product (produk), produk madrasah tsanawiyah ini yaitu dari segi kemahiran berbahasa Inggris dan bahasa Arab, Price (harga), untuk harga yang ditetapkan oleh madrasah tsanawiyah ini masih cukup standar rata-rata, Place (lokasi), lokasi madrasah tsanawiyah ini cukup strategis dan mudah diakses, People (orang), memiliki sumber daya manusia (guru, dan staf) yang berkompeten dibidang masing-masing, Promotion (promosi), melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial, brosur, kalender, Physical Advidence (fasilitas fisik), sarana dan prasarana yang dimiliki oleh madrasah ini sudah cukup baik untuk menunjang kegiatan belajar mengajar, dan selanjutnya adalah Process (proses), kegiatan belajar mengajar di madrasah tsanawiyah ini dilakukan mulai dari pukul 06:00 WIB sampai 21:00. Faktor pendukung dalam melakukan pemasarannya yaitu berupa guru yang mengajar sesuai bidang keahlian, memiliki media sosial, letak yang sangat strategis, kualitas yang semakin bagus. Sedangkan faktor penghambatnya adalah belum adanya SDM khusus bidang pemasaran dan pesaing.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi, Peningkatan Pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Saifuddin Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Saifuddin Jambi

ABSTRACT

Name : Harmonisa Putri
Program Study : Management of Islamic Education
Title : Marketing of Educational Services in Increasing Customers at Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

This study discusses the marketing of educational services at Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. The purpose of this thesis is to find out about the marketing of educational services used by Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. The data collection in this study was contained in a qualitative descriptive form using observation, interviews and documentation.

Based on the author's findings, in carrying out its marketing, Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi uses a marketing mix strategy. The marketing mix strategy includes 7P, namely Product, the product of the tsanawiyah madrasa, namely in terms of proficiency in English and Arabic, Price, for the price set by the tsanawiyah madrasa, it is still quite an average standard, Place, the location of the tsanawiyah madrasah is quite strategic and easy to access, People, have human resources (teachers and staff) who are competent in their respective fields, Promotion, carry out promotional activities using social media, brochures, calendars, Physical Facilities, the facilities and infrastructure owned by this madrasa are good enough to support teaching and learning activities, and the next is Process, teaching and learning activities at this tsnawiyah madrasah are carried out starting at 06:00: 00 WIB to 21:00. Supporting factors in conducting marketing are in the form of teachers who teach according to their areas of expertise, have social media, a very strategic location, the quality is getting. factors are the absence of human resources, especially in the field of marketing and competitors.

Keywords: Marketing, Strategy, Customer Improvement.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Masalah.....	1
B Fokus Penelitian	7
C Rumusan Masalah	7
D Tujuan Penelitian	7
E Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A Pemasaraan.....	9
1. Pengertian Pemasaraan.....	9
2. Prinsip Dasar Pemasaraan	9
B Jasa Pendidikan	11
1. Pengertian Jasa Pendidikan.....	11
2. Produk Jasa Pendidikan.....	14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

C	Pemasaran Jasa Pendidikan.....	15
D	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	17
E	Pelanggan	22
F	Kepuasan Pelanggan	24
G	Studi Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Pendekatan dan Metode Penelitian	30
B.	Setting dan Subjek Penelitian.....	30
	1. Setting Penelitian	30
	2. Subjek Penelitian.....	31
C.	Jenis Data	31
	1. Jenis Data	31
D.	Sumber Data.....	33
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
F.	Teknik Analisis Data.....	35
G.	Teknik Keabsahan Data	38
H.	Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHSAN		
A.	Temuan Umum.....	40
	1. Historis	40
	2. Geografis	42
	3. Visi dan Misi	42
	4. Struktur Organisasi.....	43
	5. Keadaan Guru dan Peserta Didik	44
	6. Sarana dan Prasarana.....	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

B. Temuan Khusus.....	49
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.....	49
2. Faktor Pendukung dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi	61
3. Faktor Penghambat dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi	63
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	44
Tabel 4.2 Nama-nama Ustad/Ustadzah.....	45
Tabel 4.3 Jumlah Siswa/I	47
Table 4.4 Sarana dan Prasarana	48
Table 4.5 Proses Kegiatan Belajar Mengajar	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

DAFTAR GAMBAR

Dokumentasi Keadaan Madrasah.....	72
Dokumentasi wawancara Kepala Madrasah.....	73
Dokumentasi wawancara Pihak Pengelola.....	73
Dokumentasi wawancara Panitia PPDB TA. 2022/2023.....	74
Dokumentasi wawancara Siswi Kelas VII.....	74
Dokumentasi Media Pemasaran.....	75
Dokumentasi Prestasi dan Kegiatan Madrasah.....	76

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulha Jambi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga pendidikan mengalami kemajuan yang pesat, apalagi semenjak diberlakukannya pendidikan. Menurut UU No 20 Tahun 2003 pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Salah satu dampak globalisasi di sektor pendidikan adalah bermunculan sekolah-sekolah unggul baik negeri maupun swasta yang menyediakan layanan pendidikan yang bermutu seperti fasilitas pendidikan yang memadai, program yang berkualitas, dan kurikulum berstandar nasional maupun internasional sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (C. Wijaya et al., 2019:16). Hal ini menunjukkan bahwa kompetisi antar sekolah semakin ketat, oleh karena itu penting bagi sebuah sekolah untuk melakukan pemasaran jasa pendidikan. Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, karena manusia saat dilahirkan tidak mengetahui apapun, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT surah An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ
لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya:

Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Ayat tersebut memberikan pemahaman bahwa manusia tidak dapat menjadi manusia utuh yang memiliki ilmu pengetahuan yang berguna bagi kemudahan hidupnya. Salah satu tujuan dari pendidikan yaitu mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya dengan memahami pemasaran pendidikan melalui kemampuan administrator, lembaga pendidikan yang kurang memiliki kemampuan untuk bersaing dan bertahan maka akan lebih beresiko ditinggalkan oleh pelanggannya.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran tidak hanya berfungsi menyampaikan produk atau jasa hingga sampai ke tangan konsumen, tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba (Khasanah, 2015:163).

Pemasaran untuk lembaga pendidikan sangat diperlukan terutama sekolah. Pertama, sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” (peserta didik, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kedua, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi “pelanggan” kita. Keempat, agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta “pelanggan” potensial. Dengan demikian, kegiatan pemasaran bukan sekedar kegiatan bisnis agar lembaga-lembaga pendidikan yang kita kelola mendapatkan peserta didik atau murid, melainkan juga merupakan bentuk tanggung jawab (*accountability*) kita kepada masyarakat luas (publik) akan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



layanan jasa pendidikan yang telah, sedang, dan akan kita lakukan (Syaifudin, 2017:1).

Dalam bidang jasa, kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting karena akan menjadi faktor utama bahkan dapat dikatakan sebagai ruh dalam keberlangsungan hidup sebuah lembaga jasa pendidikan. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Sebaik apapun produk jasa yang ditawarkan, tanpa diimbangi dengan pelayanan yang baik maka lambat laun akan dijauhi pelanggan. Pelanggan adalah seseorang yang memiliki peran penting yang akan memberikan dampak positif bagi organisasi. Maka dari itu, pelanggan harus diistimewakan dengan memberi apa yang diharapkan pelanggan bisa terpenuhi dan pelanggan merasa puas.

Banyak aspek yang melingkupi kualitas pelayanan, yang paling utama adalah lembaga pendidikan harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Lembaga pendidikan harus bisa mendengarkan semua keluhan pelanggan yang berkaitan dengan kekurangan yang diterima oleh pelanggan serta berusaha untuk memberi solusi terbaik atas keluhan-keluhan yang ada dengan cepat, akurat dan memuaskan (Triyadi, 2019:49).

Daya saing ditentukan oleh produk atau jasa yang berkualitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus dikenalkan kepada masyarakat luas. Kemampuan seorang pemimpin harus dapat memahami tentang strategi pemasaran pendidikan dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya. Pemasaran sangat dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citra sekolah yang positif. Apabila sekolah memiliki pandangan yang baik dimata masyarakat, maka sekolah tersebut akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan dengan sekolah lain (Tihalimah & Agusna, 2021:56).

Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan akan menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran secara terus menerus (Fathurrochman et al., 2021:2).

Pemasaran menjadi suatu yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan lembaga pendidikan tersebut, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk menumbuhkan dan membentuk citra baik terhadap lembaga agar dapat menarik sejumlah calon siswa (Munir, 2018:79). Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dan masyarakat. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang dilakukan oleh kepala sekolah dan warga sekolah yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing. Untuk itu sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada.

Dilihat dari fenomena yang terjadi sekarang, sebagai lembaga pendidikan harus melakukan proses pemasaran dan menentukan strategi perencanaan untuk menganalisis kebutuhan lembaga pendidikan dan analisis pasar, promosi, dan evaluasi serta tindak lanjut pemasaran. Jika strategi pemasaran jasa tidak dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan maka besar kemungkinan akan ditinggalkan oleh pelanggan. Maka setiap lembaga pendidikan harus selalu berusaha agar tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain (Tihalimah & Agusna, 2021:57).

Oleh karena itu sekolah harus menentukan dan menerapkan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif dalam mencapai tujuan pemasaran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sekolah dapat mengubah penilaian masyarakat terhadap kualitas sekolah yang sekarang dan yang akan datang dan merupakan cara untuk membangun kesan positif terhadap sekolah secara keseluruhan. Salah satu strategi pemasaran jasa pendidikan disebut 7P, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *people* (orang), *promotion* (promosi), *physical advidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses). Dengan penerapan strategi ini, pemasaran jasa pendidikan tepat kepada pelanggan.

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi adalah salah satu madrasah berbasis pondok pesantren yang berdiri pada tahun 2019 yang dipimpin oleh Ustadz Dr. KH. Zainul Arifin, M.Ed, MA. dan merupakan lembaga pendidikan swasta yang fokus pembelajarannya menggunakan kitab-kitab turat. Serta menjadi pilihan penulis untuk melakukan penelitian tentang pemasaran jasa pendidikannya, karena Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin ini baru berdiri kurang lebih tiga tahun tetapi sudah banyak pelanggan yang tertarik untuk bersekolah di Madrasah tersebut. Hal ini dilatar belakangi dengan hasil wawancara penulis dengan Kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yaitu Ustadz Firdaus S.H beliau mengatakan pihak madrasah memasarkan jasa pendidikan dari mulut ke mulut, melalui media cetak berupa brosur, dan media sosial yang berisi informasi kegiatan-kegiatan yang berlangsung di madrasah. Tujuan madrasah melakukan pemasaran jasa pendidikan dengan teknik tersebut adalah agar para pelanggan tahu serta paham terkait apa yang ditawarkan serta madrasah juga menggunakan strategi pemasaran jasa pendidikan yang tersusun agar program-program yang diterapkan di madrasah dapat terlaksana dengan baik dan juga sesuai dengan tujuan madrasah. Dengan penggunaan teknik pemasaran jasa pendidikan tersebut menjadikan jumlah peserta didik yang berminat untuk masuk ke Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi semakin meningkat, salah satu bukti pemasaran jasa pendidikan di madrasah tersebut berhasil yaitu karena data peserta didik selama tiga tahun berdiri mengalami peningkatan. Melalui wawancara dengan Ustadz Yudi April Yanto S.H selaku kepala

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



bagian tata usaha yakni pada awal tahun penerimaan peserta didik baru 2019/2020 hanya menerima 17 siswa dan pada tahun ajaran berikutnya telah menerima 81 siswa. Akan tetapi pada tahun ajaran 2021/2022 Madrasah Tsanawiyah ini mengalami penurunan rasio pada peningkatan pelanggannya yang mana pada tahun tersebut tidak meningkat seperti tahun sebelumnya.

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi mengalami beberapa hambatan maupun masalah dalam melaksanakan aktifitas pemasaran jasa pendidikan baik secara internal maupun secara eksternal seperti; tidak adanya tim khusus untuk memasarkan jasa pendidikan, kurangnya sumber daya manusia berupa guru yang mengajar tidak seimbang dengan jumlah murid yang diterima dan ketatnya persaingan dengan sekolah sekitar.

Maka dari pada itu Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi harus mempunyai strategi-strategi pemasaran yang bagus, di dalam faktor internal terdapat masalah yang harus menjadikan madrasah tsanawiyah ini memiliki strategi-strategi agar pelanggan semakin meningkat, maka dari sini Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi selain memiliki strategi, juga dituntut untuk membuat inovasi-inovasi baru agar pelayanan di madrasah tsanawiyah ini dapat meningkat pelanggan dan mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan uraian diatas dan melihat betapa pentingnya Pemasaran Jasa dalam suatu lembaga pendidikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka penelitian ini difokuskan pada bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh pihak pengelola madrasah dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas maka Rumusan Masalah yang diajukan dalam penelitian ini nantinya sebagai acuan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi?
2. Apa saja faktor pendukung dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi?
3. Apa saja faktor penghambat dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas maka Tujuan Penelitian yang diajukan ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa strategi yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
3. Untuk mengetahui apa saja faktor penghambat dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

E. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Umum
 - a) Guna memberikan kontribusi terhadap khazanah keilmuan dalam bidang pemasaran jasa pendidikan.
 - b) Diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dan pembaca tentang upaya peningkatan pelanggan.
- b. Manfaat Khusus
 - a) Bagi Peneliti

Menjadi sarana pengembangan diri serta menambah pengalaman dan pengetahuan terkait dengan pemasaran jasa pendidikan dan bagaimana strategi dalam peningkatan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b) Bagi Sekolah

Memberikan pengetahuan dan bahan acuan peninjauan bagi sekolah dalam mengambil strategi memasarkan jasa pendidikan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyimpanan produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Sedangkan menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2009) bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan komunikasi, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Hal utama dalam pemasaran menurut Kotler dan Katller (2009) adalah memuaskan kebutuhan dala keinginan konsumen (pelanggan). Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Untuk penciptaan dan menghantarkan nilai dapat meliputi fase memilih nilai, menyediakan nilai, mengkomunikasikan nilai.

Fase memilih nilai merupakan fase awal dari pemasaran yaitu dengan memaparkan hal apa saja yang harus dilakukan sebelum produk dibuat, staf pemasaran harus mensegmentasikan pasar, memilih sasaran pasar yang tepat dan mengembangkan penawaran. Fase menyediakan nilai yaitu pihak pemasaran harus menentukan jenis produk, harga, promosi, dan distribusi (Said, 2015:1,2).

Pemasaran menurut Veithzal Rival Zainal (2017) Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Selain itu juga berkaitan dengan proses mengidentifikasi dan memenuhi



kebutuhan manusia maupun masyarakat. Menurut American Marketing Assosiation, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada konsumen, serta mengelola hubungan baik kepada konsumen, serta mengelola hubungan baik dengan kosumen melalui cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham (Handayani & Fathoni, 2012:6).

Berdasarkan uraian para ahli tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok, baik itu dalam bidang pemasaran jasa atau pun barang untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dengan usaha mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran tidak hanya untuk bertukar barang atau jasa akan tetapi juga berfikir bagaimana dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan keuntungan atau laba.

Maksud dari tujuan pemasaran itu sendiri ada tiga yaitu pertama agar terjadi perubahan pengetahuan positif masyarakat terhadap lembaga tersebut, kedua perubahan sikap yang baik terhadap lembaga tersebut, dan ketiga perubahan tindakan yang dikehendaki dari perilaku masyarakat tentang lembaga pendidikan tersebut. Tidak dipungkiri lagi bahwa sekolah sebagai lembaga yang menawarkan produk kepada pengguna (konsumen) hendaknya selalu dengan sigap melayani masyarakat (peserta didik, mahasiswa) yang di kenal dengan istilah “stakeholder” yang bertujuan agar pihak yang dilayani tersebut mendapatkan kepuasan, dengan alasan mereka sebagai konsumen sudah membayar sebagai konsekuensinya (Sarifudin & Maya, 2019:141).

2. Prinsip dasar pemasaran

Adapun prinsip-prinsip dasar pemasaran yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Meskipun sederhana akan tetapi prinsip tersebut memegang arti yang sangat penting, bahkan sebuah produk dapat dibedakan atas dasar apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Suha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

a. Kebutuhan (*needs*)

Konsep yang paling mendasar dalam pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia adalah dimana kondisi ataupun perasaan adanya kekurangan. Umumnya produk yang termasuk dalam kategori kebutuhan tidak memerlukan dorongan, tetapi pelanggan yang akan membeli dengan sendirinya, tetapi pada saat ini dimana tingkat persaingan sangat ketat begitu banyak penawaran yang sama dalam hal memenuhi kebutuhan pelanggan maka produk harus didorong dalam pikiran pelanggan.

b. Keinginan (*wants*)

Keinginan adalah bentuk dari kebutuhan manusia seperti yang dibentuk oleh budaya dan kebiasaan individu. Kebutuhan ini menjadi keinginan bila diarahkan ke objek tertentu yang mana mungkin akan memenuhi kebutuhan.

c. Permintaan (*demands*)

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Orang-orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang hamper tak terbatas namun sumber dayanya terbatas, dengan demikian mereka ingin memilih produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka agar puas (Ngatno, 2017:9).

B. Jasa Pendidikan

1. Pengertian jasa pendidikan

Jasa adalah semua aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan atau sesuatu. Produksinya dapat dan tidak terikat kepada produk fisik. Sejalan dengan itu, Stanton (2002) mengemukakan jasa sebagai aktivitas yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud yang merupakan objek utama transaksi, yang dirancang untuk menyediakan kepuasan yang diinginkan pelanggan (D. Wijaya, 2016:2).

Zeithaml dan Bitner (1995) mengatakan bahwa jasa meliputi semua



aktivitas ekonomi dengan output selain produk fisik atau konstruksi, yang pada dasarnya dikonsumsi dan diproduksi pada saat yang bersamaan, serta menyediakan nilai tambah (dalam bentuk kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, kesenangan, atau kesehatan) yang pada hakekatnya tidak berwujud bagi para pembeli pertamanya (Sulistiyowati, 2018:16).

Kotler dan Keller (2006) mengemukakan pengertian jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Kemudian menurut Adrian Payne jasa artinya kegiatan ekonomi yang memiliki sejumlah elemen (nilai atau manfaat) berwujud yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah hubungan dengan konsumen atau dengan barang-barang yang dimiliki namun tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan pada kondisi bisa saja ada pada produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak memiliki kaitan dengan produk fisik (Mundir, 2016:35).

Ratih hurriyati (2010) menjelaskan jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- b. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik
- c. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan
- d. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa (Faizin, 2017:265).

Buchari Alma (2009) menjelaskan bahwa pada dasarnya jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak memiliki dampak perpindahan hak milik, tidak berwujud dan memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- a. Tidak Berwujud (Intangibility)

Jasa tidak berwujud seperti produk fisik, yang menyebabkan pengguna jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka mengkonsumsinya (menjadi subsistem lembaga pendidikan).
- b. Tidak Terpisah (Inseparability)

Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Artinya, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak (simultan) pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa maka akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan.
- c. Bervariasi (Variability)

Jasa pendidikan yang diberikan seringkali berubah-ubah. Hal ini akan sangat tergantung kepada siapa yang menyajikannya, kapan, serta di mana disajikan jasa pendidikan tersebut. Oleh Karena itu, jasa pendidikan sulit untuk mencapai kualitas yang sesuai dengan standar. Untuk mengantisipasi hal tersebut, lembaga pendidikan dapat melakukan beberapa strategi dalam mengendalikan kualitas jasa yang dihasilkan.
- d. Mudah Musnah (Perishability)

Jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu. Karakteristik jasa yang cepat musnah bukanlah suatu masalah jika permintaan akan jasa tersebut stabil karena jasa pendidikan mudah dalam persiapan pelayanannya. Jika permintaannya berfluktuasi, lembaga pendidikan akan menghadapi masalah dalam mempersiapkan pelayanannya. Untuk itu, diperlukan program pemasaran jasa yang sangat cermat agar permintaan terhadap jasa pendidikan selalu stabil (Wiyono, 2020:37).

Pendidikan merupakan suatu proses yang diperlukan untuk mendapatkan keseimbangan dan kesempurnaan dalam perkembangan individu maupun masyarakat. Pendidikan juga merupakan sebuah aktifitas

yang memiliki maksud atau tujuan tertentu yang diarahkan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki manusia baik sebagai manusia ataupun sebagai masyarakat dengan sepenuhnya (Nurkholis, 2013:25).

Berdasarkan definisi di atas maka kita dapat mengambil kesimpulan bahwa pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa pendidikan harus selalu melakukan pembaharuan pada sisi kualitas (kompetensinya).

2. Produk jasa pendidikan

Menurut Bukhari (2009), produk dari sekolah adalah jasa kependidikan yang dapat dirinci atas:

- a. Jasa kurikuler meliputi kurikulum, silabus umum (GBPP), rancangan bahan pembelajaran, penyajian bahan pembelajaran, dan evaluasi
- b. Jasa penelitian, berupa berbagai penelitian dan hasilnya atau pengembangan kemampuan guru dalam meneliti dan membaca hasil penelitian.
- c. Jasa ekstrakurikuler, meliputi berbagai kegiatan pelayanan di luar jasa kurikuler, seperti kegiatan kesenian, olah raga, prakarya dan lain-lain
- d. Jasa pengembangan kehidupan bermasyarakat, meliputi layanan untuk mengembangkan kemampuan para peserta didik untuk hidup bermasyarakat.
- e. Jasa administrasi/ketatausahaan, berupa layanan berbagai surat keterangan, surat pengantar bagi peserta didik, laporan hasil belajar.
- f. Jasa layanan khusus, berupa layanan bimbingan dan konseling, layanan perpustakaan, layanan usaha kesehatan sekolah, layanan kantin, dan layanan transportasi atau bus (Wiyono, 2020:41).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Produk jasa pendidikan hanya dikonsumsi oleh konsumen, pada saat proses produksi berlangsung. Sementara, produk barang dan jasa lain, selain pendidikan, yang terlihat secara fisik biasanya diproduksi di pabrik atau di tempat-tempat tertentu. Pada bidang jasa pendidikan, faktor penyedia jasa pendidikan (orang) langsung berperan dalam proses produksi jasa tersebut.

C. Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran dan jasa pendidikan yang telah dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa pemasaran jasa pendidikan adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan atau organisasi dalam konteks pendidikan yakni sekolah, dimana melibatkan sejumlah interaksi konsumen yaitu masyarakat untuk mempertahankan produk jasa yang telah ditawarkan sekolah berupa program pendidikan beserta fasilitasnya sehingga sekolah dapat mempertahankan eksistensi atau kelangsungan hidupnya.

Adapun pendapat yang dikemukakan oleh Lockhart bahwa pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu di mana siswa, orang tua siswa, karyawan sekolah dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan pendidikan (D. Wijaya, 2016:22).

Pendapat lain menyatakan bahwa pemasaran dalam bidang pendidikan sebagai aktifitas sekolah untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuannya, nilai dan produk sekolah kepada peserta didik, orang tua, staff dan masyarakat luas (Damayanti & Suprianti, 2018:2).

Dalam persepektif berbeda, Kotler dan Fox (1995), mendefinisi pemasaran yang digunakan secara khusus pada sekolah sebagai analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirumuskan secara hati-hati, yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai secara suka rela dengan pasar sasaran jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah. Selanjutnya Kotler dan Fox mendefinisikan tujuan utama



pemasaran jasa pendidikan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberhasilan yang besar.
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan.
- 3) Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan.
- 4) Meningkatkan efesiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan.

(D. Wijaya, 2016:21).

Sesuai dengan definisi dari pengertian pemasaran jasa pendidikan yang telah diterangkan sebelumnya melakukan pemasaran jasa pendidikan berarti melakukan analisis atau identifikasi terhadap kebutuhan masyarakat atau pasar sasaran (target market) jasa pendidikan, sehingga dengan itu pemasar mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat terkait program pendidikan atau jasa pendidikan.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok serta memiliki peran penting yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan eksistensinya, untuk berkembang, dan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan sekolah. Dengan demikian, pemasaran pendidikan mencakup usaha lembaga pendidikan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen jasa pendidikan yang perlu dipuaskan yakni masyarakat atau pasar sasaran, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, serta menentukan cara-cara promosi dan bagaimana proses memproduksinya sampai produk jasa pendidikan tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kemudian berangkat dari informasi yang telah didapat, pemasar dapat membuat perencanaan program pendidikan sesuai kebutuhan masyarakat sehingga hasilnya relevan dan memuaskan pelanggan, disamping pelaksanaan dan pengendalian programnya juga yang harus baik. Dari situlah kemudian pandangan yang baik itu dapat terbangun dan minat masyarakat terhadap jasa yang ditawarkan sekolah pun meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Selain itu fungsi dari pemasaran jasa pendidikan sebagai bentuk kegiatan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan jasa pendidikan dengan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dirasakan.

D. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, serta eksekusi sebuah aktivitas pada kurun waktu tertentu. di dalam strategi yg baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai menggunakan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, serta mempunyai taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Ansoff mendefinisikan strategi sebagai “*a set of decision making rules for guidance of organizayional behafior*”, apabila dikaitkan dengan pemasaran, maka strategi diartikan sebagai pengambilan keputusan mengenai pemakaian faktor-faktor pemasaran yang dapat dikendalikan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan (Mundir, 2016:29).

Dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya, setiap organisasi menjalankan strategi pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Kotler dan Armstrong (1997), ada tiga tahap yang dapat ditempuh untuk menetapkan strategi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Memilih konsumen yang dituju.
2. Mengidentifikasi keinginan konsumen.
3. Menentukan bauran pemasaran.

Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan eksternal maupun internal organisasi. Faktor-faktor eksternal yang dapat menimbulkan adanya peluang atau ancaman bagi organisasi terdiri dari: keadaan pasar, persaingan, teknologi, ekonomi, sosial budaya, hukum, dan peraturan. Sedangkan faktor-faktor internal menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan organisasi, meliputi: keuangan, produksi, SDM, serta khususnya bidang pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, dan jasa (Syarifudin, 2017:5).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil dari analisis tadi merupakan evaluasi apakah strategi pemasaran yang sudah ditetapkan serta dijalankan sesuai dengan keadaan pada waktu ini. Akibat evaluasi tersebut dipergunakan menjadi dasar untuk memilih apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah dan untuk menyusun atau memilih strategi yang akan dijalankan pada masa mendatang.

Dalam rangka mengetahui kebutuhan konsumen, dibutuhkan upaya strategis untuk merancang desain pemasaran lembaga pendidikan, yang dapat diterapkan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi pasar

Menurut Sri Minarti (2012) tahapan pertama dalam pemasaran pendidikan adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini, perlu dilakukan suatu penelitian/riset pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan, termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari sekolah lain.

2. Segmentasi pasar dan *positioning* (pemosisian)

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Manfaat dari segmentasi pasar yaitu penjual atau produsen berada dalam posisi yang lebih baik untuk memilih kesempatan-kesempatan pemasaran, penjual atau produsen dapat menggunakan pengetahuannya terhadap respon pemasaran yang berbeda-beda, sehingga dapat mengalokasikan anggarannya secara lebih tepat pada berbagai segmen, dan penjual atau produsen dapat mengatur produk lebih baik dan daya tarik pemasarannya (Yulianti et al., 2019:8). *Positioning* yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

3. Diferensiasi produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya lembaga pendidikan yang ada, orang tua siswa akan kesulitan untuk memilih sekolah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar lembaga pendidikan semakin standar. Lembaga pendidikan hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk kemasan yang menarik, seperti logo dan slogan. Fasilitas internet mungkin akan menjadi standar, namun jaminan internet yang aman dan bersih, akan menarik perhatian orang tua.

Dalam dunia pemasaran jasa pendidikan juga tidak bisa terlepas dari elemen bauran pemasaran. Menurut Buchari Alma (2005) bauran pemasaran jasa yang dimaksud adalah konsep 7P, yaitu:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan hal mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi masyarakat. Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk yang dihasilkan dan ditawarkan harus berkualitas. Sebab, konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu, apalagi harganya mahal. Misal, disamping produk bidang akademik, produsen harus bisa membuat produk layanan pendidikan lebih bervariasi seperti kegiatan olahraga, kesenian, dan keagamaan, untuk menambah kualitas pendidikan.

b. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Harga yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah. Umumnya, orang tua yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berpenghasilan menengah ke bawah, memilih sekolah yang relatif lebih murah, kecuali jika memperoleh beasiswa, sedangkan orang tua yang berpenghasilan menengah ke atas, memilih sekolah terbaik, walaupun dengan biaya yang relatif tidak murah. Namun, apabila sekolah berkualitas dengan harga relatif murah tentu akan menjadi pertimbangan dalam memilih lembaga pendidikan.

c. *Place* (Tempat)

Para pimpinan lembaga pendidikan sependapat bahwa lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum, cukup berperan sebagai pertimbangan bagi calon siswa. Keadaan lokasi strategis yang mudah dijangkau dari segala arah dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, juga kemudahan akses menuju sekolah merupakan faktor pendukung kenyamanan siswa, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Kegiatan promosi sendiri dapat dilakukan melalui media komunikasi massa misalnya; koran, majalah, televisi, papan reklame, dan gambar tempel.

Sekolah dapat mempromosikan, bahwa mereka terus berupaya meningkatkan pengetahuan

e. *Person* (Orang/sumber daya manusia)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia (guru) di lingkungan sekolah yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

professional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional. Disamping itu, perlu untuk terus meningkatkan kompetensi guru dengan memberikan kesempatan dan beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikannya. Peningkatan melalui seminar dan pelatihan juga terus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru.

f. *Physical Evidence* (Fasilitas/sarana fisik)

Sarana fisik merupakan suatu hal yang nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa. Pada sebuah lembaga pendidikan yang merupakan sarana fisik adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada. Faktor sarana pembelajaran yang memadai merupakan fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran. Penggunaan teknologi dalam menjelaskan materi pembelajaran kepada siswa juga menjadi penawaran yang menarik dalam memilih sekolah. Demikian juga kenyamanan siswa belajar karena gedung dan ruang kelas yang bersih dan didukung oleh sarana pembelajaran yang modern sehingga memudahkan siswa memahami materi pembelajaran.

g. *Process* (Proses)

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Dalam hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan selalu bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen sampai konsumen. Dalam lembaga pendidikan tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa. Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan (Faiqoh,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



2020:51).

Ketujuh strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di atas saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu strategi acuan/bauran. Sedangkan strategi bauran pemasaran ini merupakan bagian dari strategi pemasaran, dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variable-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan organisasi, untuk mencapai tujuan organisasi dalam bidang pemasaran.

E. Pelanggan

Setiap orang adalah pelanggan. Pelanggan adalah setiap orang, unit, atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Kotler (2003) menyebutkan bahwa pelanggan adalah *“Customer satisfaction is the result of your customer perceiving that your organization has met or exceeded his or her expectations regarding overall conduct and key performance criteria (which you have identified as being critical)”*. Gasperz (1997) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu:

- a. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- b. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
- c. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
- d. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang tidak dapat dihapuskan.

Musanto (2004) dalam bukunya mengatakan, Pelanggan berbeda dengan konsumen (Consumer), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengiklankan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetap sebagai seorang pembeli atau konsumen (C. Wijaya et al., n.d. 2019:16-17).

Dari beberapa pengertian di atas tentang pelanggan, maka disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang yang memiliki peran penting yang dapat memberi dampak positif bagi organisasi. Maka dari itu, pelanggan harus diistimewakan dengan memberikan apa yang diharapkan pelanggan bisa terpenuhi dan pelanggan pun merasa puas.

Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, Nina Rahmayanty (2010) mengatakan perlu terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan.

- a. Pelanggan Internal, adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya tergantung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda.
- b. Pelanggan eksternal, adalah orang-orang di luar organisasi/perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri (C. Wijaya et al., n.d.2019:18).

Pelanggan dikategorikan menjadi pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pada masing masing kategori baik pelanggan internal maupun eksternal masih perlu diklasifikasi menjadi primer, skunder, dan tersier (Munir, 2020: 47).

Dalam konteks pendidikan siswa bisa dikategorikan sebagai pelanggan internal dan dapat juga di kategorikan pelanggan eksternal. Sebagai kategori pertama manakala siswa ikut berperan dan berkontribusi bersama-sama pihak sekolah menghasilkan produk atau jasa. Di lain sisi siswa dapat dikategorikan sebagai pelanggan eksternal jika siswa pasif hanya menerima begitu saja dan tidak berperan dalam menghasilkan produk atau jasa. Secara kelembagaan, pelanggan eksternal primer dalam konteks sekolah adalah siswa (manakala siswa pasif), eksternal skunder adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

orang tua wali murid, dan eksternal skunder adalah pemerintah dan masyarakat. Secara singkat uraian tentang pelanggan pendidikan sebagai berikut:

a. Pelanggan Internal

Pada sekolah pelanggan internal yang dimaksud adalah peserta didik, guru, karyawan dan kepala sekolah. Disebut sebagai pelanggan internal adalah karena pelanggan ikut berproses secara langsung menghasilkan output sekolah.

b. Pelanggan eksternal

Dalam hal pendidikan pelanggan eksternal sekolah adalah orang tua, masyarakat dan pengguna lulusan. Dikatakan pelanggan eksternal adalah karena pelanggan hanya merasakan dampak atau output sekolah tanpa mengikuti proses berlangsung.

F. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau satisfaction ini adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa latin “satis” yang artinya cukup baik, memadai dan “facio” yang artinya melakukan atau membuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa arti kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan pengertian atau definisi mengenai kepuasan pelanggan menurut para ahli diantaranya adalah sebagai berikut :

Kotler (2000), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Menurut Nasution (2005), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya (Triyadi, 2019:50).

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau gembira akibat terpenuhinya harapan atau keinginan setelah membandingkan antara pengorbanan yang telah dikeluarkan dengan kinerja atau manfaat suatu produk.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap proses perubahan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dan betul-betul produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga hal ini menyebabkan setiap badan lembaga harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa timbulnya ketidakpuasan dari pelanggan diarenakan oleh:

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang dialami.
- 2) Ketidakpuasan dalam layanan selama proses penggunaan jasa.
- 3) Perilaku personel kurang memuaskan.
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak memenuhi.
- 5) Biaya yang mahal dan tidak sesuai dengan kualitasnya
- 6) Promosi tidak sesuai dengan kenyataan (Tihalimah & Agusna, 2021:63).

Sebuah organisasi atau lembaga pendidikan mempunyai pelanggan eksternal dan internal. Masing-masing pelanggan ini punya kebutuhan yang berbeda, Berikut dijelaskan masing-masing kebutuhan pelanggan (Munir, 2020:50).

1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan eksternal

Pelanggan eksternal bidang pendidikan, khususnya satuan pendidikan, adalah siswa, orang tua, satuan pendidikan lanjutan yang lebih tinggi, masyarakat pengguna lulusan (dunia usaha/dunia industri) dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



pemerintah. Kebutuhan siswa dan orang tua umumnya adalah bagaimana mereka setelah lulus dapat bekerja atau melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Semua kebutuhan pelanggan ini harus dibuktikan bahwa lulusan mempunyai kompetensi untuk dapat bekerja dan atau melanjutkan studi ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dengan baik. Kebutuhan pelanggan ini harus terakomodasi dalam kurikulum di satuan pendidikan.

Dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan maka perlu mengumpulkan informasi dari mereka. Untuk hal ini siswa lebih tepat dikategorikan sebagai pelanggan internal karena mereka ikut aktif berpartisipasi untuk mencapai kompetensi lulusan yang dipersyaratkan bahkan untuk dapat diterima di jenjang satuan pendidikan yang lebih tinggi atau bekerja di dunia usaha atau dunia industri. Untuk itu pelanggan eksternal primer dimulai dari orang tua terutama untuk satuan pendidikan di jenjang pendidikan dasar. Untuk jenjang menengah dan tinggi pelanggan eksternal primernya adalah perguruan tinggi dan dunia usaha atau dunia industri. Informasi dari orang tua dapat diperoleh melalui angket, pertemuan khusus, atau komite sekolah yang merupakan mitra kerja sekolah. Pengumpulan informasi ini dapat dilakukan melalui seminar, *workshop*, atau *Focus Group Discussion (FGD)*. Sedangkan informasi dari perguruan tinggi dapat diperoleh melalui studi pelacakan (*tracer study*).

2. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan internal

Pelanggan internal primer dalam satuan pendidikan adalah siswa, sedang yang sekunder adalah staf karyawan/TU, teknisi, pustakawan dan staf lainnya. Secara formal lulusan satuan pendidikan tingkat dasar tidak dibenarkan bekerja karena belum memenuhi usia minimal bekerja, mereka diharapkan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Untuk itu kebutuhan siswa di satuan pendidikan ini adalah bagaimana bisa belajar dengan maksimum. Utamanya guru, kepala sekolah, dan staf perlu perlu berupaya dengan segala daya disertai dengan rasa simpati dan empati untuk mencapai efektivitas pembelajaran. Ruang kelas, fasilitas yang ada,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dan sekolah secara keseluruhan perlu dimenej untuk mendukung proses belajar mengajar yang efektif membekali siswa untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan menengah. Kebutuhan siswa di tingkat satuan pendidikan ini dapat diidentifikasi melalui pertemuan informal di setiap kelas dilengkapi dengan angket kepada orang tua.

G. Studi Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Chairi Agusna pada tahun 2020 yang berjudul Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pasie Raya Aceh Jaya. Beliau membahas tentang strategi pemasaran jasa pendidikan, penerapan-penerapan jasa pendidikan dan kendala-kendala yang di hadapi dalam proses pemasaran jasa pendidikan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan strategi, penerapan, masalah dan kendala dan pemecahan implementasi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan. Kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pemasaran jasa pendidikan dan melakukan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini adalah berbeda tempat melakukan penelitian dan rumusan masalah yang berbeda.
2. Penelitian yang dikaukan oleh Andri Laksana pada tahun 2021 yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Calon Peserta Didik di Sekolah Menengah Atasa An-Nurmaniyah (YAPER) Cileduk. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor dalam minat masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya di madrasah terdapat dua faktor yang pertama factor internal dan juga faktor eksternal. Tujuan dari penelitian untuk menganalisis dan menelaan perihal strategi pemasaran jasa pendidikan yang ada di Sekolah Menengah Atasa An-Nurmaniyah (YAPER) dalam meningkatkan minta calon peserta didik nya dengan menggunakan bauran pemasaran seagai alt promosi produk unggulan sekolah yang lebih menekankan pada 7p. Kesamaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian saya adalah sama-sama menjelaskan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



tentang strategi pemasaran, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif serta teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara observasi, dan studi dokumentasi. Perbedaan dari penelitian ini adalah tujuan dan lokasi penelitian.

3. Felida Karela, mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, pada tahun 2020, yang meneliti dengan judul “strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan peserta didik di madrasah tsanawiyah mazra’atul ulum paciran lamongan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan strategi pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum ini adalah proses penyusunan perencanaan pemasaran dilaksanakan oleh pimpinan sekolah, hal ini dikarenakan agar perencanaan yang dilaksanakan dapat tersusun lebih efektif, implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik dalam hal ini adalah wujud realisasi dari program yang telah di canangkan dalam rencana proses promosi media brosur, pamphlet, lewat wali murid, lewat teman dan yang paling unggul adalah lewat masyarakat itu sendiri, dan evaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan penerimaan peserta didik adalah dengan menggunakan berbagai strategi, semua strategi, semua strategi telah dilaksanakan dengan baik oleh semua pihak sekolah. Walaupun dalam konteks judul memiliki sedikit kesamaan tetapi terdapat perbedaan yang cukup besar yaitu pada penelitian ini lebih mengarah kepada fungsi-fungsi manajemen yang digunakan dalam rangka pemasaran suatu lembaga pendidikan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Martin Sone Kwang pada tahun 2019 di Universitas ini Swedia dengan judul penelitian “*The Influence of Marketing Mix, on the Student’s Choice of University*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah bauran pemasaran jasa pendidikan dapat mempengaruhi mahasiswa ketika memilih sebuah universitas. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi menggunakan strategi bauran pemasaran yang berbeda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam perekrutan mahasiswa. Studi ini juga menemukan bahwa elemen bauran pemasaran memiliki dampak positif dalam pemilihan universitas oleh mahasiswa. Ada dua implikasi pada penelitian ini, satu untuk universitas dan yang lainnya untuk mahasiswa, sangat penting untuk universitas untuk memahami kebutuhan, motif mahasiswa, permintaan mahasiswa, permintaan pasar kerja saat ini dan masa depan. Selain itu, para siswa perlu diberi tahu tentang berbagai penawaran universitas yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan saat ini dan masa depan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan data dan melalui metode wawancara. Perbedaan penelitian ini adalah subjek dan objek penelitian.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pemahaman dan pemaknaan tentang Pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan. Oleh karena itu, pendekatan yang dianggap cocok untuk digunakan dalam mengkaji permasalahan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menekankan pada data/ informasi yang lebih bersifat deskriptif, dalam bentuk data-data berupa keterangan subyek, uraian kata-kata atau kalimat dan bukan pada data yang terbatas angka-angka.

Pendekatan Penelitian ini, disesuaikan dengan jenis permasalahan yang tertera pada perumusan masalah. Penelitian kualitatif sering diistilahkan “naturalistik”, hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian terjadi secara ilmiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan data dan kondisi, menekankan pada deskripsi secara alami. Pengambilan data atau penjarangan fenomena dilakukan dari keadaan yang sewajarnya dikenal dengan sebutan pengambilan data secara alami atau naturalistik (Abdussamad, 2021:30).

B. Setting dan Subjek Penelitian

1. Setting Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yang beralamatkan di Jalan Ness Dusun Leban Karas, RT 017 RW 007 Kelurahan Pijoan Kabupaten Muaro Jambi. Alasan peneliti melakukan penelitian di sekolah ini adalah untuk mencari kebenaran tentang pemasaran jasa pendidikan yang ada di sekolah tersebut.

Selain itu, sekolah ini merupakan salah satu sekolah yang menarik untuk dilakukan penelitian tentang pemasaran jasa pendidikan. Alasan pemilihan lokasi tersebut juga didasarkan pada



beberapa pertimbangan yaitu:

- a) Keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dari segi tenaga dan efisiensi waktu.
- b) Situasi sosial; sebelum mendapat izin formal untuk memasuki sekolah tersebut peneliti telah mengadakan komunikasi informal dengan salah satu guru yang mengajar di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam konsep penelitian merujuk pada responden, narasumber, atau informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya. Narasumber atau informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian kita.

Istilah lain yang sering digunakan untuk menyebutkan subjek penelitian ialah responden. Yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang diinginkan oleh peneliti. Adapun subjek penelitian yang akan diambil yaitu:

1. Kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
2. Pihak Pengelola Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
3. Panitia PPDB tahun ajaran 2022/2023 Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
4. Siswa Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- a) Data primer

Data primer merupakan data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara, dan membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden. Data primer disini adalah data yang berupa informasi, peristiwa atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tindakan yang berkaitan dengan sekolah/madrasah, khususnya yang berkaitan dengan Pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Dalam hal ini peneliti akan memperoleh data primer dari kepala sekolah, guru, dan siswa di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Data yang dikumpulkan melalui observasi yaitu:

1. Mengamati strategi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
2. Mengamati apa saja faktor pendukung dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
3. Mengamati apa saja faktor penghambat dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Data yang dikumpulkan melalui wawancara yaitu :

1. Bagaimana pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi
2. Apa saja faktor pendukung dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
3. Apa saja faktor penghambat dalam memasarkan jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Muaro Jambi.

b) Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang yang diambil mengenai gambaran umum di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, seperti :

1. Bagaimana keadaan historis sekolah
2. Bagaimana keadaan geografis sekolah.
3. Bagaimana struktur organisasi sekolah
4. Bagaimana pemasaran jasa pendidikan
5. Bagaimana keadaan guru, karyawan dan siswa.
6. Bagaimana sarana dan prasarana sekolah.



D. Sumber Data

Sumber data utama dari penelitian ini terdiri atas tiga bagian, yaitu sumber data berupa manusia, peristiwa/keadaan dan dokumen penting lainnya yang berhubungan dengan subjek penelitian seperti:

- a) Sumber data berupa manusia yaitu pihak pengelola di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
- b) Sumber data berupa peristiwa atau keadaan pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
- c) Sumber data yang berupa dokumen yaitu arsip, dokumen resmi, dan hal yang berkaitan dengan pemasaran jasa pendidikan.

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Kepala Sekolah

Data atau informasi yang peneliti terima dari kepala sekolah adalah mengenai pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah tersebut, strategi pemasaran jasa pendidikan apa yang diterapkan pada saat melakukan pemasaran jasa pendidikan, kendala-kendala yang di hadapi dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan. Kemudian bagaimana planning kedepannya untuk peningkatan pelanggan.

- b) Pihak Pengelola Sekolah

Data atau informasi yang peneliti terima dari pihak pengelola yaitu sama dengan informasi yang peneliti terima dari kepala sekolah karena pada dasarnya melakukan manajemen yang sama dan saling bekerja sama.

- c) Panitia PPDB tahun ajaran 2022/2023

Data atau informasi yang peneliti terima dari pihak panitia PPDB tahun ajaran 2022/2023 merupakan data yang sama dengan informasi yang diberikan oleh kepala sekolah karena pada dasarnya melakukan manajemen yang sama dan saling berkerja sama.

- d) Siswa

Data atau informasi yang peneliti terima dari siswa yaitu sama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengiklan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



dengan informasi yang peneliti terima dari kepala sekolah karena siswa dalam hal ini merupakan elemen penting di dalam sebuah lembaga pendidikan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah ataupun proses yang penting dalam melakukan penelitian untuk pengadaan data lapangan. Pengumpulan data lapangan sangat bertujuan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Oleh karena itu, pengumpulan data lapangan diperlukan dalam suatu penelitian. Wawancara, observasi dan kajian dokumen saling mendukung dan melengkapi dalam memenuhi data yang diperlukan sebagaimana fokus penelitian. Data yang terkumpul tercatat dalam catatan lapangan, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data penelitian dengan cara turun ke lapangan tepatnya di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam metode observasi ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Yaitu pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan. Dengan melakukan observasi, peneliti berharap dapat mengumpulkan informasi yang lengkap dan akurat terkait pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

2. Wawancara

Wawancara terhadap informan sebagai sumber data dan informasi dilakukan dengan tujuan penggalan informasi tentang fokus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

penelitian. Wawancara ialah percakapan yang bertujuan, biasanya antara dua orang (tetapi kadang-kadang lebih) yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan. Wawancara yang dilakukan peneliti bertujuan untuk menanyakan secara langsung tentang pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian. Studi dokumentasi bertujuan untuk memperoleh atau mendapatkan data tertulis maupun foto mengenai gambaran umum Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, sejarah berdirinya, bangunan fisik, kegiatan, fasilitas, dan sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menguraikan keterangan-keterangan atau data-data yang diperoleh agar data-data tersebut dapat dipahami bukan saja oleh orang yang meneliti tetapi juga oleh orang yang ingin mengetahui hasil penelitian tersebut. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Interactive Model dari Miles dan Huberman (1992), yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu:

1. Pengumpulan data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi. Menurut Mantja dalam Harsono (20018), reduksi data berlangsung secara terus menerus sepanjang penelitian belum diakhiri. Produk dari reduksi data adalah berupa ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, maupun penambahan.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan. Menurut Sutopo (2008) menyatakan bahwa sajian data berupa narasi kalimat, gambar/ skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi.

G. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif faktor keabsahan data juga sangat diperhatikan karena suatu hasil penelitian tidak ada artinya jika tidak mendapat pengakuan terhadap hasil penelitian ini terletak pada keabsahan data penelitian yang telah dikumpulkan. Berpedoman kepada pendapat Lincoln & Guba, untuk mencapai *trustworthiness* (kebenaran), dipergunakan teknik kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas yang terkait dengan proses pengumpulan data dan



analisis data.

1. Kredibilitas (Keterpercayaan)

Pengujian ketepatan referensi terhadap data temuan dan interpretasi. Pada laporan penelitian, peneliti akan membedakan antara data yang dikumpulkan dari lapangan dan interpretasi peneliti terhadap data tersebut. Menurut Moleong, triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan data dapat memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang diperoleh dari penggunaan teknik pengumpulan data.

Melakukan triangulasi yaitu informasi yang diperoleh dari lapangan diperiksa secara silang. Dalam hal ini pemeriksaan secara silang data lapangan dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data observasi atau dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

2. Transferabilitas (*Transferability*)

Dalam pemeriksaan data penelitian, peneliti merujuk pada teori-teori yang dibaca atau merujuk dari kasus ke kasus lain, sehingga peneliti mendapatkan gambaran dan dapat menerapkannya.

3. Dependabilitas (*Dependability*)

Peneliti bersifat konsisten dalam melakukan penelitian. Seluruh kegiatan penelitian ditinjau ulang dengan memperhatikan data yang telah diperoleh dengan tetap mempertimbangkan kesesuaian dan kepercayaan data yang ada. Ketergantungan ditujukan terhadap sejauh mana kualitas proses dalam membuat penelitian, dimulai dari pengumpulan data, analisis data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Peneliti memastikan bahwa seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini terjamin kepercayaannya sebagai gambaran objektifitas atau suatu penelitian dan sebagai suatu proses akan mengacu pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

hasil penelitian. Untuk mencapai kepastian suatu temuan dengan data pendukungnya, peneliti menggunakan teknik mencocokkan atau menyesuaikan temuan-temuan penelitian dengan data yang diperoleh. Jika hasil penelitian menunjukkan bahwa data cukup berhubungan dengan penelitian, tentutemuan penelitian dipandang telah memenuhi syarat sehingga kualitas data dapat diandalkan dan dapat dipertanggung jawab.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

H. Jadwal Penelitian

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																				
		September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pengajuan Judul			■																		
2	Pembuatan Skripsi																					
3	Pengajuan Dosen Pembimbing				■																	
4	Bimbingan Proposal				■	■	■															
5	Seminar Proposal								■													
6	Revisi Hasil Seminar											■										
7	Pengajuan Riset													■								
8	Riset Lapangan														■							
9	Pengelolaan Data															■						
10	Penyusunan Skripsi																■					
11	Bimbingan Skripsi																	■				
12	Revisi Skripsi																				■	■

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Historis

Cikal bakal pesantren sudah ada sejak zaman penjajahan Belanda yang dimotori oleh KH. Kholil Bangkalan Madura, bahkan lahirnya bangsa Indonesia tidak lepas dari pondok pesantren yang akhirnya melahirkan Resolusi Jihad yang dimotori oleh KH. Hasyim Asyari. Maka tak heran jika dahulu jebolan pesantren bisa memiliki pengaruh yang luar biasa bukan hanya di nusantara namun juga di timur tengah. Oleh sebab itu kebutuhan akan pendidikan pesantren sangat diperlukan terlebih dengan kemajuan zaman dan teknologi yang arusnya tidak bisa dibendung lagi, juga maraknya belajar agama secara instan atau hanya menggunakan goggle untuk pedoman dan hanya sekedar *copy paste* tanpa belajar menggali langsung dari sumbernya. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena belajar ilmu agama harus memiliki mata rantai yang jelas sehingga ilmu yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan.

Madrasah Tsnawiyah Darul Arifin adalah salah satu lembaga pendidikan islam berbasis pondok pesantren terletak di Muaro Jambi yang di dalamnya terdapat tingkatan madrasah, mulai dari pendidikan anak usia dini, madrasah ibtidaiyah, madrasah tingkat menengah atau tsanawiyah dan juga madrasah tingkat atas atau aliyah.

Pendiri dari Pondok Pesantren Darul Arifin Muaro Jambi adalah DR. KH. Zainul Arifin, M.Ed, MA. Beliau lahir di Jombang, Jawa Timur pada tanggal 18 Januari 1988, beliau putra ke 3 dari 4 bersaudara. Pendidikan yang telah di tempuh beliau di antaranya pernah besekolah di MA (Madrasah Aliyah) di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Jombang Jawa Timut kemudian beliau melanjutkan dan mendapatkan beasiswa putra daerah ke jenjang pendidikan S-1 di Jakarta. Selanjutnya beliau berhasil terpilih mendapatkan beasiswa S-2 dan S-3 di Sudan, pulang ke

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Indonesia sempat di Jakarta, Palembang dan Lampung yang memutuskan tinggal di Jambi pada tahun 2015.

Beliau juga sering menghadiri berbagai undangan bukan hanya di dalam negeri akan tetapi juga di luar negeri seperti mengikuti pelatihan kurikulum bahasa arab di Ummul Qurro University Mekkah, undangan pertemuan ulama se-Asia di Selangor dan lain sebagainya. Keseharian beliau di samping mengajar pascasarjana Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Universitas Jambi juga Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif, beliau juga aktif mengisi seminar dan berbagai kegiatan kemasyarakatan seperti kajian-kajian keilmuan baik di masjid maupun perkantoran. Materi yang disampaikan beraneka ragam mulai dari Fiqh, Hadits, Tafsir, dan bidang keilmuan lainnya.

Sebelum berdirinya Pondok Pesantren Darul Arifin ini cikal bakal pesantren berawal dari pengajian dari masjid ke masjid yang diawali hanya dua jamaah. Sejalan bergantinya hari, jumlah jamaah terus bertambah dan antusias masyarakat semakin tinggi. Maka saat memasuki tahun ke lima tepatnya tanggal 5 Februari 2019 setelah istikharah panjang dan mendapatkan isyarat-isyarat kuat, maka dimulailah pesantren yang berawal dari empat santri kemudian semakin hari semakin banyak yang berdatangan hingga akhirnya ada yang memberikan satu unit rumah untuk dijadikan sebagai asrama atau tempat tinggal bagi santri-santri yang menuntut ilmu di pondok pesantren tersebut dan memanfaatkan masjid untuk ruang belajar.

Semakin tinggi nya minat masyarakat untuk mengaji menyebabkan asrama tidak mampu untuk menampung lagi, sehingga pada pertengahan Juli 2019 setelah idul adha, dimulailah pembangunan ruang kelas dan asrama.

Mengawali tahun kedua perjalanan Pondok Pesantren Darul Arifin, kepercayaan masyarakat semakin meningkat. Sehingga perlu dilakukan pengembangan maka pembangunan selanjutnya dilaksanakan di lokasi baru yaitu di Kelurahan Pijoan Kabupaten Muaro Jambi. Menjelang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Ramadhan 1442 H, tepatnya tanggal 11 April 2021/ 28 Sya'ban 1442 H, kegiatan pembelajaran telah dilaksanakan di lokasi yang baru. (Profil Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi)

2. Geografis

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi berada di Jl. Ness Desa Lemban Karas, Kelurahan Pijoan, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jamni, Provinsi Jambi Berdiri di atas tanah seluas 15,285 M². Akses menuju Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin dapat ditempuh menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Lokasi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi juga sudah berada berdekatan dengan tempat tinggal penduduk setempat dan juga telah beasimilasi dengan para penduduk setempat.

Struktur geografis Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi terbilang sangat baik. Mengingat Madrasah Tsanawiyah ini berada tidak jauh dari Kota Jambi, dan berdekatan dengan perumahan-perumahan penduduk setempat.

Dalam segi struktur bangunan yang ada Madrasah Tsanawiyah terbilang sudah cukup baik. Mengingat Madrasah Tsanawiyah ini merupakan sekolah berbasis pondok pesantren yang memiliki asrama untuk santri dan ruang kelas yang berbeda. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi juga tidak berada di tepi jalan lintas, sehingga hal ini menimbulkan dampak positif terhadap kegiatan belajar mengajar. Untuk ruang kelas, Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi memiliki ruang kelas yang berbeda bagi para siswa yang laki-laki dan perempuan, hal ini bertujuan untuk mensyiarkan bahwa laki-laki dan perempuan yang belum mahrom tidak boleh untuk terlalu sering berintraksi.

3. Visi dan Misi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin

a. Visi Madrasah

“Menjadi lembaga pendidikan islam yang unggulan dan terdepan dalam mencetak kader-kader pemimpin umat, yang berilmu pengetahuan luas dan berakhlak mulia.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

b. Misi Madrasah

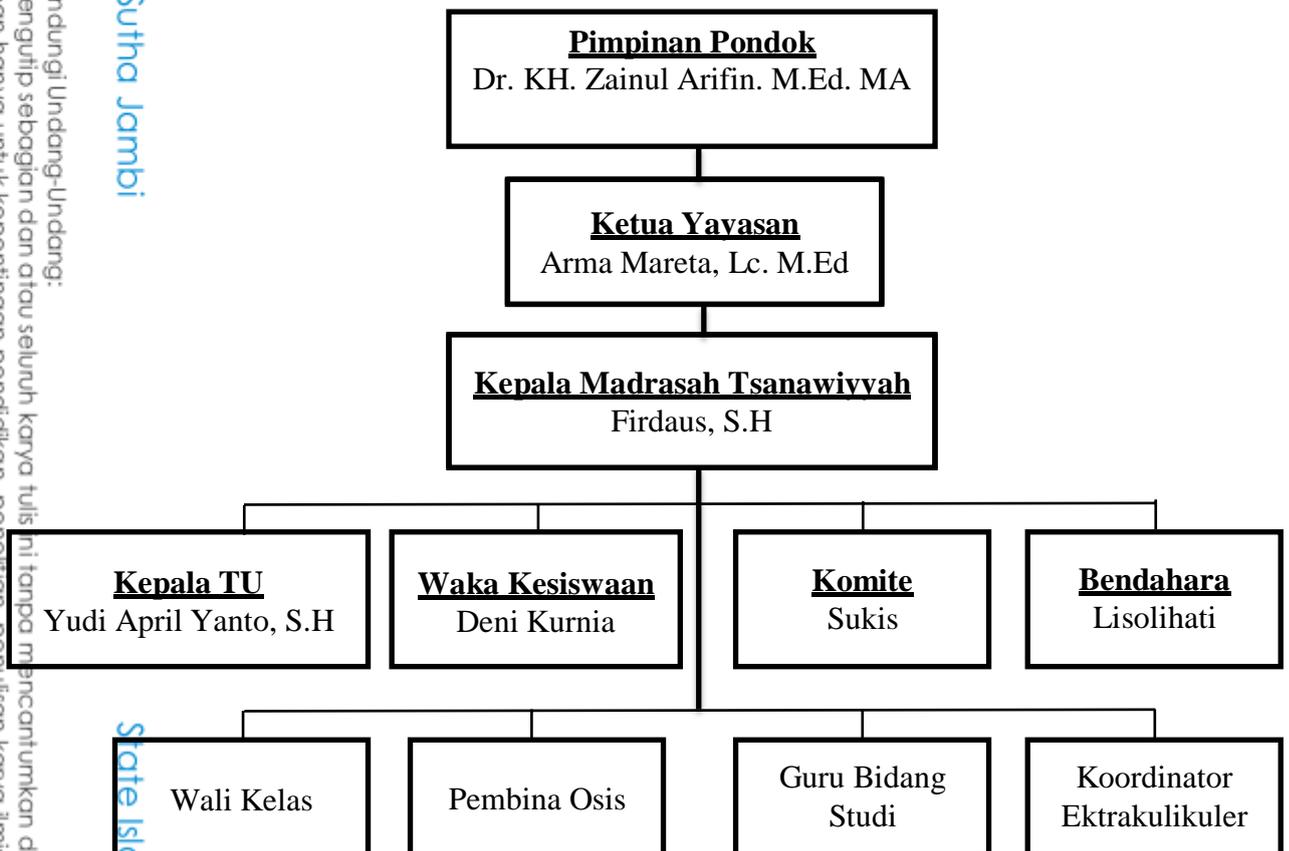
1. Membentuk generasi yang berbudi luhur dan unggul untuk terwujudnya generasi Khaira Ummah.
2. Mendidik santri yang cerdas secara IPTEK dan IMTAQ.
3. Mengkualitaskan Sirah Nabawiyah dalam berbagai aspek kehidupan.
4. Mampu bersaing dalam menggali dan mengaplikasikan ilmu-ilmu dunia dan ilmu-ilmu akhirat dalam rangka amar ma'ruf nahi mungkar dan berlomba-lomba dalam kebaikan.
5. Memadukan filosofi islam dan ilmu pengetahuan modern untuk mengembangkan daya nalar brfikir kritis, kreatif dan inovatif untuk menjawab berbagai problematika perkembangan zaman.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menjadi suatu hal yang memiliki peran yang cukup penting terhadap suatu keberhasilan daris sebuah lembaga pendidikan. Struktur organisasi juga memiliki peranan sebagai suatu kerangka pembangunan dan juga sebagai alat untuk mengelompokan tugas dari individu yang ada di sebuah organisasi tersebut. Tugas apapun yang terdapat di suatu lembaga, baik di lembaga pendidikan atau lembaga-lembaga-lembaga lainnya harus di organisir dengan baik agar tugas tersebut berjalan dengan baik.

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi merupakan lembaga pendidikan yang memliki berbagai kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan pendidikan. Untuk mengatur, menyusun, dan menjalankan kegiatan agar dapat berjalan dengan lancar dan teroganisir maka diperlukan suatu organisasi untuk pembagian tugas secara merata dan professional, berikut struktur organisasi beserta masing-masing jabatannya.

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin



5. Keadaan Guru dan Peserta Didik

a. Keadaan Guru Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin

Keadaan guru atau tenaga pendidik serta staf-staf yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi terdiri dari 18 orang tenaga pendidik dan staf-staf. Tenaga pendidik yang ada di madrasah tsanawiyah terdiri dari tenaga pendidik yang memiliki jenjang pendidikan bermacam-macam yang telah memenuhi standar kualifikasi, mulai dari strata 1 (sarjana) dan strata 2 (magister).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
JEMBER

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Tabel 4.2

Nama-nama Ustadz/Ustadzah Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin
Muaro Jambi Tahun 2022

No	Nama Guru	Lulusan/ Alumni
1	Rikki Arisandi, M.H	S-2 Universitas Ibrahimy Situbondo/ Pondok Pesantren As'as Kota Jambi
2	Wisnu Ryan, M.Ag	S-2 Universitas Ibrahimy Situbondo/ Pondok Pesantren As'as Kota Jambi
3	Firdaus, S.H	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Ma'had Al-Jami'ah UIN Sulthan Thaha Saifuddin
4	Istiqomariah, S.Pd	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Pondok Pesantren Riyadhul Ulum
5	M. Yogi Sandra, S.Ag	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Pondok Pesantren As'ad Kota Jambi
6	Yudi April Yanto, S.H	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Ma'had Al-Jami'ah UIN Sulthan Thaha Saifuddin
7	Gusniarita, S.Pd	S-1 Universitas Jambi
8	Nurmasanah Dalimunte, S.E	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Pondok Pesantren Zulhijjah Batanghari
9	Muhtarom, S.H	S-1 Universitas Darussalam/ Pondok Modern Gontor
10	Lisa Novita Sari, S.Pd	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

11	Bella Triya Amanda, S.Pd	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Pondok Pesantren As'ad Kota Jambi
12	Siti Zakiah, S.Pd	S-1 STAI SMQ Bangko/ Pondok Pesantren Azzakariyah Merangin
13	Ulya Anisa Unasecha, S.Sos	S-1 UIN Wallisongo Semarang
14	Tatik Kamila, S.Ag	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
15	Riri Gusti, S.Hum	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ Pondok Pesantren As'ad Kota Jambi
16	Ulfa Satira, S.Ag	S-1 Universitas Ibrahimy Situbondo
17	Leni Safitri, S.E.Sy	S-1 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
18	Hurpati Jannah, S.Pd.I	S1- STAI Al-Aziziyyah Samalanga

b. Keadaan Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin

Peserta didik merupakan salah satu elemen yang sangat penting di dalam lembaga pendidikan. Peserta Didik selaku objek pendidikan haruslah mendapatkan suatu edukasi yang berkelanjutan, oleh karena itu, peserta didik haruslah amat sangat di perhatikan oleh pihak lembaga pendidikan. Adapun Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi memiliki 687 orang peserta didik, yang mana hal ini terdiri dari 420 putra dan 267 putri sebagaimana yang dirincikan di bawah ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4.3

Lampiran Jumlah Siswa/I Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro
Jambi Tahun 2022

Kelas	Putra	Putri
VII	234	135
VIII	130	106
IX	55	26
Jumlah	420	267
Total	687	

6. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu hal yang penting untuk memperlancar proses pembelajaran demi tercapainya sebuah tujuan pendidikan, semakin baik sarana yang dimiliki sekolah maka semakin banyak juga pelanggan yang berminat untuk melakukan kegiatan pembelajaran di sekolah tersebut.

Sarana pendidikan adalah alat dan perlengkapan yang secara tidak langsung dipergunakan dan menunjang proses pendidikan khususnya proses belajar mengajar, contohnya ruang kelas, buku, perpustakaan dan sebagainya. Sedangkan prasarana pendidikan adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang keberlangsungan proses pendidikan atau pengajaran, seperti halaman, kebun, taman sekolah, jalan menuju sekolah.

Berdasarkan hasil observasi yang ditemukan peneliti pada saat ke lokasi penelitian adalah Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yang berdiri sejak 2019 telah banyak mempunyai sarana dan prasarana. Adapun sarana dan prasarana yang dimiliko oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi untuk menunjang kegiatan proses belajar mengajar yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Sarana dan Prasarana di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi

No	Sarana dan Prasarana	Keterangan
1	Ruang Belajar	Baik
2	Kantor Guru	Baik
3	Perpustakaan	Baik
4	Kipas Angin	Baik
5	Printer	Baik
6	Komputer	Baik
7	Papan Tulis	Baik
8	Meja Belajar	Baik
9	Meja Guru	Baik
10	Kursi Guru	Baik
11	Papan Mading	Baik
12	Kitab	Baik
13	AC	Baik
14	Sound Sistem	Baik
15	Bel	Baik
16	Masjid	Baik
17	Sarana Wudhu	Baik
18	Aula Serbaguna	Baik
19	Kantin	Baik
20	Perpustakaan	Baik
21	Gedung Perkantoran	Baik
22	Mualaf Center	Baik
23	Infocus di setiap Kelas	Baik
24	UKS (P3K)	Baik
25	Lapangan Futsal	Baik
26	Lapangan Bulu Tangkis	Baik
27	Tenis Meja	Baik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

28	Depot Air Minum	Baik
28	Pos Satpam	Baik
29	Asrama	Baik

B. Temuan Khusus

1. Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu dalam rangka mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran diperlukan dalam rangka memudahkan pencapaian tujuan pemasaran suatu lembaga, oleh karena itu setiap lembaga haruslah memiliki strategi-strategi dalam memasarkan lembaganya.

Secara garis besar fungsi melakukan strategi pemasaran diantaranya adalah meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan, koordinasi pemasaran yang lebih efektif, merumuskan tujuan organisasi, dan pengawasan kegiatan pemasaran. Sedangkan tujuan dari melakukan strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran, sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan, sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran, dan untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran. (Haque-fawzi et al., 2022:11)

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, maka dalam rangka pengumpulan data dalam penelitian ini maka peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini yang berada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Jambi. Dalam hal ini peneliti menjelaskan sejauh mana strategi pemasaran yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

Strategi yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi dalam memasarkan lembaganya melalui pemasaran internal dan juga pemasaran eksternal. Pemasaran internal adalah aktivitas normal yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam mempersiapkan produk, menetapkan harga, melakukan distribusi informasi, dan mempromosikan produk jasa yang bernilai kepada pelanggan, sedangkan pemasaran eksternal yaitu tugas dan fungsi yang diemban oleh lembaga pendidikan dan kependidikan serta siswa sebagai asset utama organisasi agar dapat melayani pelanggan dengan maksimal. (Labaso, 2019:294)

Sejalan dengan teori di atas dan sebagaimana yang telah disampaikan oleh kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin yaitu Ustad Firdaus, S.H sebagai berikut:

“Pada awal pendirian Pondok Pesantren Darul Arifin ini terutama Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin hanya melakukan pemasaran dari mulut ke mulut tapi semakin banyaknya minat masyarakat terhadap lembaga ini maka kita melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan melalui dua jenis pemasaran yaitu pemasaran yang dilakukan oleh santri dan para guru ataupun staf-staf, sedangkan secara eksternal biasanya kita memasarkannya menggunakan brosur yang di cetak dan di unggah ke media sosial seperti instagram dan facebook, dan juga kalender.” (wawancara, 07 Desember 2022)

Sebagaimana juga yang dikatakan oleh Ustadzah Zahro selaku panitia PPDB tahun 2022:

“Sebagai pihak internal pemasaran madrasah, staf-staf guru melakukan promosi dari media sosial mereka dan juga melakukan promosi dari mulut ke mulut serta memberikan ilmu yang bermanfaat bagi santri agar dapat berguna bagi masyarakat dan saat para santri libur semester pihak sekolah menitipkan brosur, kalender sebagai bahan promosi di lingkungan mereka.” (wawancara, 15 Desember 2022)

Pemasaran internal merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dari dalam suatu lembaga pendidikan. Secara internal, dapat diketahui



bahwa madrasah tsanawiyah darul arifin muaro jambi melakukan pemasarannya dengan berbagai hal. Mulai dari penanaman mata pelajaran atau ilmu-ilmu agama yang bermanfaat bagi masyarakat pada diri santri yang dapat meningkatkan atau ketertarikan terhadap madrasah tsanawiyah darul arifin dan juga memberikan himbauan kepada guru dan staf-staf pendidik untuk ikut serta melakukan pemasaran mengenai madrasah tasanawiyah ini.

Strategi pemasaran secara eksternal adalah strategi yang dilakukan di luar pada suatu lembaga. Pada pemasaran eksternal ini, sebuah lembaga pendidikan dapat mencakup objek atau pasar yang lebih luas. Dalam melakukan pemasaran madrasah tsanawiyah darul arifin muaro jambi melakukannya dengan berbagai cara, mulai dari penyebaran brosur, pembagian kalender, dan juga pemasangan spanduk yang berisikan informasi mengenai madrasah tsanawiyah darul arifin.

b. Bauran Pemasaran

Sebuah lembaga pendidikan perlu memiliki cara agar berhasil dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan pelanggannya. Untuk menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga pendidikan menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Buchari Alma (2005) bauran pemasaran jasa pendidikan ada tujuh konsep yaitu *product, price, place, promotion, person, physical evidence, dan process*. Ketujuh strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di atas sangat mempengaruhi satu sama lain sehingga semuanya penting yang berfungsi sebagai pedoman dalam melakukan pemasaran. (Faiqoh, 2020, p. 51)

Berikut ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. *Product* (produk)

Produk yang diberikan Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi kepada konsumen berupa pelayanan dalam bentuk pengetahuan yang sangat baik dan selalu di usahakan yang terbaik terhadap para siswanya. Semua ini diharapkan agar nantinya para siswa madrasah tsanawiyah darul arifin muaro jambi mampu untuk menjadi orang yang bermanfaat bagi agama, bangsa, dan negara. Hal ini di tunjukan dengan dengan membekali para siswa agar mampu untuk unggul di banyak bidang baik intrakulikuler ataupun ekstrakulikuler.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama kepala madrasah yaitu ustadz Firdaus, S.H mengenai produk intrakulikuler yang terdapat di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi beliau mengatakan bahwa

“Karena Madarasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi ini berbasis pondok pesantren dimana pembelajaran yang diberikan adalah menggunakan kurikulum kementrian agama dan juga kurikulum klasik berupa pembelajaran Al-Quran, kitab-kitab kuning, akhlak, dan bahasa yang insyallah dapat berguna bagi generasi khairu ummah” (wawancara, 07 Desember 2022)

Hal ini juga serupa yang dikatakan oleh panitia PPDB 2022 yaitu Ustadzah Zahro mengatakan bahwa:

“produk utama yang diberikan pihak madrasah kepada siswa siswi adalah Al-Quran, bahasa, dan ahklak, karena dasar madrasah ini adalah pondok pesantren maka siswa siswi dituntut untuk menguasai bahasa selain bahasa Indonesia yaitu bahasa arab dan bahasa inggris” (wawancara, 15 Desember 2022)

Seperti yang dikatakan oleh salah satu siswi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi kelas VII yaitu Nindia Khumaira yang mengatakan:

“semenjak masuk ke Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi ini, Alhamdulillah saya merasakan banyak perubahan dalam diri menuju hal lebih baik dan juga lebih disiplin. Banyak kegiatan dan pelajaran bermanfaat yang kami dapat saat bersekolah disini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

yang mungkin berbeda dari sekolah lainnya.” (wawancara, 15 Desember 2022)

Produk pada bidang intrakulikuler yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi salah satunya adalah bahasa, karena basic madrasah tsanawiyah ini pondok pesantren dimana lembaga ini sangat mengutamakan penguasaan bahasa asing terutama bahasa inggris dan bahasa arab. Berdasarkan hasil observasi peneliti yang dilakukan penulis di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi bahwa pada kesehariannya siswa siswi di wajibkan berbahasa inggris dan berbahasa arab saat berintraksi.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ustadzah yang mengajar di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi mengenai produk ekstrakulikuler yang terdapat di madrasah tsanawiyah ini beliau mengatakan bahwa:

“untuk kegiatan ekstrakulikuler biasa dilakukan pada hari minggu dan kegiatan ekstrakulikuler di madrasah ini cukup banyak seperti jurnalistik, futsal, bulu tangkis, voli, membatik, berkebun, hadroh, pramuka, tilawah seperti yang bisa dilihat di brosur yang ada. Ektrakulikuler yang menonjol di madrasah tsanawiyah ini adalah pramuka dimana kegiaian pramuka di Madrasah Tsanawiyah ini sudah sering mengikuti lomba dan Alhamdulillah pernah meraih gelar juara” (wawancara, 13 Desember 2022)

Alodia Nesya Ariela selaku siswi kelas VII Tsanawiyah mengatakan bahwa:

“untuk kegiatan ekstrakulikuler sendiri dilaksanakan pada hari minggu dimulai dari jam 09:50 sampai jam 11:30 lalu dilanjutkan kembali pada jam 13:30 sampai jam 14:15. Kegiatan ekskul ini sudah diberikan jadwal perkelas jadi setiap jam akan berganti kegiatan ekskulnya” (wawancara, 15 Desember 2022)

Data di atas sebagaimana penulis temukan ketika melakukan observasi di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, penulis mendapatkan jadwal dari kegiatan ekstrakuliluler yang ada di madrasah tsanawiyah tersebut. Mulai dari kegiatan muhadaroh yang dilaksanakan pada malam minggu, dan jadwal kegiatan ekstrakulikuler yang telah di



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berikan sekolah. Dalam melakukan pemasaran produknya sendiri penulis menemukan bahwa Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi telah memasarkan prosuknya dengan memperkirakan lima tingkat produk dalam melakukan penawaran pasar, yang mana kelimanya membentuk hirarki nilai pelanggan.

Tingkat paling dasar adalah manfaat ini (benefit) yaitu jasa yang sesungguhnya dibeli oleh pelanggan. Pada tingkatan kedua, pemasar harus merubah manfaat inti tersebut menjadi prosuk generic atau dasar. Pada tingkat ketiga, pemasar menyiapkan suatu produk yang diharapkan. Pada tingkat ke empat pemasar menyiapkan produk yang ditingkatkan/ produk pelengkap yang dapat memenuhi keinginan pelanggan melampaui harapan merka. Dan pada tingkat kelima terdapat produk potensial yang mencakup semua peningkatan dan transformasi yang akhirnya akan dialami produk tersebut di masa depan. (Tanama, 2017:73)

2. *Price* (harga)

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ustadz Firdaus S.H selaku kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi mengenai penentuan harga yang ada di madrasah tersebut, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk biaya masuk ke madrasah tsanawiyah ini karena basic madrasah ini adalah pondok pesantren maka untuk biaya awal masuk sendiri standard di bandingkan madrasah yang berbasis pondok lainnya. Untuk biaya masuk di madrasah ini dari tahun ke tahun mengalami kenaikan karena menyesuaikan dengan kebutuhan pokok yang semakin hari semakin naik. Untuk biaya masuk pada tahun ajaran 2022/2023 adalah sekitar 8 jutaan dan untuk SPP perbulan itu satu juta rupiah. Biaya ini sudah termasuk uang pembangunan, uang asrama seperti makan, listrik, air, dan laundry.” (wawancara, 07 Desember 2022)

Hal serupa jua disampaikan oleh salah satu panitia PPDB tahun 2021/2022 sebagai berikut:

“untuk di pondok pesantren ini khususnya madrasah tsanawiyah darul arifin muaro jambi biaya masuk nya termasuk standard, dimana fasilitas yang diberikan dan juga karena madrasah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengiklankan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tsanawiyah ini berbasis asrama jadi harga yang diberikan sudah cukup terjangkau.” (wawancara, 13 Desember 2022)

Nindia Khumaira selaku siswa madrasah tsanawiyah kelas VII ketika ditanyakan mengenai biaya yang dikeluarkan dengan apa yang didapatkan saat di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, dia mengatakan bahwa:

“biaya nya menurut saya sudah terjangkau untuk fasilitas yang diberikan oleh madrasah, karena dibandingkan dengan madrasah tsanawiyah berbasis pondok pesantren lainnya madrasah ini sudah sangat bagus” (wawancara, 15 Desember 2022)

Dalam melakukan pemasarannya, harga merupakan salah satu hal yang menjadi aspek penting, yang mana biasanya masyarakat akan mempertanyakan hal ini. Dalam hal harga, untuk mengimbangi dan memenuhi kebutuhan madrasah tsanawiyah berbasis pondok pesantren dimana siswa siswi nya tinggal di asrama, Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi memberikan harga yang relatif standard mengingat fasilitas dan kualitas yang diberikan oleh madrasah kepada siswa siswinya, dan hal ini berdasarkan perbandingan-perbandingan dengan madrasah tsanawiyah berbasis pondok lainnya yang kurang lebih sama biaya masuknya dengan Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

3. *Place* (tempat/lokasi)

Berdasarkan hasil wawancara bersama kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yaitu Ustadz Firdaus S.H dan Ustadz Yudi April Yanto S.H selaku kepala tata usaha atau pihak pengelola, mengenai pandangan beliau terhadap lokasi madrasah ini beliau mengatakan bahwa:

“menurut kami, lokasi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi ini sudah cukup strategis karena terletak di dekat jalan lintas sumatera dan dekat juga dengan Kota Jambi. Jadi walaupun berada di dekat kota tetapi tempat ini tidak terlalu berisik seperti di kota. Jalurnya sendiri strategis karena banyak perumahan-perumahan yang berada di sekitar lokasi melewati jalan ini, dan karena Madrasah ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berada di dekat jalur penghubung antara Kabupaten Muaro Jambi ke Kota Jambi dan Kabupaten Batanghari.” (wawancara, 13 Desember 2022)

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi secara geografis memiliki lokasi yang sangat strategis. Hal ini dikarenakan madrasah ini terletak di jalur lintas daerah dan berada di bawah nanungan pemerintah kota, tetapi lokasi ini tidak berada di tengah kota sehingga suasana di sekitarnya sangat tenang.

Lokasi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi setelah penulis amati terbilang cukup strategis secara geografis madrasah ini tidak jauh dari jalan utama kurang lebih sekitar 700 m untuk jarak tempuhnya. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin ini juga masih terbilang mudah di jangkau oleh para stakeholder dan untuk proses kegiatan belajar mengajar juga lebih efektif dikarenakan lokasi madrasah ini berada di daerah tidak terlalu ramai.

4. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang menjadi ujung tombak dari sebuah pemasaran, berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu panitia PPDB 2022 yaitu Ustadzah Zahro mengenai promosi yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, beliau mengatakan bahwa:

“dalam hal promosi yang dilakukan oleh pihak pondok pesantren khususnya madrasah tsanawiyah biasanya menggunakan media sosial dimana di media sosial tersebut memuat informasi tentang kegiatan-kegiatan yang ada disini. Selain itu juga antara desember sampai januari biasanya kita menyebarkan kalender, dan brosur.” (wawancara, 15 Desember 2022)

Promosi merupakan salah satu aspek yang menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran yang ada di suatu lembaga pendidikan. jika tidak ada suatu promosi dari suatu lembaga, maka mau sebaik dan sebagus apapun produk atau hal-hal lain yang ditawarkan oleh lembaga tersebut tidak akan sampai kepada para produsennya. Promosi yang dilakukan oleh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi biasanya dilakukan dengan berbagai macam cara promosi, yaitu sebagai berikut:

a. Brosur

Brosur adalah selebaran yang berisi informasi terhadap suatu hal. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi di setiap tahunnya menyebarkan brosur ke berbagai tempat dan mengupload brosur ke media sosial juga membagikannya kepada santri ketika libur semester ganjil. Seperti yang telah peneliti amati, brosur ini sendiri berisikan informasi diantaranya adalah informasi jadwal pendaftaran, syarat-syarat pendaftaran, fasilitas yang tersedia, kegiatan sehari-hari, program pendidikan, dan kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

b. Kalender

Kalender merupakan media cetak lainya yang digunakan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi untuk promosi, kalender ini biasanya disebar oleh pihak madrasah pada saat orang tua siswa siswi berinfag ke pondok pesantren atau pada saat siswa siswi libur semester.

c. Media Sosial

Selain tiga media promosi di atas, media sosial memiliki peran yang juga sangat penting dalam mempromosikan Pondok Pesantren khususnya Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Pada media sosial ini biasanya madrasah tsanawiyah menyebarkan informasi-informasi terkait kegiatan sehari-hari siswa hal ini untuk menjadi bahan promosi di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Media sosial yang di gunakan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi samapi saat ini diantaranya adalah instagram, facebook, twitter, dan juga blog.

5. *Person* (orang)

Sumber daya manusia atau guru dan staf yang berada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi menurut apa yang disampaikan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam wawancara bersama Kepala Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin bahwa:

“guru yang berada di madrasah tsanawiyah ini pilih melalui kualifikasi pendidikannya, yang disesuaikan dengan kebutuhan yang ada, dan misalnya dibutuhkan tenaga pendidik bahasa arab, jadi kualifikasinya di sesuaikan dengan basic bahasa arab, lalu di andalkan seleksi bahan, setelah itu tes masuk yang didalamnya ada tes wawasan kebangsaan, akademik, baca Al-Quran, dan pemahaman agama. Di madrasah Tsanawiyah Darul Arifin ini juga mewajibkan guru dan staf untuk tinggal di asrama” (wawancara, 07 Desember 2022)

Hal ini juga serupa yang disampaikan oleh Ustadz Yudi April Yanto selaku kepala Tata Usaha atau pihak pengelola madrasah beliau berkata:

“untuk pemilihan guru, kita termasuk yang sangat selektif dalam pemilihan kualitas guru. Pada tahap pemilihan biasanya akan langsung di tes beberapa tahap oleh pihak pendiri pesantren baik tentang agama, umum, ataupun praktek mengajarnya. Setelah itu baru bisa didiskusikan kembali oleh pihak pengelola, juga di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin ini masih kekurangan tenaga di bagian pendataan sekolah dan siswa jadi jika ada yang ingin melamar mungkin pihak pengelola akan sangat bersedia menerima” (wawancara, 13 Desember 2022)

Alodia Nesya Ariela selaku santri putri kelas VII tsanawiyah berpandangan bahwa:

“untuk guru disini saya merasa asik sama gurunya, gurunya juga saat menjelaskan pelajaran mudah dipahami, dan ketika belajar pun masih terasa nyaman walau kadang-kadang ada yang tegas juga” (wawancara, 15 Desember 2022)

Person atau yang sering disebut sebagai sumber daya manusia di dalam suatu lembaga pendidikan merupakan civitas akademik yang meningkatkan citra lembaga tersebut, dan tentunya hal ini nantinya akan berpengaruh terhadap minat dan kepercayaan konsumen terhadap lembaga pendidikan tersebut. Dengan kata lain semakin baik sumber daya manusia



nya yang dimiliki oleh suatu lembaga maka akan semakin banyak pula peminat dan kepercayaan konsumen terhadap lembaga tersebut.

Tenaga pendidik yang berada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi, memiliki kualifikasi yang sangat baik pada bidangnya. Hal ini dibuktikan dengan kualifikasi pendidik dan tenaga kependidikan yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yang berasal dari sarjana strata 1, magister baik dari universitas dari Provinsi Jambi sampai universitas di luar Jambi, dan kebanyakan guru ataupun staf di madrasah ini sebelumnya berasal dari alumni pondok pesantren dimana sesuai dengan basic Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yang berbasis pondok pesantren. Selain itu adanya ujian bagi para tenaga pendidik juga membuktikan bahwa kualitas tenaga pendidik di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi sangat di fikirkan dengan baik oleh pihak lembaga pendidikan.

6. *Physical Evidence* (fasilitas/sarana fisik)

Salah satu sarana fisik yang telah diberikan oleh madrasah ini pada siswa dan orang tua siswa sebagai pelanggan jasa pendidikan yaitu berupa sarana dan prasarana serta fasilitas yang memadai dalam menunjang kegiatan belajar mengajar. Madrasah Tsanawiyah ini juga terus melakukan pembangunan dan perbaikan untuk ruang kelas yang ada.

Berdasarkan hasil observasi dan data yang penulias dapatkan sarana dan prasarana yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi diantaranya yaitu berupa ruang kelas, kantor guru, perpustakaan, ruang komputer, ruang TU, masjid, kantin, aula serba guna, pos satpam, lapangan yang luas, dan asrama. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi juga memfasilitasi kelas dengan *infocus* dan juga tersedia WiFi sebagai penunjang kerja guru dan selama proses belajar mengajar berlangsung. Adapun sistem kearsipan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi sejauh ini menggunakan dua cara yaitu dengan manual dan digital, agar data-data yang ditulis manual jika hilang bisa tersimpan dikomputer dan begitu juga sebaliknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Kondisi setiap masing-masing kelas sudah cukup memadai, sebagaimana ungkapan dari pihak pengelola yaitu Ustad Yudi April Yanto S.H beliau mengatakan:

“sarana dan prasarana sekolah tentunya mengalami peningkatan dan perbaikan seperti misalnya pada awal tahun berdirinya Madrasah ini hanya memakai masjid sebagai sarana belajar tapi sekarang sudah memakai kelas untuk kegiatan belajar, walaupun masih ada sebagian yang masih menggunakan masjid sebagai sarana belajar tapi Insyaallah segera dalam waktu dekat akan belajar di kelas karena ruang belajar masih dalam tahap pembangunan” (wawancara, 13 Desember 2022)

Senada juga yang disampaikan oleh siswi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi yaitu Nindia Khumairo kelas VII:

“sarana dan prasarana yang ada di Madrasah Tsanawiyah ini sudah lumayan lengkap, mulai dari kelas, perpustakaan, dan juga ruang komputer juga ada disini. Walaupun kami berada di asrama tapi dengan fasilitas disini kami bisa belajar dengan baik.” (wawancara, 15 Desember 2022)

Dari beberapa pernyataan di atas dan dari hasil observasi penulis memperoleh kesimpulan bahwa fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin terus mengalami perkembangan dan kemajuan di setiap tahunnya, hal ini dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh siswa, guru bahkan orang tua siswa. Dokumen-dokumen sekolah juga tersimpan dengan rapih dalam database di komputer, tercetask dalam kondisi yang baik.

7. *Process* (proses)

Proses penyelenggaraan kegiatan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin menerapkan pendidikan berbasis pondok pesantren dimana kegiatan belajar mengajar sudah dilakukan pada pukul 06.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB. Berikut tabel jadwal kegiatan siswa Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4.5

Proses Kegiatan Belajar Mengajar di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi

No	Jam	Kegiatan
1	06.00-07.30	Setoran hafalan Al-Quran dan belajar Tahsin
2	07.30-09.00	Kegiatan pribadi
3	09.00-09.50	Mufrodat Muhadatsah
4	09.50-10.35	KBM
5	10.45-11.30	KBM
6	11.30-13.30	ISHOMA
7	13.30-14.15	KBM
8	14.25-15.15	KBM
9	15.15-20.10	ISHOMA dan Kegiatan Pribadi
10	20.15-21.00	KBM, Hari Minggu kegiatan muhadarah

Secara umum tabel diatas menjelaskan kegiatan-kegiatan yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi dan wajib bagi pada siswa untuk mengikuti seluruh kegiatan tersebut dari awal hingga akhir, dan kegiatan belajar mengajar dilakukan pada hari senin, selasa, rabu, kamis, sabtu, dan minggu. Pada hari jumat siswa libur dan pada hari minggu kegiatan siswa yaitu ekstrakurikuler.

2. Faktor Pendukung dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi

Dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi tentunya akan ada faktor pendukung dalam pelaksanaan tersebut. Adapun faktor pendukung yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi sesuai hasil observasi peneliti meliputi:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- a. Guru yang mengajar sesuai bidangnya masing-masing, sebagaimana yang disampaikan oleh kepala madrasah tsanawiyah yaitu Ustadz Firdaus S.H beliau mengatakan:

“guru yang berada di madrasah tsanawiyah ini pilih melalui kualifikasi pendidikannya, yang disesuaikan dengan kebutuhan yang ada, dan misalnya dibutuhkan tenaga pendidik bahasa arab, jadi kualifikasinya di sesuaikan dengan basic bahasa arab”

Sumber daya manusia yang berada di madrasah adalah guru yang mengajar dan membimbing para siswa/I dalam bidang pendidikan. Jika guru yang mengajar sesuai dengan keahlian maka hal ini besar kemungkinan akan meningkatkan pelanggan dan minta dari masyarakat bertambah.
- b. Mempunyai media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan sekolah. Berdasarkan hasil dari observasi peneliti pada media sosial yang dimiliki madrasah tsanawiyah ini, Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Mauro Jambi memiliki media pemasaran berupa website (https://darularifin_jambi.ponpes.id), instagram (@darularifin_jambi), facebook (Pondok Pesantren Darul Arifin Jambi). Media sosial ini membantu masyarakat mengetahui kegiatan dan program apa saja yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi. Dengan adanya media sosial ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah ini.
- c. Letak yang sangat strategis sehingga bisa dijangkau dengan mudah. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa lokasi yang di pilih oleh Madrasah Tsanawiyah ini terbilang cukup stategis dan mudah di akses. Jalan menuju madrasah hanya 700 m dari jalan utama sehingga dapat memudahkan para pelanggan pendidikan melihat keadaan madrasah.
- d. Kualitas yang semakin bagus dengan biaya yang relatif standar. Sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala madrasah yaitu Ustadz Firdaus S.H beliau mengatakan:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

“untuk biaya masuk awal yaitu sebesar 9 juta rupiah dan SPP perbulan sebesar satu juta rupiah, hal yang termasuk di dalamnya adalah biaya pembanguna, makan, listrik, air, dan laundry”

Berdasarkan hasil wawancara di atas penulis mengetahui bahwa biaya yang dibutuhkan untuk bersekolah di madrasah ini cukup terbilang standard dengan keadaan yang semakin lama semakin mahal.

3. Faktor Penghambat dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi

Pemasaran jasa pendidikan pada Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi mengalami proses panjang untuk merebut pasar dan membangun citra yang positif di tengah masyarakat, namun demikian proses tersebut mengalami sejumlah tantangan yang menjadi hambatan dalam optimalisasi kinerja pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa pendidikan dan melaksanakan proses pemasaran tentunya ada kendala didalamnya, kendalanya yaitu dari segi tenaga, waktu, dan kesempatan serta pelaksanaan. Adapaun faktor penghambat di madrasah ini meliputi:

a. Belum adanya SDM khusus bidang pemasaran

Dalam proses pemasaran jasa pendidikan, untuk melakukan pemasaran secara optimal maka pihak sekolah harus menentukan sumber daya manusia yang inovatif dan professional dibidang pemasaran. Belum adanya pihak pengelola khusus yang menangani dan yang bertanggung jawab dalam bidang pemasaran menjadikan salah satu faktor penghambat dalam memasarkan jasa pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala madrasah yaitu Ustadz Firdaus S.H beliau mengatakan:

“untuk pemasaran yang dilakukan oleh madrasah tsanawiyah ini memang belum dikhususkan atau belum ditetapkan siapa yang bertanggung jawab, jadi disini semua sumber daya manusia terlibat untuk memasarkan jasa pendidikan”

Sejalan juga yang dikatakan oleh Ustadzah Zahro selaku salah satu panitia PPDB 2022, beliau mengatakan:

“disini madrasah belum ada tim khusus untuk masalah promosi, karena untuk kegiatan pemasaran ini dilakukan oleh seluruh sumber daya

manusia yang ada seperti guru, pihak pengelola madrasah maupun siswa madrasah.”

Tujuan dari terbentuknya sumber daya manusia khusus yang menangani dan bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan adalah untuk menciptakan dan melaksanakan aktivitas pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Dengan adanya sumber daya manusia khusus dalam bidang pemasaran diharapkan dapat mampu melakukan strategi pemasaran yang lebih bervariasi dan lebih optimal contohnya seperti melakukan promosi atau pengenalan kesekolah-sekolah lain yang ada di Kota Jambi dengan tujuan meningkatkan pelanggan.

b. Pesaing (*competitor*)

Terminology persaingan atau kompetisi (*competation*), pada awalnya merupakan kosa kata yang akrab dalam bidang ilmu atau aktifitas yang bersifat ekonomi. Akan tetapi seiring dengan perkembangan waktu, kata persaingan ini telah merambah pula pada bidang-bidang lain seperti sosial, budaya, bahkan sampai bidang pendidikan.

Adapun kendala yang terjadi karena faktor eksternal madrasah yaitu adanya pesaing dengan sekolah lain dan masyarakat yang memilih bersekolah di tempat lain dengan alasan Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi merupakan sekolah berbasis pondok pesantren dimana siswa/I wajib berasrama sehingga anak jauh dari orang tua. Hal ini yang menjadi faktor penghambat kurangnya minat masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah yang berbasis pesantren dan lebih memilih sekolah yang negeri.

Selanjutnya juga masih ada masyarakat yang belum begitu mengenal tentang pentingnya menyekolahkan anak ke pendidikan berbasis agama atau madrasah dan masih adanya siswa yang kurang berminat untuk menuntut ilmu di madrasah berbasis pondok pesantren sehingga mereka memilih sekolah lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala madrasah tsanawiyah yaitu Ustadz Firdaus S.H, beliau mengatakan:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

“pada saat ini masih banyak masyarakat yang belum tau pentingnya menyekolahkan anak ke madrasah berbasis pondok peantren dan adanya orang tua yang belum mampu berjauhan dengan anak-anak mereka. Banyak calon siswa yang kurang berminat terhadap madrasah berbasis pondok pesantren yang pelajarannya jauh berbeda dengan sekolah lainnya contohnya sekolah negeri.”

Pesaing dalam bidang pendidikan makin kesini semakin ketat, pihak sekolah juga menciptakan produk dan menawarkan kepihak pelanggan sesuai dengan sebenarnya, ini adalah strategi untuk memberikan kepercayaan terhadap pelanggan. Permasalahan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah ketidaksesuaian antara kebutuhan masyarakat dengan pendidikan yang diberikan. Dimana kebutuhan masyarakat akan pendidikan yaitu harus memuaskan keinginannya.

Maka dari itu Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi merupakan salah satu icon pendidikan yang meraih segudang prestasi, bahkan sejauh ini sudah bersaing dengan lembaga pendidikan unggul lainnya. Seperti dalam lomba-lomba yang diikuti oleh madrasah ini banyak yang meraih gelar juara dalam bidang akademik maupun non akademik.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, upaya yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi dalam mengatasi kendala ini adalah mengikut sertakan kegiatan-kegiatan baik bidang intrakulikuler maupun ekstrakulikuler seperti mengikuti lomba bahasa arab dan inggris dan lomba pramuka antar madrasah tsanawiyah. Dengan hal ini berdampak pada kualitas madrasah yang semakin baik di masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan di madrasah tsanawiyah tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang ada di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi adalah strategi yang memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada dalam melakukan pemasarannya, baik santri, guru, tim pemasaran, serta secara memalui media spanduk, brosur, dan lainnya juga berasal dari orang tua dari santri.
2. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi memiliki beberapa faktor pendukung dalam memasarkan produknya. Faktor pendukung dari melakukan pemasaran ini adalah guru uang mengajar sesuai bidang, siswa yang berahlak baik, dan strategi yang dilakukan oleh madrasah.
3. Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi memiliki beberapa faktor penghambat dalam memasarkan produknya. Faktor penghambat dari melakukan pemasaran ini adalah belum adanya SDM khusus bidang pemasaran dan pesaing.

B. Saran

1. Kepada pihak Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi agar terus berupaya meluaskan jangkauan pemasarannya baik secara media sosial maupun dengan cara yang lain agar dapat meningkatkan pelanggan terhadap Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
2. Bagi Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Mauro Jambi agar menganalisis dan mencari solusi kembali mengenai kekuatan dan kelemahan dari melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dengan strategi yang digunakan selama ini. Dengan tujuan untuk memaksimalkan pemasaran di tahun yang akan datang.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan referensi terkait dengan penelitian pemasaran jasa pendidikan dengan objek pendekatan dan setting penelitian yang berbeda.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Al-Quran dan terjemahannya. (2019). Dapertemen Agama RI. Jawa Barat: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Damayanti, D. D., & Suprianti. (2018). Manajemen Pemasaran untuk Membangun Kepuasan Pelanggan Pendidikan di SD Integral Luqman Al Hakim Surabaya. *Manajemen Pendidikan*, 00.
- Faiqoh. (2020). Education Marketing Strategies in Improving the Image of Education Institution *Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 48–58.
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7, 261–283.
- Fathurrochman, I., Endang, Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 6(1), 1–12.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2012). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam*. Cv. Budi Utama.
- Haq-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pacal Books.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 161–176.
- Labaso, S. (2019). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289–311.
- Mundir, A. (2016). Startegi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *Malia*, 7.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2).
- Munir, M. (2020). Kepuasan Pelanggan dan Pemilihan Jasa Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2).
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. EP Press Digimedia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



- Nurkholis. (2013). Pendidikan dalam Upaya Memajukan Teknologi. *Jurnal Kependidikan*, 1(1), 24–44. Said, M. Y. S. dan M. (2015). Konsep Dan Strategi Pemasaran (Sobirin (ed.); Vol. 3). CV SAH MEDIA.
- Sarifudin, & Maya, R. (2019). Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. *Manajemen Pendidikan*, 2(6), 135–154.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan*. UMSIDA PRESS.
- Syaifudin. (2017). Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan. *Ilmu Pendidikan*, 2(12), 1–7.
- Tanama, B. R. (2017). *Manajemen pemasaran*. Fakultas Pertanian Universitas Udayana.
- Tihalmah, & Agusna, C. (2021). Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya. *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK UIN Ar-Raniry*, 10(1), 55–74.
- Triyadi. (2019). Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Ekonomi Efektif*, 2(1), 47–60.
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2019). *Pelanggan dan Kepuasan*. 16–25.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Wiyono, B. (2020). Produk-Produk Jasa Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(3), 35–45.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublisher.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

Judul Penelitian Kualitatif: Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.

A. Pedoman Observasi

Metode observasi ini penulis gunakan secara langsung ke lokasi penelitian serta mencatat hal-hal yang berkenaan dengan pemasaran yang dilakukan oleh pihak madrasah tsanawiyah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan. Adapun alasan penulis memilih metode observasi karena penulis ingin mengetahui terlebih dahulu lokasi dan hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian.

- a. Mengamati secara langsung lokasi penelitian yaitu Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi.
- b. Mengamati strategi yang dilakukan pihak madrasah tsanawiyah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan.
- c. Mengamati faktor-faktor yang menjadi pendukung dalam proses pemasaran jasa pendidikan.
- d. Mengamati faktor yang menjadi penghambat dalam melakukan proses pemasaran jasa pendidikan.

B. Data Wawancara

a. Kepala Madrasah

1. Apa ciri khas yang ingin ditonjolkan oleh Madrasah Tsanawiyah Darul Arifin Muaro Jambi?
2. Strategi apa yang digunakan madrasah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan?
3. Bagaimana upaya madrasah untuk memaksimalkan strategi pemasaran jasa sekolah?
4. Produk atau program unggulan apa saja yang ada di Madrasah Tsanawiyah ini?
5. Bagaimana SDM yang ada di madrasah tsanawiyah ini?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

6. Bagaimana pihak madrasah dalam melakukan pemasaran sekolah?
7. Berapa biaya masuk untuk jenjang madrasah tsanawiyah?
8. Bagaimana lokasi dan fasilitas fisik yang ada di madrasah tsanawiyah ini?
9. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan di madrasah tsanawiyah ini?
10. Bagaimana proses pembelajaran yang ada di madrasah tsanawiyah ini?

b. Pihak Pengelola madrasah

1. Bagaimana proses dalam melakukan strategi pemasaran jasa pendidikan dan siapa saja yang terlibat dalam melaksanakan pemasaran tersebut?
2. Produk atau program unggulan apa saja yang ada di Madrasah Tsanawiyah ini?
3. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan di madrasah tsanawiyah ini?
4. Bagaimana pihak madrasah dalam melakukan pemasaran sekolah?
5. Bagaimana lokasi dan fasilitas fisik yang ada di madrasah ini?
6. Bagaimana proses pembelajaran yang di madrasah tsanawiyah ini?

c. Panitia PPDB TA.2022/2023

1. Strategi apa yang digunakan madrasah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan?
2. Bagaimana proses dalam melakukan strategi pemasaran jasa pendidikan dan siapa saja yang terlibat dalam melaksanakan pemasaran tersebut?
3. Berapa rupiah yang ditetapkan pihak madrasah tsanawiyah untuk besekolah disini?
4. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan di madrasah tsanawiyah ini?
5. Bagaimana proses pihak madrasah dalam melakukan pemasaran sekolah?

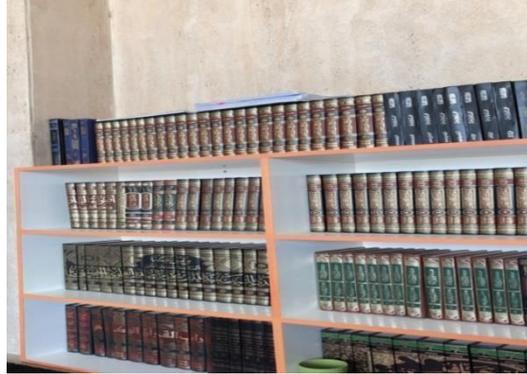
LAMPIRAN



Gambar I
Keadaan gedung Madrasah



Gambar II
Ruang kelas, ruang komputer, dan perpustakaan



Hak Cipta dimiliki oleh orang-orang sebagai berikut:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Gambar III
Wawancara bersama Kepala Madrasah



Gambar IV
Wawancara bersama Pihak Pengelola Madrasah

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

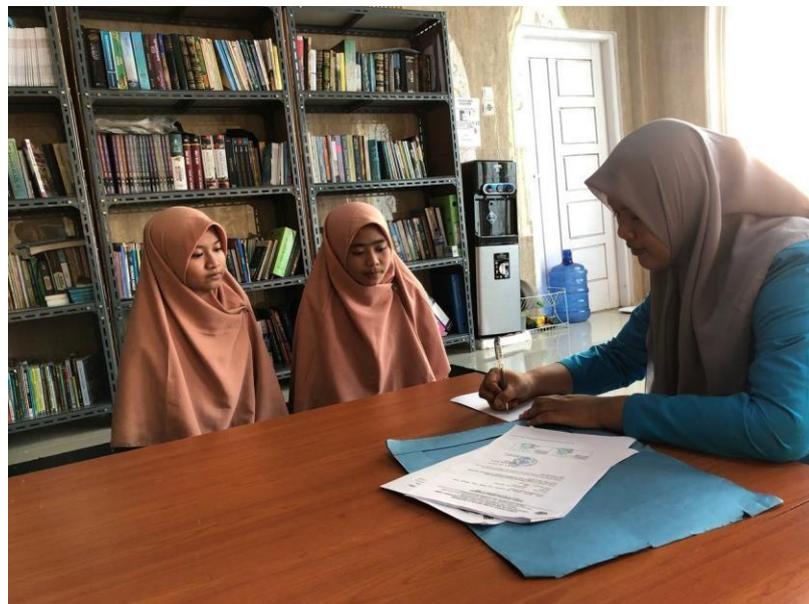
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Gambar V
Wawancara bersama Panitia PPDB TA. 2022/2023



Gambar VI
Wawancara bersama santriwati kelas VII



UNIVERSITAS SUTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Gambar VII
Media Sosial Madrasah



Gambar VIII
Media Cetak (Brosur) Madrasah

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Gambar IX
Prestasi siswa bidang intrakulikuler



Gambar X
Kegiatan penerimaan calon peserta didik baru TA. 2022/2023



Gambar XI
Kegiatan santri di madrasah

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Is

an Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asil:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

A. Identitas Diri

Nama : Harmonisa Putri

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Batam, 12 Januari 2001

Alamat : Kavling. Flamboyan Blok L no55, Kec. Sagulung, Kota Batam

Email : harmonisa12@gmail.com

No. Telp/ HP : 62+82171618301



B. Riwayat Pendidikan

NO	Jenjang Pendidikan	Tahun
1.	SDN 010 Sagulung	2007-2013
2.	SMP Islam Integral Luqman Al-Hakim 02 Batam	2013-2016
3.	MAN 1 Batam	2016-2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi