

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK
PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN
MINAT MASYARAKAT DI MI MA'ARIF NU 1
PAGERAJI BANYUMAS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

Eka Wahyu Rachmawati

NIM: 1703036002

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DI MI MA'ARIF NU 1 PAGERAJI BANYUMAS

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 8 Desember 2022

Pembuat Pernyataan,



Eka Wahyu Rachmawati

NIM. 1703036002



PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas**
Penulis : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Pendidikan Islam.

Semarang, ~~27~~ Desember 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. M. Rikza Chamami, M. Si
NIP. 198003202007101001

Sekretaris Sidang

Prof. Dr. Mustaqim, M. Pd
NIP. 195904241983031005

Penguji I

Dr. Fahrurrozi, M. Ag
NIP. 197708162005011003



Penguji II

Agus Khunaifi, M. Ag
NIP. 197602262005011004

Pembimbing

Dr. Fatkuroji, M. Pd
NIP. 197704152007011032

NOTA DINAS

Semarang, 8 Desember 2022

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas**
Nama : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang untuk diajukan dalam sidang Munaqosah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Dr. Faturoji, M. Pd
NIP. 19770415 200701 1032

ABSTRAK

Judul : Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas
Penulis : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002

Dalam pemasaran lembaga pendidikan diperlukan strategi untuk menarik minat pelanggan. Kajian dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan sehingga persaingan dalam pendidikan semakin kompetitif. Meskipun begitu animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif NU 1 Pageraji tidak semakin surut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas, dan (2) Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi, data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan, 1) strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji menggunakan strategi diferensiasi produk berupa program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) melalui beberapa tingkatan produk antara lain *core benefit*, *basic product*, *expected product*, *augmented product* dan *potencial product*, 2) Implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas yaitu adanya ketertarikan masyarakat, perasaan senang dan perhatian masyarakat pada madrasah.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Produk Pendidikan dan Minat Masyarakat.*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	,
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

a = a panjang

i = i panjang

u = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُوْ

ai = أَيُّ

iy = اِي

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi' alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua, yang selalu kita harapkan syafaatnya di yaumul akhir nanti. Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma’arif NU 1 Pageraji Banyumas” ini ditulis guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari semua pihak, baik moril maupun materil. Peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Dalam kesempatan kali ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam peneliti ucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Dr. H. Ahmad Ismail, M.Ag., M.Hum.
3. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkuroji, M.Pd. dan Sekertaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Agus Khunaifi, M.Ag. yang telah mengizinkan pembahasan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing Dr. Fatkuroji, M.Pd. yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya dalam memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi.

5. Segenap dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan pegawai serta seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama bangku perkuliahan.
6. Kepala Sekolah MI Ma'arif NU 1 Pageraji bapak Akhmad Thontowi, M.Pd.I selaku yang telah mengizinkan penelitian dan bersedia membantu peneliti hingga penelitian ini berjalan lancar
7. Kedua orang tua, Bapak Sartam dan ibu Siti Puji Wahyuni yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, mencurahkan kasih sayang, dan ikhlas memberikan doa kepada peneliti serta selalu memberikan dukungan secara moral maupun materil tanpa henti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi dengan lancar.
8. Seluruh keluarga yang tiada lelah memberikan motivasi, doa dan dukungan untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Diri saya sendiri yang selalu kuat dan tidak putus asa dalam menempuh pendidikan.
10. Teman-teman seperjuangan MPI 2017 terkhusus kelas A dan teman KKN RDR 75 Kelompok 122 yang telah mengukir kenangan dan berjuang bersama peneliti dan memberikan dukungan, motivasi, saran serta tempat bertukar pikiran maupun informasi dalam penulisan skripsi ini.
11. Segenap teman kost pak kasmad (Mba Fafa, Mba Ainun, Mba Rizka, Mba Alfi dan Mba yuni) yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi serta menghibur peneliti.
12. Melia Fajar Riani, Tika Yuliasari, dan Fuzia Baratu Taqiyah yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu, memberi dukungan, motivasi, saran dan selalu mendengarkan keluh kesah peneliti.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Kepada mereka semua peneliti tidak dapat memberikan apa-apa, hanya ucapan terima kasih dengan tulus serta iringan doa, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan mereka dengan melibatkan rahma, taufiq dan inayah-Nya.

Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa skripsi ini tentu masih banyak akan kekurangan dan kesalahan, maka dari itu sumbang saran dan kritik membangun senantiasa peneliti harapkan dari para pembaca. Semoga skripsi ini mampu memberi manfaat bagi peneliti dan siapapun yang membacanya. Aamiin.

Semarang, 8 Desember 2022
Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eka Wahyu Rachmawati', with a stylized flourish at the end.

Eka Wahyu Rachmawati
NIM: 1703036002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK	v
TRANSLITERASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat	8
BAB II : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT	
A. Deskripsi Teori	10
1. Strategi Pemasaran	10
2. Produk Pendidikan	21
3. Minat Masyarakat	39
B. Kajian Pustaka	48
C. Kerangka Berfikir	54
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	55

B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
C. Sumber Data	56
D. Fokus Penelitian	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Uji Keabsahan Data.....	61
G. Teknik Analisis Data.....	63

BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum MI Ma'arif NU 1 Pageraji	66
1. Sejarah Berdirinya MI Ma'arif NU 1 Pageraji	66
2. Letak Geografis MI Ma'arif NU 1 Pageraji	69
3. Visi, Misi dan Tujuan MI Ma'arif NU 1 Pageraji	70
4. Struktur Organisasi	71
5. Keadaan Guru, Tenaga Kependidikan dan Siswa	71
6. Pengembangan Bakat dan Minat Peserta Didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji	72
B. Deskripsi Data Khusus	75
1. Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU Pageraji	75
2. Implikasi Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU Pageraji.....	101
C. Analisis Data	108
1. Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif	

NU Pageraji.....	108
2. Implikasi Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU Pageraji	115
D. Keterbatasan Penelitian	117
 BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan.....	119
B. Saran	120
C. Kata Penutup.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	129
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	154

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Siswa MI Ma'arif NU 1 Pageraji	41
Tabel 4.2 Penanggung Jawab Kegiatan Ekstrakurikuler Tahun 2022/2023	74
Tabel 4. 3 Kegiatan Ekstrakurikuler MI Ma'arif NU 1 Pageraji ...	92
Tabel 4. 4 Data Prestasi Peserta Didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji	99
Tabel 4. 5 Data Penerimaan Peserta Didik Baru Tiga Tahun Terakhir	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	54
Gambar 4. 1 Kegiatan RTQ Program Tahfidz	81
Gambar 4. 2 Belajar Kitab Al-Madiul Fiqhiyyah	83
Gambar 4. 3 Brosur Penerimaan Peserta Didik	95
Gambar 4. 4 Media Sosial MI Ma'arif NU 1 Pageraji	95
Gambar 4. 5 Partisipasi dalam HUT RI	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan kunci kemajuan suatu bangsa, diamanasemakin baik kualitas pendidikan yang diselenggarakan maka akan diikuti dengan semakin baiknya kualitas bangsa tersebut. Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan “pendidikan merupakan 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”.¹

Keberhasilan suatu lembaga pendidikan dapat dilihat dari bagaimana lembaga pendidikan tersebut memberikan pelayanan yang berkualitas bagi peserta didik. Lembaga pendidikan harus meningkatkan mutu pendidikan agar pelanggansesemakin puas terhadap layanan pendidikan yang menjadikan pendidikan memiliki kuantitas dan menghasilkan kualitas pendidikan yang baik. Pemberian layanan pendidikan yang lebih baik akan berpengaruh pada peminat yang semakin banyak untuk mempergunakan jasa yang lembaga pendidikan berikan.

¹Undang-undang 20 Tahun 2003 , *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 1 Ayat (1)

Di era perkembangan zaman yang semakin maju menjadikan persaingan antar pendidikan semakin ketat, banyak bermunculan beragam sekolah baru yang memberikan bermacam program inovatif yang dikembangkan. Adapun pada satu wilayah yang berdekatan, terkadang bahkan ada sekaligus tiga sekolah dengan jenjang pendidikan serupa dengan ciri khas masing-masing. Bertambah banyaknya lembaga pendidikan yang ada, tidak sedikit pula lembaga yang mengalami kekurangan peserta didik, sehingga terjadinya persaingan dalam menarik minat peserta didik dan orang tua. Hal tersebut semakin menuntut lembaga pendidikan untuk lebih memberikan pelayanan yang berkualitas serta memperkenalkan berbagai program yang ditawarkan kepada masyarakat, sehingga lembaga pendidikan tersebut bisa lebih dikenal masyarakat.

Khususnya ditujukan untuk lembaga pendidikan islam yang harus menunjukkan eksistensinya di masyarakat, bahwa lembaga pendidikan islam juga mampu untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan kualitas pendidikan. Seperti yang kita ketahui saat ini terjadi persaingan yang sangat ketat antara sekolah umum dengan lembaga pendidikan islam. Adapun sekolah umum cenderung membentuk program baru yang mampu memikat minat masyarakat, sementara lembaga pendidikan islam dari sebagian masyarakat masih beranggapan

bahwa lembaga pendidikan berbasis agama merupakan pilihan kedua yang kalah saing dengan pendidikan umum.²

Mengenai hal tersebut pemasaran menjadi hal harus dilakukan oleh lembaga pendidikan terlebih lembaga pendidikan agama (madrasah), Selain bertujuan untuk memperkenalkan keunggulan juga berfungsi untuk membentuk citra positif suatu lembaga pendidikan serta dapat menarik minat calon peserta didik.³Kegiatan pemasaran juga dilakukan untuk memberikan keyakinan pada masyarakat bahwasanya layanan pendidikan yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka serta untuk memastikan bahwa keberadaan lembaga pendidikan yang dikelola tidak tertinggal.

Pemasaran yakni suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan yang bersifat menawarkan untuk meyakinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain.⁴Pemasaran pada lembaga pendidikan yakni kegiatan memberikan layanan atau menyampaikan jasa pendidikan sesuai dengan keinginan dan harapan masyarakat.Pemasaran sendiri dapat dilihat melalui berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara

²Faiqoh, "Education Marketing Strategies In Improving The Image Of Education Institutions". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 5, No. 2, 2020), hlm 48.

³Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 372

⁴Didin Fatihudin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa; Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama), hlm 2

pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan jasa pendidikan.

Dalam lembaga pendidikan pelaksanaan pemasaran membutuhkan sebuah strategi yang harus digunakan agar pemasaran yang dilakukan berdampak positif pada kemajuan madrasah. Strategi pemasaran yang ada di madrasah dapat dilihat dengan adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari lembaga pendidikan tersebut agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan.⁵ Untuk itulah guna menarik peserta didik baru diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai keinginan dan kepuasan pelanggan. Dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan minat pelanggan termasuk minat peserta didik.

Strategi yang dapat dilakukan lembaga pendidikan yaitu dengan menawarkan berbagai program unggulan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Lembaga pendidikan mampu memberikan serangkaian program dan pengalaman belajar berbedaserta unggul yang dapat dijadikan sebagai ciri khas atau daya tarik masyarakat. Ketertarikan pelanggan pada lembaga pendidikan dapat ditunjukkan dengan

⁵Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Madaniyah*, (Vol. 7, No. 2 , Tahun 2017), hlm 262

kemauannya masyarakat mendaftarkan diri ataupun anaknya sebagai calon peserta didik, merekomendasikan sekolah kepada kerabat atau orang lain, serta melibatkan diri dalam berbagai kegiatan sekolah termasuk dalam pemasaran sekolah.⁶

Sekarang masyarakat sendiri menjadi lebih selektif dalam menentukan pendidikan yang berkualitas untuk anaknya, tentunya pasti memilih lembaga pendidikan yang dianggap unggul menurutnya. Pemahaman disini timbul dikarenakan orang tua khawatir anak-anaknya tidak sanggup bersaing di era seperti sekarang ini. Tidak sedikit orang tua turut berperan untuk menentukan pendidikan bagi anak mereka sebagai bekal hidup dimasa mendatang. Hal ini mengindikasikan kepada para pengelola lembaga pendidikan bahwa pentingnya menciptakan lembaga pendidikan yang berkualitas untuk membangun kepercayaan masyarakat serta meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji Cilongok Kabupaten Banyumas merupakan madrasah ibtidaiyah swasta yang terletak di jalan raya Pageraji No 10 RT 02 RW 04 Desa Pageraji Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Lembaga pendidikan swasta ini merupakan salah satu Madrasah Ibtidaiyah yang diunggulkan di wilayah Kabupaten Banyumas Jawa Tengah dikarenakan mampu memperoleh akreditasi A. Madrasah ini secara umum memiliki

⁶Ririn Tius Eka Margareta, "Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, (Vol. 5, No. 1, Tahun 2018), hlm 4

desain program pendidikan yang berbeda berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah persaingan yang semakin meningkat.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini berkembang pesat di antara lembaga-lembaga pendidikan lainnya dan menjadi pilihan masyarakat serta berhasil mendapatkan kepercayaan dan mampu merubah statement masyarakat, bahwa madrasah merupakan lembaga pendidikan nomor dua. Lokasi madrasah yang berada di desa jauh dari perkotaan, tidak menjadi hambatan atau masalah bagi masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya di MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Banyak orang tua yang berada di luar desa Pageraji bahkan lain kecamatan menyekolahkan anak-anaknya di MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

Terlihat dari tahun ketahun MI Ma'arif NU 1 Pageraji mengalami peningkatan dalam jumlah peserta didik baru. Peningkatan tersebut mengidentifikasi bahwa masyarakat mendapatkan kepuasandari layanan yang diberikan Madrasah. Tentu saja, hal ini tidak terlepas dengan keberhasilan dari pemasaran pendidikan yang diimplementasikan oleh MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

Bukan sebatas mampu mendapatkan peserta didik baru, madrasah ini pun mempunyai beragam prestasi. Beragam kejuaraan yang diraih MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini sudah tidak bisa terhitung lagi jumlahnya, bisa dilihat ketika datang ke madrasah ini langsung disambut dengan almari display piala

kejuaran yang berbeda di ruang lorong utama madrasah yang jumlahnya sampai ratusan. Kejuaran yang didapat MI Ma'arifNU 1 Pageraji tidak hanya dalam ranah akademis namun juga non akademis baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi. Dengan banyaknya prestasi yang diraih MI Ma'arif NU 1 Pageraji menjadi salah satu ketertarikan masyarakat pada madrasah.

Selain dari banyaknya keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh MI Ma'arif NU 1 Pageraji, strategi pemasaran jasa pendidikan harus terus dilakukan agar selalu menarik minat masyarakat sekitar dan membuat reputasi yang baik untuk madrasah serta dapat terus berkembang dan eksis mengikuti perkembangan zaman untuk memenuhi permintaan *stakeholder*.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi pemasaran produk pendidikan yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, maka penelitian ini mengambil judul “**Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas**”. Penelitian ini menjadi penting untuk memperbaiki kualitas pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas?
2. Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas
 - b. Untuk menganalisis implikasi dari strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji
2. Manfaat Penelitian
 - a. Secara Teoritis

Penelitian ini dilaksanakan untuk mempraktikan dan mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama kuliah dan dengan harapan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas

b. Secara Praktis

1) Bagi Madrasah

- a) Penelitian ini dapat memberikan masukan serta bahan informasi untuk pihak madrasah dalam memperhatikan pemasaran pendidikan yang mampu menarik pelanggan.
- b) Dapat digunakan sebagai evaluasi MI Ma'arif NU 1 Pageraji untuk terus meningkatkan kualitas layanan pendidikan sehingga kepuasan *stakeholders* dapat dicapai.

2) Bagi Peneliti

- a) Penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan peneliti dalam memasarkan lembaga pendidikan
- b) Penelitian ini dapat mengembangkan potensi diri peneliti dalam hal menulis dan menganalisis kondisi lapangan.

BAB II

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT

A. Deskripsi Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*stratagos*” yang berarti komandan ataupun jenderal militer. Maksudnya strategi merupakan seni dari komandan dalam mengalahkan musuh dengan cara menempatkan ataupun menyusun prajurit dalam medan peperangan.⁷Kenneth R. Andrew menjelaskan bahwa strategi merupakan pola keputusan dalam menetapkan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan dan merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.⁸Mengacu dari KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dijelaskan strategi merupakan

⁷ Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, (Jakarta: CV Agung Seto, 2010), hlm 33

⁸ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm 6

suatu rencana dalam melakukan suatu tindakan agar dapat mencapai tujuan.⁹

Masing-masing organisasi memiliki beragam strategi untuk mendukung kelangsungan maupun aktivitasnya, yang mana strategi tersebut tentunya selaras dengan keadaan dan kondisi masyarakat. Strategi merupakan sebuah program yang mendukung dalam pencapaian tujuan.

Dalam suatu lembaga pendidikan tanpa adanya strategi yang baik untuk merancang dan menerapkan kegiatan madrasah, akan menjadi tidak memungkinkan bagi organisasi tersebut berjalan sesuai dengan visi, misi, dan tujuannya. Melalui berbagai strategi alternatif yang baik mampu mempermudah madrasah untuk mencapai tujuan programnya.

Berdasarkan teori di atas maka dapat dikatakan bahwasannya strategi yakni cara yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga lembaga pendidikan membutuhkan strategi agar dapat memenangkan persaingan dan dengan strategi yang tepat mampu memudahkan lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan program madrasah dengan maksimal.

⁹ Faiqoh, "Education Marketing Strategies In Improving The Image Of Education Institutions". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 5, No. 2, 2020), Hlm 49.

b. Pemasaran

1) Pengertian Pemasaran

Pemasaran termasuk aktivitas utama yang perlu organisasi laksanakan demi menjaga eksistensiatapun kelangsungan hidupnya. Pada dasarnya, pemasaran atau biasa dikenal dengan sebutan *marketing* merupakan kegiatan atau sebuah usaha menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan melalui proses pertukaran.¹⁰

Pemasaran dalam pandangan Kotler & Keller yaitu suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan serta dengan bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹¹

Adapun pemasaraan menurut Deliyanti mendefinikan pemasaran yaitu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penerapan harga, promosi dan distribusi atas ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran agar dapat memuaskan pelanggan dan

¹⁰Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm 98

¹¹Fajar Laksana, *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, (Jawa Barat: Khalifah Madiatama, 2019), hlm 2

prusahaan.¹² Pemasaran merupakan kegiatan untuk menghasilkan suatu barang dan jasa dengan menganalisis keinginan maupun kebutuhan pelanggan, menetapkan tingkatan harga, mempromosikan serta mendistribusikan suatu produk kepada pelanggan.

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa pemasaran yakni kegiatan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menciptakan produk atau jasa yang dapat dinikmati maupun dibeli oleh pelanggan dengan melalui tahapan proses tukar-menukar.

Firman Allah SWT mengenai pemasaran tertera pada Surah An-Nisa : 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

¹²Sudaryono, *Pengantar manajemen: Teori dan kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2017) hlm 265

Berdasarkan ayat diatas, agama islam sangat mendorong umatnya untuk menjalankan pekerjaan sebagai pedagang, dimana Allah SWT sendiri menunjuk Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang yang sukses sebelum beliau menjadi Nabi. Pada ayat ini dijelaskan bahwa perusahaan harus menjamin produk yang ditawarkannya. Agama islam mengajarkan untuk bersikap jujur seperti yang dilakukan Nabi Muhammad SAW ketika menjadi pedagang sehingga tidak membuat pihak lain rugi. Oleh sebab itu umat islam khususnya para pedagang untuk mencontoh Nabi saat berdagang. Petunjuk umum Al-Quran mengenai pemasaran dalam penjualan dalam islam, pemasaran merupakan disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan dari sebuah nilai satu inisiator kepada *stakeholdernya*. Pemasaran dalam ranah pendidikan bukan diartikan sebagai jual beli barang melainkan menawarkan jasa pendidikan.

Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran merupakan pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang dilakukan untuk mempromosikan visi misi madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik untuk *stakeholder* ataupun masyarakat sosial pada umumnya. Pemasaran jasa pendidikan berarti

menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.¹³

Lembaga pendidikan pada hakikatnya bertujuan memberikan layanan kepada *stakeholder* (siswa, mahasiswa dan masyarakat umum). Pihak yang dilayani memperoleh kepuasan dari layanan tersebut. Pengertian tersebut juga disampaikan oleh Buchari Alma yang menyatakan bahwa pemasaran jasa pendidikan yakni kegiatan menyampaikan jasa ataupun memberikan layanan pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskan.¹⁴ Adapun dengan hal yang selaras, pengertian yang dikemukakan oleh Evans menjelaskan bahwa pemasaran dalam madrasah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan masyarakat secara terus menerus dan berkesinambungan.¹⁵ Dalam hal ini pemasaran jasa pendidikan lebih difokuskan pada upaya pemenuhan keinginan dan harapan masyarakat.

¹³Fatah Syukur, "Model Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Studi pada SD Nasima Semarang", *Jurnal Smart Studi Masyarakat, Religi dan Tradisi* (Vol. 7, No. 1, 2021), hlm 5

¹⁴Bukhori Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), Hlm 45

¹⁵Muhaimin Dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm 97

2) Fungsi dan Tujuan Pemasaran

Fungsi pemasaran dapat diukur dari kualitas produk yang dipasarkan. Dalam lembaga pendidikan Fungsi pemasaran yaitu untuk membentuk citra positif bagi lembaga serta menarik minat calon peserta didik. Sehingga pemasaran harus berorientasi terhadap “pelanggan” ataupun pada konteks lembaga pendidikan di sebut dengan peserta didik. Disinilah perlunya lembaga pendidikan untuk mengetahui bagaimanakah calon peserta didik memandang madrasah yang akan dipilihnya.¹⁶

Tujuan utama dari pemasaran yaitu pemenuhan kepuasan pelanggan. Dalam lembaga pendidikan tujuan pemasaran yaitu sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi kepada masyarakat terkait produk madrasah
- b) Membedakan produk madrasah dengan produk lainnya
- c) Meningkatkan ketertarikan serta minat masyarakat pada produk madrasah
- d) Memberikan penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan.
- e) Menghasilkan kualitas layanan pendidikan yang dapat memuaskan konsumen

¹⁶Muhaimin Dkk, *Manajemen Pendidikan...*, hlm 101

- f) Menstabilkan kebermaknaan dan eksistensi madrasah di madrasah.¹⁷

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai suatu tujuan pemasaran. Ataupun bisa dikatakan, strategi pemasaran yakni serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu-kewaktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹⁸

Kotler dan Keller menyatakan bahwa strategi pemasaran yaitu suatu pola pemikiran mengenai pemasaran yang dipergunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya.¹⁹ Adapun strategi pemasaran sendiri yaitu rancangan strategis yang mengarah pada penciptaan,

¹⁷Derizka Inva Jaswita, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Volume Penerimaan Siswa Baru SD Kartini Komplek Angkasa Pura II", *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, (Vol. 02, No. 01, 2018) Hlm 2

¹⁸ Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Konsep, Kasus, Psikologi Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm 55

¹⁹Silfiah Aisyah Maziyah, "Strategi Pemasaran dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah Maarif 01 KH. Shiddiq Jember", *Jurnal Of Islamic Educational Management*, (Vol. 1, No. 2, 2020), hlm 136

penawaran, serta penukaran produk baik barang atau jasa kepada pihak lain.

Strategi pemasaran mutlak diperlukan oleh lembaga pendidikan agar bisa bertahan dan bertumbuh serta dapat bersaing dengan lembaga lain secara kompetitif. Dalam lembaga pendidikan dibutuhkan suatu konsep strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan, yaitu 1) *distinctive competence*, merupakan tindakan yang dilakukan lembaga pendidikan agar mampu melakukan kegiatan yang lebih baik dibanding pesaing, 2) *competitive advantage*, yakni kegiatan spesifik yang lembaga pendidikan kembangkan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, dengan strategi diferensiasi.²⁰

Menurut Porter menjelaskan terdapat tiga jenis strategi pemasaran sebagai strategi bersaing²¹, dimana diantaranya:

1) Diferensiasi Produk

Diferensiasi yakni strategi yang efektif untuk menarik minat pelanggan, karena strategi ini memberi sebuah penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh pesaing. Philip Kotler

²⁰Moh. Rofiki dkk, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Menengah Atas di Era New Normal”, *Jurnal Pendidikan*, (Vol. 3, No. 6, 2021), hlm 4060

²¹Ebook: Marissa Grace Haque-Fawzi dkk, *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm 23

menjelaskan, strategi diferensiasi yakni suatu tindakan untuk merancang atau membuat sebuah perbedaan yang memiliki arti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Suatu produk yang memiliki perbedaan yang unik akan menjadi ketertarikan tersendiri bagi pelanggan yang dapat menjadi suatu identitas untuk membedakan dengan produk kompetitor lainnya.²²

Dalam lembaga pendidikan strategi diferensiasi mengisyaratkan untuk memiliki jasa dengan kualitas atau fungsi yang dapat membedakan lembaga pendidikan tersebut dengan pesaing lainnya. Strategi ini dilaksanakan dengan menciptakan persepsi pada suatu nilai tertentu pada konsumennya, contohnya persepsi terhadap kelebihan program, layanan yang baik, inovasi pendidikan, *brand image* yang lebih unggul serta lainnya. Lembaga pendidikan harus mengembangkan strategi pemasarannya melalui penawaran produk layanan yang lebih unggul. Hal ini akan lebih efektif bagi lembaga pendidikan dalam melakukan pemasaran.

2) Keunggulan Biaya

Keunggulan biaya ini merupakan strategi lembaga pendidikan dalam meminimalkan seluruh biaya

²²Arsy Permatasari Zahara dkk, "Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture", *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, (Vol. 8, No. 1, 2020), hlm 21-22

operasionalnya sehingga menghasilkan jasa yang bisa dijual lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya.

3) Fokus

Strategi fokus ini umumnya hanya dilakukan untuk jasa lembaga pendidikan yang memiliki karakteristik khusus. Contohnya lembaga pendidikan berbasis tahfidz dimana lembaga pendidikan tersebut ditargetkan hanya untuk peserta didik tahfidz sehingga seluruh jasanya memberifungsi serta manfaat yang diselaraskan dengan tujuannya.

Strategi dalam memasarkan suatu produk lembaga pendidikan yaitu dengan menetapkan prinsip fokus terkait bagaimana cara agar masyarakat sebagai pengguna merasa puas dengan memberikan kesan positif. Kesan tersebut diperoleh berdasarkan pengalaman, pemahaman serta pengetahuan dari masyarakat pada lembaga pendidikan. Kesan ini terciptadari bagaimana sebuah lembaga pendidikan melaksanakan aktivitas operasional pendidikannya.²³

2. Produk Pendidikan

a. Pengertian Produk Pendidikan

Produk yakni suatu hal dasar yang akan menjadi pertimbangan bagi masyarakat. Kotler menjelaskan bahwa

²³Fatah Syukur, "Model Strategi Pemasraan Jasa Pendidikan Islam Studi Pada SD Nasima Semarang", *Jurnal Smart Studi Masyarakat, Relifgi Dan Tradisi*. (Vol 7, No. 01, 2021), Hlm 10

produk yaitu segala sesuatu yang dapat produsen tawarkan untuk diminta, diperhatikan, dicari, dikonsumsi ataupun dipergunakan dalam mencukupi kebutuhan atau keinginan pelanggan.²⁴ Produk yaitu suatu hal yang didapatkan dari sebuah proses yang menghasilkan sebuah manfaat ataupun kepuasan bagi pengguna dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian²⁵.

Menurut Lupioadi dan Hamdani, produk yakni keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.²⁶ Produk artinya gabungan dari jasa ataupun barang yang lembaga tawarkan pada pelanggan. Produk sendiri bukan sebatas jasa atau barang, dimana juga mencakup organisasi, ide, tempat maupun orang. Setiap jenis produk mempunyai cara yang berbeda dalam pemasarannya. Pelanggan melihat bahwasanya produk bisa dikatakan baik bila mampu memberi solusi untuk keinginan serta kebutuhannya.

²⁴Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008) Hlm 154

²⁵ Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hlm 283

²⁶ Abdillah Mundir, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah, *Jurnal Ekonomi Islam*", (Vol. 7, No. 1, 2016), Hlm 33

Dalam Konteks lembaga pendidikan, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada *stakeholder* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kata segala sesuatu pada definisi tersebut memiliki makna bahwa produk bukan hanya sebatas barang, melainkan juga berupa orang, jasa, organisasi, tempat, kurikulum maupun ide. Sehingga produk mengarah pada segala sesuatu yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan agar menyediakan kepuasan pelanggan dalam pelaksanaan pendidikan.

Lembaga pendidikan diharuskan memberi serangkaian program yang berbeda serta unggul yang selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal tersebut mampu mempertahankan keunggulan madrasah dari ketatnya persaingan lembaga pendidikan. Disamping itu, lembaga pendidikan harus memberikan perhatian lebih pada manfaat pemasarannya agar selaras dengan keinginan serta kebutuhan *stakeholder*.

Menurut Bukhari produk dari madrasah yaitu jasa kependidikan. Jasa yakni kegiatan ataupun kegiatan yang bisa ditawarkan kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan

apapun.²⁷ Secara umum jasa mempunyai sejumlah karakteristik pokok diantaranya:

1) Tidak Terpisah (*Inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, dimana dalam hal ini lembaga pendidikan selaku yang menyediakan jasa tersebut. Artinya jasa pendidikan dihasilkan dan dikomunikasikan secara serempak di waktu bersamaan. Jika siswa melakukan pembelian jasa maka akan berhadapan langsung dengan pihak penyedia jasa pendidikan. Sehingga lembaga pendidikan dapat menggunakan strategi bekerja dalam kelompok yang lebih besar, lebih cepat dalam bekerja, ataupun melatih penguji jasa agar mampu membina kepercayaan peserta didik.

2) Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa sendiri tidak berwujud selayaknya produk fisik, yang mengakibatkan pihak yang mempergunakan jasa khususnya pendidikan tidak dapat melihat, mendengar, mencium maupun merasakan hasilnya sebelum mengkonsumsi jasa tersebut. Adapun dalam menekan ketidakpastian, pengguna jasa perlu mencari informasi terkait kualitas jasa yang ada pada lembaga pendidikan tersebut.

²⁷Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Konsep, Kasus, Dan Psikologi Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm 112

Informasi bisa didapatkan berdasarkan letak lokasi lembaga pendidikan, alat maupun peralatan komunikasi yang dipergunakan, dan besar biaya yang ditentukan.

3) Mudah Musnah (*Perihability*)

Jasa pendidikan tidak bisa disimpan dengan rentang waktu tertentu ataupun bisa dikatakan mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada tahun mendatang. Karakteristik mudah musnah dari jasa bukan menjadi permasalahan jika permintaan akan jasa pendidikan tersebut stabil dikarenakan persiapan pelayanan dari jasa pendidikan termasuk mudah.

4) Bervariasi (*Variability*)

Jasa pendidikan kerap mendapati perubahan. Dimana kondisi ini bergantung pada siapakah yang menyajikan, kapankah serta di manakah disajikannya jasa pendidikan tersebut. Untuk mengendalikan kualitas jasa pada lembaga pendidikan dapat melakukan beberapa strategi yaitu dengan cara berikut. Pertama, melakukan seleksi dan mengadakan pelatihan untuk mendapatkan SDM jasa pendidikan yang lebih baik. Kedua, membuat standarisasi proses kerja dalam menghasilkan jasa pendidikan dengan baik. Ketiga,

selalu memonitor kepuasan peserta didik melalui sistem kotak saran, maupun survey pasar.²⁸

Produk merupakan penawaran jasa pendidikan yang ditawarkan lembaga pendidikan terhadap pelanggan. Produk yang ditawarkan harus memiliki diferensiasi atau perbedaan dengan sekolah Kompetitor. Tujuan dari diferensiasi ini yaitu memberikan layanan yang lebih untuk memenuhi kepuasan pada pelanggan. Dengan diferensiasi ini memberikan madrasah isyarat dalam memberikan jasa yang memiliki kualitas yang bisa membedakan dirinya dengan pesaing, dimana diharapkan mampu menarik minat masyarakat dan calon peserta didik.

Keberhasilan pemasaran produk tentunya karena adanya peran komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yaitu teknik penyampaian informasi mengenai suatu produk yang ditawarkan pada pelanggan. Mengacu dari teori komunikasi pemasaran, proses komunikasi pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa elemen yaitu menggunakan media sosial dalam mempromosikan penjualan, memasarkan langsung seperti mendatangi konsumen, menjalin hubungan dengan konsumen,

²⁸ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012) hlm 302-306

pemasaran interaktif dengan menggunakan saluran komunikasi seperti telepon serta pemasaran dari mulut kemulut.²⁹

b. Tingkatan Produk

Lembaga pendidikan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Kotler dan Keller menjelaskan bahwasannya produk terbagi menjadi sejumlah tingkatan diantaranya:

1) Produk Utama (*Core Benefit*)

Core benefit merupakan hal yang paling utama yang dicari oleh pelanggan dalam melakukan pembelian. Kualitas produk utama sangat penting untuk menarik pelanggan dalam melakukan pembelian, karena alasan utama seseorang melakukan pembelian berdasarkan pada produk inti dari suatu produk.

Fungsi produk utama ini yaitu memberi gambaran utama dari kegunaan produk tersebut. Maka madrasah harus mampu memahami keutama yang ada pada sebuah produk dalam melakukan pemasaran sehingga dapat memahami tentang apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Produk utama yang

²⁹E-book: M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek; Planning & Strategi*, (Surabaya: CV Qiara Media, 2019) hlm250

ditawarkan lembaga pendidikan yaitu pendidikan itu sendiri.

- 2) Produk Dasar (*basic product*) yakni pengetahuan serta keterampilan yang memiliki ciri khas maupun nilai.
- 3) Produk Harapan (*expected product*), yakni sebuah produk yang didasari keinginan atau harapan seseorang.
- 4) Produk Pelengkap (*augmented product*) yakni produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, contohnya output dari lembaga tersebut mampu berbahasa inggris baik lisan maupun tulisan, bahasa arab, komputer dan sebagainya
- 5) Produk Potensial (*potensial product*) yakni sebuah produk yang dihasilkan dari lembaga pendidikan hal ini dapat berupa pengakuan lulusan lembaga tersebut dari dunia kerja.³⁰ Madrasah akan diminati oleh masyarakat jika memiliki produk layanan yang bagus serta berkualitas sehingga bisa menghasilkan lulusan yang unggul serta mampu bersaing dengan yang lain dizaman yang serba kompetitif ini.

c. Bentuk Layanan Jasa Pendidikan

Layanan jasa yang lembaga tawarkan bisa ditingkatkan melalui unsur kualitas jasa..Keberhasilan

³⁰ Santi Oktavianti, “Analisis Tingkatan Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* (Vol. 16, No. 4, 2018), Hlm 204-205

sekolah dapat diukur dari tingkat kepuasan pelanggan. Sekolah bisa dikatakan berhasil bila dapat memberikan layanan yang sama ataupun melampaui harapan pelanggan, sebab mereka telah membayar cukup banyak pada lembaga pendidikan.

Adapun kepentingan pendidikan sekolah dapat mendesain segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan siswa disekolah sesuai dengan perkembangan zaman. Sekolah diharuskan mampu menyediakan program layanan siswa yang mudah dicapai dan lengkap. Adapun layanan dalam lembaga pendidikan menurut Oteng Sutisna dalam bukunya yang berjudul administrasi pendidikan menyatakan bahwa bentuk layanan pendidikan ada dua, yaitu sebagai berikut:

1) Layanan Pokok

Dalam memenuhi kebutuhan peserta didik yang berhubungan dengan pelayanan peserta didik di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah yang dibantu para personil profesional sekolah yang dipekerjakannya pada sisten sekolah antara lain :

- a) Personil pelayanan pengajaran, mencakup orang-orang yang bertanggung jawab dalam mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.

- b) Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga-tenaga yang ada di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium bahasa, ahli-ahli teknik dan tenaga yang melipatkan dalam fungsi mengajar atau fungsi melayani siswa.
- c) Personil pelayanan administrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam operasi sekolah serta bagian-bagiannya.
- d) Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi pada spesialis yang tanggung jawabnya yaitu bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, nasehat medis dan pengobatan, testing dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut, serta koordinasi kegiatan murid.

2) Layanan Bantu

a) Pelayanan Perpustakaan

Perpustakaan termasuk dalam sarana pelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Perpustakaan mempunyai peran yang sangat penting untuk menunjang penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberikan

kontribusi bagi terbentuknya informasi tentang ilmu pengetahuan.

Penyelenggaraan pendidikan tidak bisa berlangsung secara baik bila tidak adanya dukungan dari perpustakaan. Perpustakaan menjadi unit layanan sekolah untuk menunjang proses pembelajaran di sekolah. Perpustakaan sekolah memberikan layanan rekreatif melalui koleksi buku-buku pustaka dan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menunjang proses belajar mengajar di sekolah.

b) Pelayanan Kesehatan dan Keamanan

Tujuan dari pendidikan dalam sekolah salah satunya yakni kesehatan fisik serta mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan. Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.³¹ Pelayanan kesehatan dalam lembaga pendidikan biasanya dibentuk sebuah wadah bersama Usaha Kesehatan Sekolah (UKS). Pelayanan kesehatan ini ditujukan untuk

³¹Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Angkasa, 1998), Hlm 65-66

menanamkan dalam diri setiap peserta didik tentang pentingnya kebiasaan dan perilaku hidup sehat bagi terselenggaranya program pendidikan bermutu.

c) Pelayanan Gedung dan Halaman Sekolah

Dengan memelihara gedung sekolah secara sistematis dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi kegiatan sekolah. Kondisi ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman, memajukan kesehatan dan keamanan, melindungi barang-barang milik sekolah dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.

d) Layanan Bimbingan dan Konseling

Program layanan bimbingan dan konseling dilaksanakan untuk memberikan nasihat, petunjuk serta bantuan kepada peserta didik.³²

e) Layanan Kafetaria/Kantin

Layanan ini menjadi layanan yang dikhususkan untuk menyediakan makanan dan

³² Basilius R. Werang, *Manajmeen Pendidikan di Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2015), Hlm 163

minuman untuk siswa dalam beraktivitas di sekolah.

d. Program Unggulan

1) Pengertian

Dalam menciptakan madrasah yang mampu bersaing dengan sekolah lainnya perlu adanya suatu hal yang berbeda yang bisa dijadikan sebagai daya tarik masyarakat ataupun ciri khas, salah satunya yaitu dengan membuat program unggulan. Program unggulan yaitu program yang dibuat untuk mencapai suatu keunggulan dengan hasil yang meliputi kualitas dasar (daya pikir, kekuatan hati, dan kekuatan fisik) dan penguasaan ilmu pengetahuan..³³

Sutratinah menjelaskan program unggulan yakni serangkaian program yang disusun serta disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik dan dijalankan berdasarkan urutan tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan. Sementara itu Syarifuddin dan Basyiruddin Usman menjelaskan, program unggulan yang sekolah miliki merupakan

³³Bilqisti Dewi, “Peran Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah”, *Jurnal Islamic Education Manajemen*, (Vol. 3, No. 1, 2018), hlm 78

sebuah program yang dikembangkan demi mencapai kualitas (*output*) pendidikan.³⁴

Mengacu definisi di atas, maka dapat dikatakan program unggulan yaitu suatu program yang direncanakan dengan tujuan untuk mengembangkan sebuah sekolah yang unggul dan menghasilkan output yang berpendidikan.

Madrasah yang mempunyai program unggulan merupakan madrasah yang lahir dari keinginan untuk dapat mendominasi di tingkat nasional dalam mendominasi ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai inovasi yang dijunjung tinggi oleh akhlakul karimah.³⁵ Madrasah unggul perlu ditunjang dengan sudut pandang yang berbeda termasuk peserta didik yang berkualitas, guru yang unggul, ruang kelas atau pembelajaran yang kondusif, program pendidikan yang imajinatif, serta sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung keberhasilan belajar.

³⁴ Fairuz Bilah Izzah Hazwani, “Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Program Unggulan Madrasah di MTS Nurul Huda Sedate Sidoarjo”, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021), hlm 34

³⁵ Ahwy Oktradiksa dan Irham Nugroho, “Peran Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah dalam Membentuk Keunggulan Menuju Madrasah Unggulan Magelang”, *The 2nd University Research Coloqium 2015*, Hlm 131

2) Tujuan Program Unggulan

Program unggulan dirancannng untuk menciptakan sebuah madrasah yang unggul. Adapun dalam menunjang kegiatan program unggulan, suatu madrasah biasanya menerapkan program *full day school*, dimana peserta didikakan memperoleh bimbingan secara penuh dalam pelaksanaan pembelajaran dari pagi sampai sore hari. Madrasah yang menerapkan program ini tentunya akan memiliki tujuannya tersendiri dalam menjalankan program unggulan tersebut. Beragam tujuan dalam pelaksanaan program unggulan ini diantaranya:

- a) Mempersiapkan siswa yang beriman, cerdas serta bertakwa kepada Allah SWT, mempunyai budi pekerti yang luhur, sehat jasmani dan rohani serta mempunyai keterampilan maupun pengetahuan. Adapun dalam menyiapkan hal ini, pihak madrasah perlu mempersiapkan guru yang dikhususkan dalam membimbing siswa dalam kesehariannya. Siswa dimotivasi serta dibimbing sehingga mewujudkan kepercayaan diri untuk terus berperilaku baik terhadap sesamanya. Sehingga, guru melalui hal ini bisa

memahami perkembangan kognitif, afektif dan psikomotor pada peserta didik.

- b) Memberikan peluang untuk peserta didik mampu menguasai ilmu pengetahuan dan keterampilan dengan lebih cepat, selaras pada ketentuan kurikulum. Dalam rangka mengembangkan potensi yang dimiliki peserta didik, pihak madrasah tidak membatasi peserta didik untuk mengikuti ekstrakurikuler yang ada. Dengan ketentuan sesuai dengan kemampuan peserta didik agar tidak merasa terbebani.
- c) Memberikan peluang pada siswa yang memiliki kecerdasan rata-rata untuk mendapatkan pelayanan khusus, sehingga mempercepat perkembangan bakat dan minat yang dimilikinya. Untuk itu, peserta didik diperkenalkan dengan berbagai kegiatan seperti ekstrakurikuler yang ada di madrasah.
- d) Menyiapkan lulusan sebagai siswa yang unggul, baik secara keterampilan, budi pekerti, maupun ilmu pengetahuan sejalan pada tingkatan perkembangan mereka. Adapun dalam menyiapkan lulusan dengan kualitas baik, madrasah sendiri perlu mempersiapkan

guru profesional supaya mampu menyokong dalam mewujudkan siswa unggul.

- e) Mengapresiasi siswa yang mempunyai prestasi tinggi. Sesudah melaksanakan sebuah kegiatan yang dapat menunjang prestasi siswa, maka pihak madrasah memberikan semangat serta apresiasi atas keberhasilan siswa tersebut, khususnya bila mampu meraih juara.³⁶

3) Bentuk-bentuk Program Unggulan

Madrasah yaitu suatu lembaga pendidikan yang didalamnya terdapat tujuan sebagai tolak ukur pencapaian madrasah. Melalui program unggulan diharapkan memberikan nilai lebih bagi madrasah tersebut. Adapun bentuk-bentuk program unggulan yang ada pada lembaga pendidikan yaitu sebagai berikut:

a) Pendidikan Agama Islam

Pendidikan agama islam yakni sebuah program dengan penekanan terhadap pembiasaan ajaran-ajaran islam yang bertujuan untuk menjadikan peserta didik memiliki ketaatan beribadah kepada Allah SWT. Program ini meliputi shalat dhuha berjamaah, pembiasaan

³⁶ Husni Mubarat dkk, "Implementasi Program Pendidikan Akselerasi dan Unggulan di Perguruan Al-Azhar Medan", *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam dan Keagamaan*, (Vol. 3, No. 1, 2019), Hlm 8

membaca Al-Quran, asmaul husna, istighasyah, shalat berjamaah, pembacaan shalawat Nabi SAW dan lain sebagainya.

b) Pembiasaan Membaca Al-Qur'an Setiap Hari

Pembiasaan membaca Al-Qur'an atau tadarus dilakukan bagi siswa sehingga memiliki kemampuan membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar selaras dengan kaidah tajwid, siswa diharapkan bisa menghafalkan minimal tahfidz Al-Quran Juz 30.

c) Gerakan Sekolah Indah dan bersih

Adapun dalam membiasakan siswa pada kehidupan indah dan bersih, terdapat sebuah program berupa gerakan madrasah indah dan bersih yang dilaksanakan dengan membersihkan lingkungan sekolah secara bersama-sama setiap satu bulan sekali. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa memiliki kesadaran akan pentingnya hidup secara sehat dan bersih.

d) Program Kita dapat berbicara (*We Can Speak*)

Program ini termasuk pembelajaran dan penyesuaian yang dibentuk demi menyiapkan siswa supaya bisa berkomunikasi melalui bahasa asing, dari bahasa arab, inggris, maupun lainnya dalam keseharian. Program ini diselenggarakan

melalui mendengarkan, membaca, berbicara, tata bahasa, menulis, serta kosakata yang disatukan pada sebuah pelajaran yang berkaitan pada komunikasi dalam keseharian.

e) Pembelajaran Ekstrakurikuler

Program ini dilaksanakan diluar jam pelajaran dimana diharapkan mampu menyalurkan dan menumbuhkan bakat dan minat siswa, sekaligus memperkenalkan hubungannya dari beragam mata pelajaran yang ada. Program ekstrakurikuler ini berupa sepak takraw, sepak bola, pencak silat, rebana, *English club*, qiroah atau yang lainnya.

f) Kitab Kuning

Yakni suatu program berupa pembacaan kitab yang tidak disertai harakat serta tanpa terjemah ataupun makna. Kitab kuning ini merupakan kitab keagamaan yang menggunakan bahasa arab, yang dibuat oleh ulama-ulama dan peneliti muslim. Selain itu, terdapat juga istilah kitab kuning yang lain yaitu kitab klasik yang merupakan karya ulama atau peneliti

muslim dengan berbentuk kita kuno dan berbeda dengan kitab zaman sekarang.³⁷

3. Minat Masyarakat

a. Pengertian Minat Masyarakat

Menurut Djaali minat yaitu rasa ketertarikan ataupun lebih suka pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³⁸ Seseorang yang mempunyai ketertarikan tinggi yang diiringi rasa suka bahkan keinginan untuk dapat mendalami atau lebih mengetahui hal yang mampu membuat tertarik dapat disebut dengan minat. Minat yang tumbuh pada diri seseorang umumnya mengarah pada suatu ketertarikan pada sebuah aktivitas ataupun lainnya yang mampu memikat atau menjadikan seseorang memiliki rasa ingin tahu yang lebih terhadap hal tersebut.

Mengacu dari KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) minat merupakan suatu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Winkel menjelaskan bahwa minat yakni sebuah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu

³⁷Hani'atul Khoiroh, "Pengembangan Program Unggulan di Lembaga Pendidikan Islam", *JALIE: Journal Of Applied Linguistics And Islamic Education*, (Vol. 4, No. 1, 2020), Hlm 161-164

³⁸Iin Soraya, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City", *Jurnal Komunikasi*, (Vol. 6, No. 1, 2015), hlm 11

dan merasa senang terlibat dalam bidang itu.³⁹. Minat berkaitan dengan perasaan terutama rasa senang, sehingga dapat dikatakan minat timbul dikarenakan rasa senang akan sesuatu hal.

Minat seseorang timbul tanpa dapat diduga atau diperkirakan terlebih dahulu, namun timbul dikarenakan adanya pengalaman seseorang terhadap suatu hal yang mampu mendorong orang tersebut menjadi tertarik atau memberikan perhatian lebih pada hal tersebut. Minat seseorang biasanya juga didasarkan pada hal yang menurutnya selain mampu memberikan ketertarikan tersendiri dan rasa ingin tahu namun juga dapat memberikan kesenangan, rasa kepuasan dalam melakukan atau menekuni bidang yang diminati.

Mengacu definisi di atas dapat dipahami bahwa minat yakni kecenderungan yang timbul dari dalam diri terhadap sesuatu baik berupa aktivitas maupun benda yang memberi rasa suka, ingin tahu ketertarikan dan kesukaan sehingga orang tersebut memberikan perhatian yang lebih pada hal tersebut. Minat yang timbul dari diri seseorang muncul bukan dari bawaan lahir melainkan dari hasil pengalaman ataupun aktivitas orang tersebut.

³⁹Zahrotul Azkiyah Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (Vol. 5, No. 2, 2020), hlm 295

Manusia hidup dalam masyarakat merupakan makhluk sosial yang akan terus memerlukan orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Sangat tidak mungkin manusia hidup sebagai individu yang sendirian. Soerjono Soekanto menjelaskan ciri-ciri kehidupan masyarakat yakni manusia yang hidup bersama-sama dengan sekurag-kurangnya dua individu bercampur serta bergaul dalam waktu yang lama menyadari bahwa kehidupan mereka merupakan satu kesatuan yang utuh, merupakan sistem bersama yang mengakibatkan kebudayaan sebagai akibat dari perasaan saling terkait satu sama lain.⁴⁰ Kehidupan bermasyarakat merupakan sebuah kehidupan dari berkumpulnya sekelompok individu yang saling berinteraksi serta berhubungan dengan yang lainnya menjadi sebuah satu kesatuan yang utuh.

Berdasarkan berbagai pengertian diatas didapati bahwa minat masyarakat yakni sebuah ketertarikan seseorang terhadap suatu lembaga pendidikan sebagai tempat untuk belajar dan menimba ilmu.

b. Unsur-Unsur Minat

Unsur-unsur minat dapat diartikan sebagai tolak ukur keinginan seseorang terhadap sesuatu. Menurut

⁴⁰Bambang Tejokusumo, “Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial”, *Jurnal Geoedukasi*, (Vol. 3, No. 1, 2014), Hlm 39

Slameto terdapat beberapa unsur-unsur yang memengaruhi minat⁴¹, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1) Perasaan Tertarik

Perasaan tertarik biasanya muncul karena seseorang telah melakukan aktivitas seperti melihat, mengamati, memikirkan, bahkan menanggapi sesuatu tersebut. Tidak jauh berbeda dengan minat masyarakat yang akan menyekolahkan anaknya pada suatu sekolah. Sebelum perasaan tertarik itu muncul, masyarakat sudah melihat, mengamati, memikirkan bahkan menanggapi sekolah yang akan dituju. Ada beberapa hal yang membuat masyarakat menjadi tertarik dengan suatu madrasah, salah satunya adalah *marketing* atau promosi yang dilakukan madrasah dengan menawarkan berbagai program unggulan, fasilitas yang memadai, reputasi yang baik, sehingga masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

2) Perasaan Senang

Perasaan senang akan menimbulkan suatu sikap yang positif, serta sebaliknya jika adanya perasaan tidak senang akan menimbulkan sikap negative. Jika individu sudah merasa senang pada sesuatu hal,

⁴¹Ebook: Rusydi Ananda dan Fitri Hayati, *Variabel Belajar: kompilasi konsep*, (Medan, Pusdikra MJ, 2020) hlm 146

cenderung akan menimbulkan semangat dalam melakukan kegiatan yang akan dilakukannya itu. Perasaan senang juga dapat dikatakan sebagai bentuk kepuasan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepuasan juga menjadi tolak ukur apakah madrasah tersebut bagus atau tidak.⁴²

Sama halnya ketika memilih suatu lembaga pendidikan, jika pelanggan jasa pendidikan merasa senang dengan suatu lembaga pendidikan maka pelanggan akan menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Terdapat beberapa faktor sehingga masyarakat mau menyekolahkan anaknya di madrasah, diantaranya karena madrasah tersebut memiliki mutu pendidikan yang bagus, memiliki *output* atau lulusan yang berkualitas sehingga menjadi madrasah tersebut disenangi dan diminati oleh masyarakat.

3) Perhatian

Perhatian serta minat yakni dua hal yang tak terpisahkan. Perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang tertuju pada objek

⁴²Ana Salamah, “Minat Masyarakat Menyekolahkan Anak (Situasi Kasus pada Mts An-Nur SP3 Bangun Jaya Kecamatan Balai Riam Kabupaten Sukamara)”, *Skripsi* (Palangkaraya: Program Pendidikan Agama Islam IAIN Palangkaraya, 2018), Hlm 13-14

tertentu.⁴³Seseorang yang minat terhadap sesuatu akan menimbulkan perhatian yang lebih terhadap sesuatu yang diminatinya. Sama halnya dengan memilih lembaga pendidikan, masyarakat akan memberikan perhatian lebih terhadap sekolah yang mereka minati untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut. Dalam lembaga pendidikan ciri khas suatu madrasah dapat menarik perhatian lebih oleh masyarakat sebagai pelanggan jasa pendidikan. Oleh karena itu madrasah harus mampu menciptakan suatu ciri khas yang membedakan dengan kompetitor lain yang sedarat sehingga madrasah tersebut menjadi madrasah unggulan yang dapat diminati masyarakat

c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat

Terbentuknya minat pada diri seseorang tidak lepas dengan sejumlah faktor yang mempengaruhinya. Berikut sejumlah faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat pada peserta didik, diantaranya yaitu:

1) Faktor Internal

Faktor ini timbul dalam diri seseorang yang mempengaruhi minatnya dalam lembaga pendidikan diantaranya:

⁴³Ebook: Rusydi Ananda dan Fitri Hayati, *Variabel Belajar: kompilasi konsep*, (Medan, Pusdikra MJ, 2020) hlm 143

a) Kebutuhan

Setiap minat biasanya akan memuaskan suatu kebutuhan dari kehidupan seseorang. Dimana bila kebutuhan itu semakin kuat maka mampu mendorong minat untuk bertahan lebih lama.⁴⁴ Adapun hubungan kebutuhan dengan pendidikan yakni masyarakat membutuhkan pendidikan yang berkualitas bagi anak mereka yang akan menjalani kehidupan dalam lingkungan masyarakat yang milenial sekaran ini yang memberikan tuntutan untuk kecerdasan, kecakapan serta karakter baik yang didapatkan dari pendidikan.

b) Motif/Dorongan

Motif yakni kondisi seseorang untuk mendorong melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan. Motif termasuk dalam faktor yang mampu memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih madrasah, sebab masyarakat sendiri mempunyai suatu tujuan dari hasil pendidikan terhadap anak mereka. Motif ini berkaitan dengan tujuan,

⁴⁴Dasman Yanuri, "Minat Masyarakat Menyekolahkan Anaknya Kesekolah Menengah Pertama (SMP) Dan Madrasah Tsanawiyah (MTS) di Kecamatan Semidang Gumay Kabupaten Kaur", *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, (Vol.1, No. 2, 2016), Hlm 4

melalui keberadaan tujuan inilah dapat mendorong masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka pada madrasah yang diinginkan.

2) Faktor Eksternal

Faktor ini timbul dari luar diri seseorang yang mampu mempengaruhi minatnya, diantaranya:

a) Keluarga

Keluarga yakni media pembelajaran dalam keseharian seseorang, dimana ia akan selalu berinteraksi dengan keluarganya. Pengalaman yang didapat individu baik yang dialami, didengarnya maupun dilihat kerapakan ditiru oleh individu dalam bertingkah laku. Keluarga yaitu unit terkecil dari masyarakat yang terdiri anak dan orang tua yang mempunyai hubungan sosial yang didasarkan atas, perkawinan, ikatan darah, adopsi serta hidup dalam sebuah tempat dibawah satu atap dalam keadaan saling ketergantungan. Faktor dari keluarga yang mampu memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam meneruskan pendidikan yaitu pendidikan orang tua, ekonomi orang tua dan saudara.⁴⁵

⁴⁵Siti Khadijah dkk, “Analisis Minat Peserta Didik untuk Melanjutkan Pendidikan Tinggi”, *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, (Vol. 26, No. 2, 2017), Hlm 181

b) Sekolah

Sekolah sendiri menjadi kondisi yang ikut memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat. Pendidikan di masa mendatang akan dipergunakan siswa sebagai pembekalan untuk kehidupannya. Sehingga sekolah sendiri bukan sebatas memberi nilai namun juga mampu menyiapkan siswa dalam pembentukan karakternya agar dapat terjun dalam dunia masyarakat sesuai dengan kebutuhan zaman. Akan penting sekali untuk para orang tua ketika menentukan sekolah yang terbaik untuk anaknya. Adapun tujuh pertimbangan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan, yaitu Visi Misi Sekolah, tenaga pendidik, kondisi sekolah dan lingkungan sekitar, jarak sekolah, sesuai dengan kebutuhan dan karakter anak dan biaya yang dibutuhkan.

c) Lingkungan Sosial

Lingkungan yakni kondisi yang berkaitan dengan orang lain khususnya orang-orang yang berada disekitar. Hubungan ini timbul dikarenakan seseorang mempunyai suatu keunggulan atau daya tarik tertentu. Sehingga orang lain akan

simpati kepadanya.⁴⁶ Bentuk kehidupan masyarakat atau kondisi masyarakat dilingkungan madrasah ini sangat berpengaruh pada minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya.

B. Kajian Pustaka Relevan

Kajian ini menjadi sebuah sumber pustaka yang wujudnya berupa penelitian di masa lampau yang berkaitan pada permasalahan sekarang ini. Kajian pustaka ini berfungsi untuk mengemukakan secara sistematis hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa penelitian yang relevan untuk mendukung penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian Yuta Mutiah (2020) dalam skripsinya dengan judul “*Strategi Pemasaran dalam meningkatkan pengguna jasa layanan pendidikan di MTS Darul Ulum Waru Sidoarjo*”.⁴⁷ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi pemasaran di MTS Darul Ulum Waru diterapkan dengan langkah identifikasi pasar serta segmentasi pasar. Adapun dalam menunjang kenaikan pengguna jasanya, madrasah membentuk produk yang hendak ditawarkan yang

⁴⁶Zulkifli dan Nur Meifiani, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau”, *Jurnal Tabarru’*, (Vol. 4, No. 1, 2021) Hlm 294

⁴⁷Yuta Mutiah, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Lyanan Pendidikan di MTS Darul Ulam Waru Sidoarji”, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020)

mencangkup layanan, fasilitas dan sarana prasarana madrasa yang di promosikan melalui media online, offline dan keterlibatan pada kegiatan madrasah.

Kesamaan dari penelitian Mutiah pada penelitian kali ini yakni membahas strategi pemasaran untuk lembaga pendidikan. Sementara untuk perbedaannya yaitu penelitian Mutiah lebih memfokuskan pada bagaimana meningkatkan pengguna jasa layanan pendidikan melalui identifikasi pasar serta segmentasi pasar. Sementara penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

2. Penelitian Aditia Fradito (2016) dalam Tesisnya dengan judul "*Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan islam (studi multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang*" 2.)⁴⁸ Hasilnya memperlihatkan bahwa strategi pemasaran yang diimplementasikan untuk meningkatkan citra madrasah mencakup beberapa strategi yaitu strategi langsung, strategi tidak langsung, dan strategi pembiayaan. Strategi langsung yakni melakukann promosi dengan menyebarkan brosur, kalender, pamflet, pemasangan baliho, spanduk, media cetak

⁴⁸ Aditia Fradito, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Mulikasuk di SDI Surya Buana dan MIN Malang", *Tesis*, (Malang: Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016)

dan media televisi. Namun strategi yang paling efektif di SDI Surya Buana yaitu memperlihatkan pembuktian dengan kualitas lulusannya serta membentuk citra kepuasan pelayanan dengan cara *word of mouth (WOM)* berita dari mulut ke mulut, dimana mempunyai perbedaan dengan MIN Malang 2 dimana memprioritaskan power kepemimpinan dan *word of mouth (WOM)*.

Persamaan yang didapatkan dengan penelitian ini yakni membahas mengenai strategi pemasaran dalam pendidikan. Tetapi untuk perbedaannya dalam penelitian Aditia Fradito cenderung berfokus pada strategi langsung, strategi tidak langsung, dan strategi pembiayaan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan islam, sementara peneliti akan lebih memfokuskan pada strategi pemasaran produk dengan strategi diferensiasi serta tingkatan produk pendidikan untuk meningkatkan minat masyarakat di MI Maarif NU 1 Pageraji

3. Penelitian Fitriana Ahmad (2016) dalam skripsinya yang berjudul “*Manajemen pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik di Mi Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas*”.⁴⁹ Hasilnya memperlihatkan bahwasanya manajemen

⁴⁹Fitriana Ahmad, “Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas”, *Skripsi*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016)

pemasaran untuk meningkatkan penerimaan peserta didik menerapkan empat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Dalam tahap perencanaan MI Darul Hikmah mengadakan rapat dengan ketua yayasan, komite, guru dan karyawan untuk merencanakan program kerja yang akan dilaksanakan dan menyusun perangkat pemasaran, dalam pengorganisasian MI Darul Hikmah telah menyusun struktur organisasi panitia penerimaan peserta didik baru yang dibentuk melalui pembagian tugas dan mengeompokkan kegiatan, tahap penggerakan MI Darul Hikmah menggunakan bauran pemasaran serta untuk tahap pengawasan dilaksanakan langsung oleh kepala sekolah setiap bulannya untuk mendapatkan laporan kegiatan baik secara lisan maupun tulisan.

Persamaan yang peneliti dapatkan yakni membahas pemasaran dalam lembaga pendidikan. Sementara untuk perbedaannya yakni penelitian Fitriana Ahmad lebih memfokuskan pada manajemen pemasaran dalam pendidikan sementara penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi pemasaran produk pendidikan untuk meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

4. Penelitian Iffah Af'idah dalam Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam Vol. 01, No. 01, 2020 yang berjudul

“Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di MI Plus Darul Falah”.⁵⁰ Hasil yang didapatkan menjelaskan bahwasanya strategi pemasaran yang diimplementasikan untuk meningkatkan minat siswa yakni melalui promosi pada saat penerimaan siswa baru maupun diluar penerimaan peserta didik baru. Promosi ketika penerimaan peserta didik baru hanya dilakukan pada tahun pertama dan kedua dengan menyebarkan brosur, banner, maupun mendatangi ke TK. Sedangkan promosi diluar penerimaan peserta didik baru misalnya menyebarkan seluruh kegiatan ke media sosial dan paguyuban, serta dalam meningkatkan minat peserta didik juga dilakukan dengan bauran pemasaran.

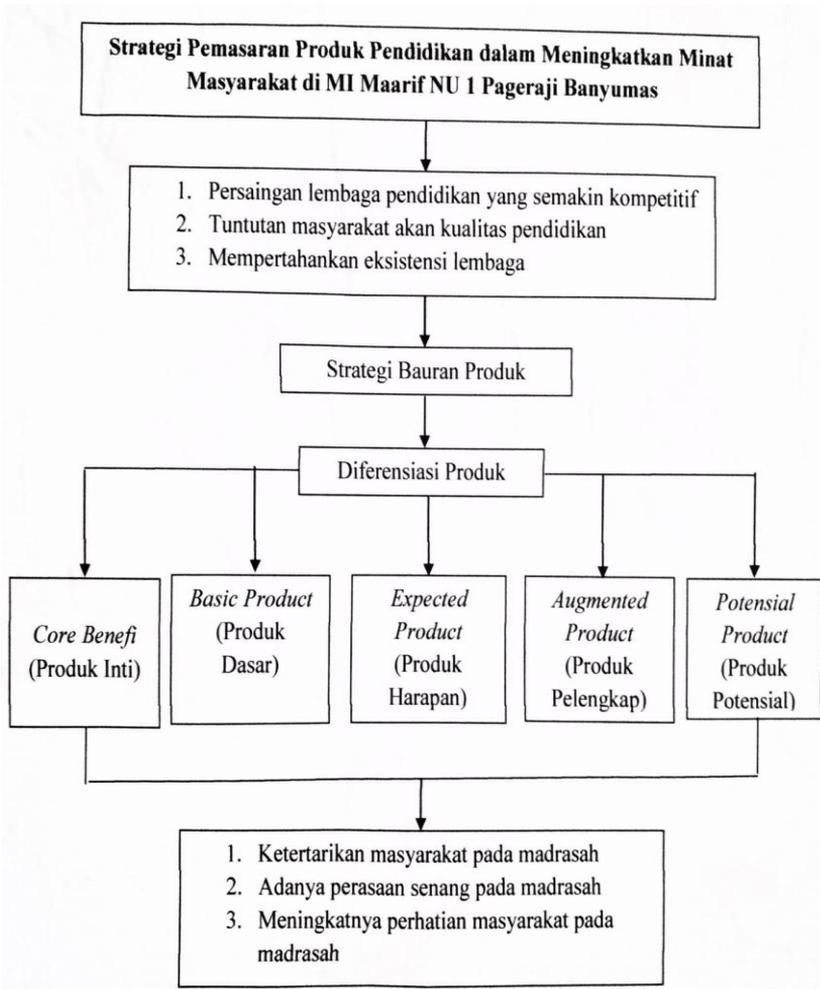
Persamaan yang peneliti dapatkan yakni membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat pelanggan. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pertama dalam penelitian ini hanya fokus pada strategi pemasaran produk pendidikan sementara penelitian Iffah Afidah membahas mengenai promosi dan bauran pemasaran. Perbedaan kedua, lokasi penelitian yang berbeda yang tentu hasil yang diperoleh akan berbeda.

Mengacu pada kajian pustaka diatas menunjukkan bahwa penelitian kali ini mempunyai perbedaan dengan

⁵⁰Iffah Afidah, “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di MI Plus Darul Falah”, *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, (Vol. 01, No. 01, 2020)

penelitian terdahulu. Adapun penelitian kali ini lebih cenderung berfokus terhadap strategi pemasaran produk yang dilakukan madrasah untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

C. Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan Penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif yaitu salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang-orang (subjek) baik berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati.⁵¹ Jenis penelitian ini termasuk jenis deskriptif, yakni penelitian yang memberikan gambaran serta ringkasan dari berbagai kondisi, situasi ataupun berbagai variabel. Seperti dalam pandangan Wina Sanjaya, penelitian kualitatif yakni sebuah metode yang diterapkan untuk memberikan gambaran yang mendalam serta utuh tentang realitas sosial dan berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga tergambar ciri, karakter, sifat, dan model dari fenomena tersebut.⁵²

Dalam penelitian kualitatif ini, pada penyajian datanya dilakukan dengan cara mendeskripsikan data dalam kata-kata dan bahasa tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu mengenai strategi pemasaran produk pendidikan

⁵¹Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hlm 9

⁵²Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm 47

dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Cilongok Banyumas.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, di mana berlokasi di Jalan Raya Pageraji No 10 RT 02 RW 04 Desa Pageraji Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Letak madrasah ini cukup strategis karena lokasinya berada di pusat kota serta mudah dijangkau oleh masyarakat. Lembaga pendidikan swasta ini merupakan salah satu madrasah ibtidaiyah unggulan di wilayah kabupaten Banyumas Jawa Tengah dengan memperoleh akreditasi A.

Sementara itu waktu yang peneliti gunakan untuk melaksanakan penelitian yakni kurang lebih 3 minggu, dari 22 Agustus 2022 sampai 10 September 2022.

C. Sumber Data

Sumber data yang peneliti maksud di sini yakni subjek dari mana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data penelitian ini dikelompokkan dalam dua jenis yaitu sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni sumber data yang mencakup data utama yang diperoleh secara langsung di lapangan. Dalam penelitian, sumber data utama dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif sumber utama

yaknitindakan serta kata-kata dari seseorang yang diwawancarai serta diamati.⁵³

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi secara langsung dan wawancara peneliti terhadap kepala madrasah, waka kurikulum, guru, wali murid dan siswa terkait strategi pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan segala bentuk dokumen seperti foto ataupun dalam bentuk tertulis. Data sekunder ini untuk melengkapi sumber-sumber utama dan tidak bisa diabaikan baik dalam suatu penelitian, terutama dokumen tertulis seperti buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Pada penelitian ini sumber data sekunder yaitu berupa arsip resmi madrasah, data dokumentasi, artikel jurnal, buku yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Maarif NU 1 Pageraji Banyumas.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang akan diteliti dalam sebuah kegiatan penelitian untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas. Sehingga dalam penelitian ini harus ada fokus yang dijadikan sebagai kajian dalam penelitian.

⁵³Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm 72

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas. Produk pendidikan di sini yaitu berupa program pendidikan yang ditawarkan MI Maarif NU 1 Pageraji untuk menarik minat masyarakat di wilayah Pageraji.

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Adapun untuk memperoleh data, peneliti menggunakan beberapa teknik penelitian yang diantaranya:

1. Wawancara

Menurut Esterberg wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data secara langsung kepada informan dengan meminta keterangan atau jawaban terkait fokus dan tujuan penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Teknik wawancara yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yakni teknik wawancara terstruktur, yaitu teknik wawancara di mana peneliti sebelumnya mempersiapkan instrumen penelitian yang mencakup beberapa pertanyaan tertulis yang kemudian ditanyakan ke informan.⁵⁴ Metode ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara mengadakan

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018) hlm 231-234

wawancara dengan orang-orang yang peneliti anggap penting yang berhubungan dengan data penelitian. Metode iniditerapkan demi memperoleh data terkait strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

Wawancara disini tidak hanya dilakukan dengan satu responden, akan tetapi peneliti melakukan wawancara kepada kepala madrasah, waka kurikulum, guru, wali murid dan siswa di MI Maarif NU 1 Pageraji Banyumas.

2. Observasi

Teknik observasi yakni kemampuan seseorang untuk melakukan pengamatan melalui hasil kerja panca indra mata, telinga, serta dibantu dengan panca indra lainnya untuk memperoleh data yang diperlukan.⁵⁵ Observasi menjadi bagian yang terpenting dalam penelitian yang harus dilakukan oleh peneliti, karena dengan observasi peneliti dapat melihat dan merasakan langsung keadaan yang ada.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dengan melakukan pengamatan pada beberapa kegiatan yang mempunyai kaitan pada strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat. Dalam observasi ini peneliti menggunakan alat bantu berupa buku catatan, kamera, dan perekam suara. Observasi ini

⁵⁵Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hlm 37

dilakukan untuk melihat keadaan secara nyata obyek yang diteliti sehingga dapat membantu memperoleh data yang mungkin belum terungkap di sesi wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pada sebuah penelitian kualitatif akan melengkapi teknik wawancara serta observasi. Dokumentasi yakni karya atau catatandari seseorang tentang suatu hal dimasa lampau, dimana dapat berbentuk tulisan, gambar *artefacts*, ataupun foto. Dokumentasi meliputi proses pengumpulandsta ataupun dokumen yang dibutuhkan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam sehingga mampu menambah dan mendukung kepercayaan untuk membuktikan suatu kejadian.⁵⁶

Metode dokumentasi ini peneliti gunakan untuk menggali informasi dari dokumen yang madrasah miliki untuk menunjang penelitian seperti foto ataupun video kegiatan, data peserta didik, data pendidik dan tenaga kependidikan, data prestasi dan lain-lainya. Metode ini juga digunakan untuk mengumpulkan dekomen mengenai strategi pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

⁵⁶Umar Sidiq Dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), Hlm 73

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu pengecekan keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui pengecekan keabsahan data kepercayaan penelitian kualitatif dapat dicapai. Pengecekan keabsahan data ini yakni mengecek ulang data yang sudah terkumpul.

Adapun dalam menentukan absah tidaknya sebuah data bisa dipergunakan teknik triangulasi, Triangulasi yakni teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁵⁷ Hal ini dilakukan peneliti demi menguji kredibilitas data yang telah diperoleh. Uji triangulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data. Adapun triangulasi yang peneliti pergunakan yakni:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berarti menguji kredibilitas sumber dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari berbagai sumber tersebut akan dideskripsikan dan dikategorikan mana pandangan yang sama, berbeda, dan spesifik dari sumber-sumber tersebut.⁵⁸

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 241

⁵⁸Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hlm 47

Peneliti di sini melakukan pengecekan data yang berasal dari wawancara dengan kepala madrasah, waka kurikulum, guru, wali murid dan siswa. Kemudian peneliti mengecek hasil wawancara melalui hasil pengamatan yang dilakukan selama waktu penelitian. Selanjutnya data yang diperoleh diklasifikasikan mana yang sama, berbeda dan spesifik dari beberapa sumber yang diteiti. Data ini dianalisis hingga serta dideskripsikan sampai mendapatkan suatu kesimpulan.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik berarti menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.⁵⁹ Adapun pada pelaksanaannya, peneliti memperoleh data yang berasal dari wawancara, selanjutnya peneliti cek dengan hasil observasi dan juga dokumentasi yang dilakukan selama masa penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Maarif NU 1 Pageraji. Sehingga teknik dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang samadengan teknik yang berbeda, yakni melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Hal ini dilakukan guna mendapatkan uji kebenaran dan kredibilitas data.

⁵⁹Umar Sidiq Dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), Hlm 95

G. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen menjelaskan bahwa analisis data yakni sebuah proses penyelidikan dan pengaturan secara sistematis data yang didapatkan melalui catatan lapangan, hasil wawancara, dan material-material yang peneliti kumpulkan untuk mengembangkan pemahaman pada semua hal yang dikumpulkan serta memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan.⁶⁰ Sedangkan Sugiyono menjelaskan, analisis data yakni sebuah langkah untuk menemukan, menyusun secara sistematis data yang didapat melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, penjabaran menjadi unit tertentu, menyusun menjadi pola, melakukan sintesa, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶¹ Bisa dikatakan bahwasannya analisis data kualitatif yakni sebuah usaha dalam mengungkap makna data penelitian melalui pengumpulan data sesuai dengan klasifikasi tertentu.

Adapun analisis data dalam penelitian ini melalui penerapan model Miles and Huberman yakni analisis data yang dilakukan dengan terus menerus hingga mendapatkan sebuah data

⁶⁰Rulam Ahmadi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2014), Hlm 229-230

⁶¹Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 236-237

yang valid.⁶² Proses dari analisis data yang dilakukan peneliti diantaranya:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu suatu bentuk analisis yang memilih mempertajam, memfokuskan, menyusun dan membuang data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi.⁶³ Reduksi data berarti membuat rangkuman, memilih hal yang pokok, memfokuskan hal yang penting. Sehingga data yang telah direduksi mampu memberi gambaran secara jelas sekaligus memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data berikutnya. Peneliti dalam tahap ini merangkum data-data hasil lapangan mengenai strategi pemasaran produk pendidikan yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas. Reduksi ini dilakukan untuk memudahkan peneliti ketika mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian atau cerita rinci dari narasumber sesuai dengan pandangan atau ungkapan dengan apa adanya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 246

⁶³Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm 130

bentuk singkat bagan ,uraian,hubungan antar kategori dan sejenisnya.⁶⁴

Penyajian data ini ditujukan untuk memilih data sesuai dengan data penelitian tentang strategi pemasaran produk pendidikan dalam menarik minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas dan dengan mendisplay data maka bisa memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan (*verification*)

Langkah terakhir dari kegiatan analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan dengan mengumpulkan data, mencermati dan mengembangkan pola pikir yang peroleh dari hasil observasi dan wawancara yang kemudian dianalisis secara teliti, cermat dan akurat. Sehingga dalam penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini menjawab semua rumusan masalah mengenai strategi pemasaran produk pendidikan dalam menarik minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

⁶⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 249

BAB IV

DESKRIPSI DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum MI Ma'arif NU 1 Pageraji

1. Sejarah Berdirinya MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Awal mula dari pendirian MI Ma'arif NU 1 Pageraji berlangsung semenjak penjajahan Belanda berlangsung, yakni melalui terbentuknya madrasah sore ataupun Madrasah Diniyah pada grumbul Dukuh Renteng di kediaman Ky. H. Abdullah Sukri. Madrasah ini hanya sebatas memberikan pembelajaran agama, dimana santri ataupun siswa ketika itu asalnya dari wilayah Pageraji serta sejumlah daerah sekitar dikarenakan keterbatasan tenaga pengajar ataupun kyai yang turut mengelola Madrasah.

Bersama dengan penambahan santri ataupun siswa mengharuskan madrasah berpindah tempat di kediaman H. Khambali yang memiliki ruangan lebih besar dalam melaksanakan pembelajaran. Hingga kemerdekaan dari Indonesia di tahun 1945, pelaksanaan pengajaran masih berlangsung dengan normal, tetapi jumlah santri sempat mendapati penurunan dikarenakan terdapatnya gejolak era kemerdekaan, dimana kemudian mulai bangkit lagi di tahun 1990-an. Sejumlah tahun selanjutnya, para tokoh masyarakat serta kyai berinisiatif untuk membuat madrasah menjadi sekolah formal dengan pengakuan pemerintah serta kembali berpindah tempat ke Grumbul Dukuh Renteng.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji dibangun semenjak tahun 1955 melalui nama MWB (Madrasah Wajib Belajar) yang berlokasikan di daerah pageraji sisi utara, yakni pada Grumbul Dukuh Renteng dengan dipelopori H. Abdul Rouf, K.H. Muhammad Nuh, H. Abdul Hayi, Ky. H. Abdullah Sukri dengan kepada madrasah yang pertama yakni Bapak Hamid Siswo Darsono, sementara untuk tenaga pendidik yang ada ketika itu hanya sebatas 3 orang. Awal MWB berdiri mempunyai sekitar 30 siswa.

MWB di tahun 1959 kemudian berganti nama sebagai MI Ma'arif NU 1 Pageraji dikarenakan ketika itu nama dari lembaga MWB diharuskan mencukupi sejumlah syarat yang Departemen Agama tetapkan, yakni diharuskan mempunyai gedung, tanah, lahan pertanian, peternakan, serta perikanan dengan kepemilikan sendiri. Padahal kala itu tanah dari MWB menumpang tanah kepemilikan H. Hambari, dimana tanah tersebut tidak diperbolehkan untuk dibeli ataupun disewa, tetapi H. Hambari mengizinkan MWB untuk mempergunakan tanahnya untuk pelaksanaan pembelajaran. Gedung yang dipergunakan siswa MWB kemudian di sore harinya dipergunakan untuk aktivitas mengaji melalui nama Madrasah Ibtidaiyah. Kemudian dikarenakan MWB tidak mencukupi persyaratan sebagai lembaga pendidikan resmi, selanjutnya MWB mendapati perubahan sebagai MI Ma'arif NU 1 Pageraji bersama izin untuk operasional serta berpindah

dijalan raya Pageraji No. 10 hingga saat ini di tanah wakaf yang H. Abdul Qodir berikan.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji yakni kepemilikan masyarakat dari Pageraji dengan pengelolaan yang dipasrahkan ke pengurus serta komite madrasah, yang mempunyai tanggung jawab untuk menyampaikan laporan terkait seluruh kegiatan dari MI Ma'arif NU 1 Pageraji ke Lembaga Pendidikan Maarif di Banyumas. Artinya, MI Ma'arif NU 1 Pageraji secara administrasi berinduk pada Lembaga Pendidikan Maarif di Banyumas.

Keadaan awal dari MI Ma'arif NU 1 Pageraji termasuk cukup sederhana dengan keterbatasan pada prasarana, sarana, maupun gedung. Tetapi dengan kerja sama diantara komite, pengurus, tenaga pendidik, kepala sekolah, donatur, dan keikutsertaan masyarakat, madrasah mampu meraih peningkatan setiap tahunnya baik untuk gedung hingga prasarana sarannya. Bahkan sekarang MI Ma'arif NU 1 Pageraji sendiri mempunyai hingga 36 tenaga pendidik dan kependidikan.

Bersama dengan zaman yang terus berkembang, MI Ma'arif NU 1 Pageraji mengalami perubahan pada statusnya, dimana tahun 1978 statusnya terdaftar selaras pada SK Departemen Agama No.K/268/III/1975. Kemudian di tahun 1994 statusnya diakui selaras pada SK Departemen Agama No. MK.19/5.a/PP.01.1/1289/1994. Tahun 2000 statusnya

disamakan selaras pada SK Departemen Agama No. MK.19/5.a/PP.01.1/619/2000. Tahun 2009 meraih Akreditasi B serta berubah menjadi A di tahun 2013 melalui SK dari BSNP 101/BapSM/XI/2013.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji juga mendapati sejumlah pergantian pimpinan, dari Bapak Abdul Khamid, Sirwan, Sahlan Ahmad, H. Mastur, serta Mudasir yang kelimanya bukanlah pegawai negeri. Kemudian berlangsung pengangkatan oleh yayasan terhadap Ibu Nafisah, A.Ma di tahun 1981 selaku kepala MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Semenjak juli 1988 beliau. Ma baru Departemen Agama angkat sebagai kepala madrasah. Kemudian Bapak Akhmad Thontowi, S.Pd.i diangkat selaku kepala madrasah dari tahun 2009 hingga saat ini.

Setiap tahunnya kualitas dari MI Ma'arif NU 1 Pageraji terus mendapati kemajuan serta tidak lagi kalah saing pada sekolah lain. Kondisi ini terbukti melalui banyaknya prestasi yang telah diraih baik dalam perlombaan tingkat kecamatan hingga provinsi.

2. Letak Geografis MI Ma'arif NU 1 Pageraji

MI Ma'arif NU 1 Pageaji mempunyai posisi yang termasuk strategis dikarenakan bisa dijangkau secara mudah mempergunakan kendaraan pribadi ataupun umum, dimana letaknya di tepi jalan raya penghubung Ajibarang dengan Purwokerto. MI Ma'arif NU 1 Pageraji berlokasi cukup

berdekatan yakni berkisar 2 km pada pusat kota (Kecamatan), dimana beralamatkan di jalan raya Pageraji No. 10 RT 2 RW 4 Desa Pageraji Kecamatan Cilongok, 53162 telepon (0281) 655239. Adapun sejumlah batasan dari wilayah MI Ma'arif NU 1 Pageraji diantaranya:

- a. Sebelah Selatan : Tanah kebun milik bapak H. Rakis
- b. Sebelah Utara : Jalan raya Pageraji (penghubung Purwokerto-Ajibarang)
- c. Sebelah Timur : Tanah serta rumah bapak H. Rakis
- d. Sebelah Barat : Tanah serta rumah bapak Achmad Nafii dan bapak Miftahul Jannah

3. Visi, Misi dan Tujuan MI Ma'arif NU 1 Pageraji

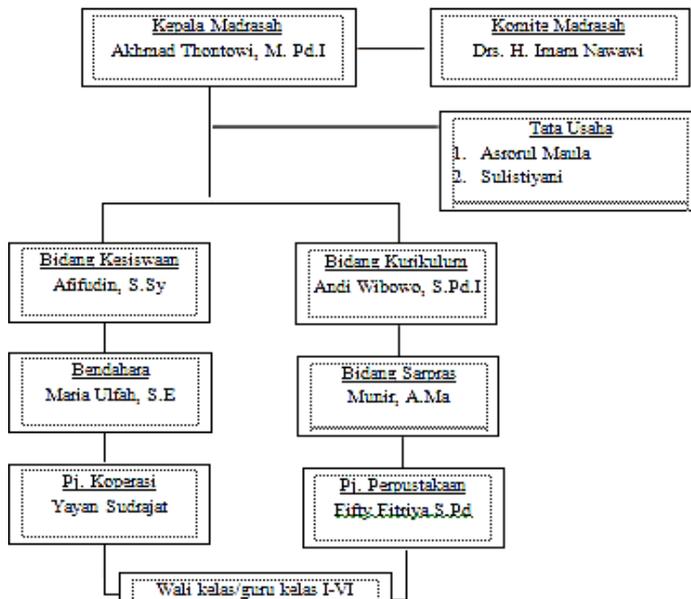
Adapun dalam meraih tujuan pendidikan yang dilaksanakan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, maka diperlukan visi, misi dan tujuan madrasah. Visi, misi dan tujuan MI Ma'arif NU 1 Pageraji tersebut adalah :

- a. Visi MI Ma'arif NU 1 Pageraji
"Terbentuknya Generasi Yang Muttaqin Berfaham Ahlussunah Wal Jamaah Annahdhiyyah, Unggul Dalam Bidang Akademik, Iptek, Seni Budaya dan Olah Raga"
- b. Misi MI Ma'arif NU 1 Pageraji
 - 1) Memiliki pengetahuan religi paham Ahlussunah wal jamaah an Nahdliyyah bagi peserta didik yang baik untuk bekal di masa depan
 - 2) Memiliki budaya keagamaan yang kuat

- 3) Memiliki keunggulan prestasi akademik dengan berbagai model pembelajaran
- 4) Memiliki kelompok seni budaya dan olahraga untuk mengembangkan bakat minat

4. Struktur Organisasi

Bagan 4.1
Struktur Organisasi
MI Ma'arif NU 1 Pageraji



5. Keadaan Guru, Tenaga Kependidikan dan Siswa

a. Keadaan Guru dan Tenaga Kependidikan

Guru termasuk elemen dari pendidikan sekaligus menjadi faktor dengan pengaruh besar dalam mewujudkan tujuan pendidikan. Jumlah tenaga pendidik di MI Maarif NU 1 Pageraji sejumlah 37 orang dengan rincian, dua

puluh Sembilan tenaga pendidik Pegawai Negeri Sipil (PNS), dua tenaga pendidik non PNS, dan enam tenaga kependidikan

b. Keadaan Siswa

Adapun peserta didik di MI Ma'arif NU 1 Pageraji pada tahun pelajaran 2022-2023 berjumlah 655 orang dengan 25 rombongan belajar yang terdiri dari kelas I, kelas II, kelas II, kelas III, kelas IV, kelas V, dan kelas VI.

Berkenaan dengan data peserta didik di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Data Siswa MI Ma'arif NU 1 Pageraji
Tahun Pelajaran 2022-2023

Kelas	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa
1	4	111
2	4	99
3	5	125
4	4	110
5	4	115
6	4	9
Jumlah	25	655

6. Pengembangan Bakat dan Minat Peserta Didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Pembelajaran dalam MI Ma'arif NU 1 Pageraji dilaksanakan dengan mengacu pada kurikulum

2013(kurtilas).Adapun program-program yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji diantaranya:

a. ProgramKBM(Kegiatan Belajar Mengajar)

Kegiatan belajar mengajar di MI Ma'arif NU 1 pageraji meliputi mata pelajaran antara lain : tematik untuk kelas rendah (PKN, Bahasa Indonesia, SBDP, Matematik dan PJOK) tematik untuk kelas tinggi (PKN, Bahasa Indonesia, Ilmu Pengetahuan Alam, Ilmu Pengetahuan Sosial, dan SBDP), Matematika, Bahasa Inggris, Bahasa Jawa, PJOK, Akidah Akhlak, Fiqih, Sejarah Kebudayaan Islam, Alquran Hadits, Bahasa Arab dan Ke-NU-an atau aswaja sebagai ciri khusus lembaga pendidikan maarif.

b. Program Ekstrakurikuler

Kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan keterampilan kepada siswa di luar jam pelajaran madrasah. Adanya kegiatan ekstrakurikuler ini memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, bakat dan minat peserta didik.

Berkenaan dengan pengembangan bakat dan minat peserta didik yang dilakukan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, pihak madrasah memberikan alokasi waktu 1 hari dalam satu minggu, yaitu pada hari Sabtu dari pukul

10.00 sampai dengan pukul 12.00 WIB. Beberapa program ekstrakurikuler tersebut dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Penanggung Jawab Kegiatan Ekstrakurikuler MI Ma'arif
NU 1 Pageraji Tahun pelajaran 2022/2023

No	Uraian Kegiatan Ekstrakurikuler	Penanggungjawab
1.	Hadroh	Muhibul Islah
2.	Pramuka	Kori Aryani, S.Pd.I Minanurrohman, S.Pd.I
3.	Drum Band	Hidayatul Mufidah, S.Pd.I Muhson, S.Pd.I Kori Aryani, S.Pd.I
4.	Seni Baca Al-Quran	Munir, A.Ma
5.	Seni Tari	Arifin, S.Pd.I
6.	Seni Lukis	Ully Maulida, S.Pd.I
7.	Kentongan	Laeli Muminatul Khoeriyah, S.Pd.I
8.	Voly	Asrorul Maula
9.	Takraw	Afifudin, S.Sy
10	Catur	Zulfa Binta Khasanah, S.Pd.I

B. Deskripsi Data Khusus

1. Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Keputusan dasar dalam memasarkan suatu produk yaitu dengan merancang produk yang akan ditawarkan. Produk menurut Kotler yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.⁶⁵

Konteks produk dalam lembaga pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada *stakeholder* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penawaran untuk suatu produk diharuskan memiliki diferensiasi atau memberi hal berbeda bila dibanding penawaran kompetitor. Suatu produk yang memiliki perbedaan yang unik akan menjadi ketertarikan tersendiri bagi pelanggan. Maka diferensiasi produk tersebut dilakukan untuk menarik minat pelanggan terhadap lembaga pendidikan.

Dalam merancang suatu produk pendidikan langkah awal yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji yaitu menganalisis lingkungan sekitar untuk memperoleh ide atau

⁶⁵Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008) Hlm 154

inovasi untuk merancang program yang selaras dengan visi dan misi madrasah dan dapat masyarakat terima, serta mampu memebrikan kepuasan bagi masyarakat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Akhmad Thontowi selaku kepala madrasah, beliau yang menyatakan bahwa:

“Dalam merancang suatu program pendidikan jelas berpangkal pada visi dan misi madrasah. Kami melakukan beberapa tahapan-tahapan yaitu yang pertama tim pengembang madrasah dan kepala madrasah melakukan analisis kebutuhan lingkungan terlebih dahulu diawal tahun pembelajaran untuk menentukan rancangan program kerja. Kedua, tim pengembang madrasah berkoordinasi dengan kepala madrasah terkait program kerja yang akan menjadi prioritas atau menjadi keunggulan madrasah . Ketiga tim pengembang madrasah dan tim kurikulum melakukan analisis dokumen satu kurikulum, dank e empat hasil dari analisis tersebut kemudian dikomunikasikan bersama dengan dewan guru dan disosialisasikan”.⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara diastas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan suatu produk, MI Ma'arif NU 1 Pageraji melaksanakan kajian yang mendalam atau mengidentifikasi kebutuhan melalui kultur lingkungan sekitar yang nantinya akan dijadikan patokan desain program madrasah serta ditawarkan kepada masyarakat. Dalam suatu program pendidikan juga mengacu pada visi dan misi madrasah. Madrasah berupaya membangun serta membentuk

⁶⁶ Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Akhmad Thontowi Hari Jum'at, 26 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB

karakter keagamaan sebagai perwujudan dari visi dan misi madrasah yakni karakter keislaman yang terwujud dalam akhlakul karimah seorang anak.

Adapun produk pendidikan yang ditawarkan MI Ma'arif NU 1 Pageraji kepada masyarakat diantaranya:

a. Program Unggulan

Dalam mewujudkan madrasah yang mampu bersaing dengan madrasah lain diperlukan suatu hal berbeda yang dapat dijadikan sebagai ciri khas atau daya tarik masyarakat salah satunya yaitu dengan membuat program unggulan. Adapun program unggulan ini ditujukan untuk membuat sekolah menjadi unggul sekaligus menghasilkan output yang berpendidikan.

MI Ma'arif NU 1 Pageraji memiliki program unggulan berupaprogram *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ). Program unggulan ini dari tahun ketahun selalu berkembang, seperti penjelasan Bapak Akhmad Thontowi selaku kepala madrasah, beliau mengatakan bahwa:

“Kami memiliki program unggulan yaitu *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ). Saat ini program tersebut sudah berjalan selama enam tahun. Program ini mencakup semua aktivitas keagamaan yang wajib dijalankan oleh semua warga madrasah yaitu mulai dari pendidik dan tenaga kependidikan serta melibatkan seluruh peserta didik. Dalam program ini ada 3 jenis kegiatan, yaitu tahfidz, BTA dan ubudiyah.

Program unggulan ini juga menjadi salah satu cara madrasah untuk menarik minat masyarakat karena program tahfidz ini menjadi salah satu program yang banyak diminati masyarakat saat ini. Para orang tua banyak yang menginginkan putra-putrinya menjadi penghafal Al-Quran, maka madrasah membuat program ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjadi salah satu strategi madrasah”.⁶⁷

Pernyataan diatas diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Andi Wibowo selaku ketua bidang kurikulum di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, beliau menyatakan bahwa:

“Program *Roudhatul Tilawatil Qur’an* (RTQ) menjadi program unggulan yang ada di madrasah ini dan menjadi salah satu program yang banyak diminati oleh masyarakat. Terdapat 3 jenis kegiatan dalam program RTQ ini yaitu tahfidz, BTA dan ubudiyah. Program ini ditujukan untuk peserta didik mulai dari kelas I sampai kelas VI. Harapannya dengan adanya program ini orang tua siswa juga ikut mendukung sepenuhnya serta turut aktif dalam memantau kebiasaan peserta didik ketika berada dirumah”.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa program unggulan yang dimiliki MI Ma’arif NU 1 Pageraji yakni program *Roudhatul*

⁶⁷Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Akhmad Thontowi Hari Jum’at, 26 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB

⁶⁸Wawancara dengan ketua bidang Kurikulum MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

Tilawatil Qur'an (RTQ). Program tersebut merupakan program yang memfokuskan pada Al-Qur'an, seperti hafalan Al-Qur'an, cara cepat dalam mempelajari dan membaca Al-Qur'an, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan peribadahan. Program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) menjadi salah satu program yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya di wilayah Cilongok serta menjadi strategi madrasah untuk menarik minat calon peserta didik baru.

Berdasarkan hasil observasi terkait program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) ini terbagi menjadi 3 kegiatan yaitu tahfidz (hafalan Al-Qur'an), BTA (baca Tulis Al-Qur'an) dan Ubudiyah. Kegiatan tersebut sebagai berikut:

1) Program Tahfidz

Program tahfidz (hafalan Al-Qur'an) ini dimulai dari juz 30 yang diperuntukkan bagi semua siswa MI Ma'arif NU 1 Pageraji dari kelas I sampai kelas VI yang sudah lulus seleksi, sementara siswa lainnya mengikuti kegiatan tahsin. Di setiap kelas tahfidz ini terdapat tiga guru pembimbing di mana masing-masing guru pembimbing mengampu maksimal 10 siswa. Siswa di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dibiasakan untuk menghafalkan Al-Qur'an. Setiap siswa dibimbing dalam hafalannya sehingga

harapannya sesudah lulus dapat mencapai target yang harus mereka dicapai. Melalui wawancara bersama Bapak Munir sebagai salah satu dari guru pengampu program RTQ, beliau mengatakan bahwa:

“Kegiatan tahfidz (hafalan Al-Qur’an) di mulai dari juz 30, peserta didik dibiasakan untuk menghafalkan Al-Qur’an. Masing-masing peserta didik dibimbing dalam hafalannya sehingga diharapkan setelah lulus dapat mencapai target hafalan sebanyak dua setengah juz. Agar anak-anak dapat menghafalkan dengan baik, tentunya ada beberapa cara yang kami lakukan, seperti dalam kegiatan pembiasaan setiap pagi yaitu dengan memperdengarkan Ayat-ayat Al-Qur’an atau melakukan muroja’ah setiap hari baik disekolah maupun dirumah”.⁶⁹

Program Tahfidz ini diperkuat dengan adanya dokumentasi pelaksanaan kegiatan⁷⁰, yaitu sebagai berikut

⁶⁹Wawancara dengan Bapak Munir, Selaku Guru Mapel di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 6 September 2022, Pukul 10.00 Wib

⁷⁰Dokumentasi Kegiatan *Roudhatul Tilawatil Qur’an* (RTQ), Hari Sabtu 3 September 2022



Gambar 4.1 Kegiatan RTQ Program Tahfidz

2) Program BTA (Baca Tulis Al-Qur'an)

Program ini merupakan perogram bimbingan membaca dan menulis Al-Qur'an. Siswa dibiasakan untuk membaca Al-Qur'an dalam setiap harinya dan juga terampil menulis lafadz Al-Qur'an. Hasil wawancara bersama bapak Munir selaku salah satu guru pengampu program RTQ menjelaskan bahwa:

“Kegiatan BTA diperuntukkan untuk semua siswa dari kelas I sampai kelas V yang mana waktu pelaksanaannya biasanya di sela-sela pelajaran. Terkadang juga setelah jam pelajaran. Kegiatan BTA ini dibimbing oleh tiga guru setiap kelasnya. Seorang guru berperan sebagai *leader* yang bertugas untuk pengendali siswa dan mengkondisikan kelas, dua guru lainnya berperan sebagai guru ngaji yaitu menyimak siswa yang mendapat giliran untuk mengaji. Banyak siswa yang diampu oleh

masing-masing guru ngaji yaitu separuh dari jumlah siswa dalam satu kelas”.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya program baca tulis Al-Qur’an (BTA) dibimbing oleh 3 guru disetiap kelas. Seorang guru tersebut berperan sebagai *leader* yang tugasnya mengendalikan siswa serta mengkondisikan ruang kelas, sementara dua guru lainnya membantumendengarkan bacaan dari siswa yang sedang mengaji. Dalam program BTA ini juga ada beberapa target yang diharapkan dapat dicapai oleh siswa.

Program ini diperkuat dengan hasil observasi peneliti yang mana terdapat kegiatan pelaksanaan BTA yang dilaksanakan di sela-sela pembelajaran dikelas dan di bombing oleh setiap guru kelas.

3) Program Ubudiyah

Program ubudiyah ini merupakan program pembiasaan yang berkaitan dengan fikih-fikih dalam peribadahan, contoh dalam bertaharah (bersuci), wudlu, dan shalat (shalat wajib dan sunnah). Program ini diikuti oleh seluruh siswa kelas IV dan V. Materi dalam program ini bersumber dari kitab Mabadiul

⁷¹Wawancara dengan Bapak Munir, Selaku Guru Mapel di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 6 September 2022, Pukul 10.00 Wib

Fiqih serta kitab Safinah sebagai pelengkap. Praktek program ubudiyah ini dilaksanakan sebelum pembelajaran berlangsung, dimana siswa dibiasakan untuk berwudlu kemudian melaksanakan shalat sunnah dhuha dan shalat dzuhur berjamaah.⁷² Kegiatan ubudiyah yang telah berjalan dengan baik dapat dilihat pada dokumentasi⁷³dibawah ini:



Gambar 4.2 Belajar Kitab Al Madiul Fiqhiyyah

b. Program Penciptaan Lingkungan Religius

Program ini ditujukan bagi semua warga madrasah.MI Ma'arif NU 1 Pageraji berupaya memberikan pembiasaan religius kepada para siswa agar dimanapun mereka berada dapat menempatkan diri sesuai dengan pembiasaan yang telah diajarkan di madrasah.Waktu pelaksanaannya setiap hari baik hari

⁷²Wawancara dengan ketua bidang Kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

⁷³Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan RTQ Program Ubudiyah dikutip pada Hari Sabtu 6 September 2022

efektif belajar maupun bukan hari efektif belajar. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya:

1) Memperdengarkan Bacaan-bacaan Al-Qur'an

Kegiatan ini dilaksanakan di pagi hari sebelum memulai pembelajaran. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Munir, beliau mengatakan bahwa:

“Setiap pagi ada petugas yang mempersiapkannya. Bacaan ayat-ayat Al-Qur'an yang diperdengarkan dalam setiap harinya selalu berganti-ganti. Hal ini dimaksudkan agar seluruh warga madrasah khususnya peserta didik lebih menyukai Al-Qur'an dari pada sekedar musik-musik yang kurang bermanfaat, selain itu juga sebagai sarana untuk memudahkan dalam menghafalkan ayat-ayat Al-Qur'an terutama suratan pendek”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa padaprogram penciptaan lingkungan religius di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini dengan memperdengarkan bacaan Al-Qur'an setiap pagi dan sebagai sarana dalam mempermudah siswa untuk menghafal ayat-ayat Al-Qur'an.

2) Kegiatan Rutinan

Kegiatan rutinan ini sudah berjalan secara baik di MI Ma'arif NU 1 Pageraji yang dilaksanakan oleh

⁷⁴Wawancara dengan Bapak Munir, selaku Guru Mapel di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 6 September 2022, Pukul 10.00 Wib

seluruh warga madrasah. Bahkan kegiatan ini tidak hanya melibatkan warga madrasah saja, namun melibatkan wali murid dan juga komite madrasah serta warga sekitar. Kegiatan rutin ini dilaksanakan baik harian, mingguan maupun bulanan. Kegiatan rutin yang dimaksud yaitu shalat dzuhur berjamaah, shalat dhuha berjamaah, pembacaan asmaul husna yang dilakukan setiap hari. Pembacaan Kitab Albarzanji, pembacaan Rotibul Hadad, yang dilaksanakan setiap satu minggu sekali, istighosah serta pengajian ahad kliwon yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali.

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Bapak Andi Wibowo, beliau menyatakan bahwa:

“Kegiatan rutin di MI Ma’arif NU 1 Pageraji sudah ada sejak dahulu. Kegiatan rutin ini ada yang dilaksanakan secara harian, mingguan atau bulanan. Kegiatan ini dilaksanakan oleh seluruh warga madrasah, yang terdiri dari kepala madrasah, guru, dan karyawan serta semua siswa. Bahkan untuk kegiatan ini, kami juga melibatkan wali murid, komite dan juga masyarakat umum. Kegiatan rutin yang dimaksud yaitu sholat berjamaah, shalat dhuha bersama. Pembacaan asmaul husna ini dilakukan setiap hari. Pembacaan kitab Albarzanji, pembacaan Rotibul Hadad, ini dilaksanakan setiap satu minggu sekali, istighosah serta

pengajian ahad kliwon dilaksanakan satu bulan sekali”⁷⁵.

Kegiatan rutin ini dapat diperkuat dengan hasil observasi peneliti yang dibuktikan langsung dengan adanya kegiatan shalat berjamaah, shalat dhuha, pembacaan asmaul khusna sebelum pembelajaran serta rutin ahad kliwon yang diikuti oleh wali murid dan masyarakat umum.⁷⁶

Adapun keuntungan dari kegiatan rutin ini yakni wali murid yang telah menyekolahkan anak mereka di MI Ma’arif NU 1 Pageraji mendapatkan kepuasan dan kebangga tersendiri dikarenakan anak mereka telah melaksanakan aktivitas yang positif dan secara tidak langsung dapat menarik minat masyarakat lain yang masih belum terlalu mengenal MI Ma’arif NU 1 Pageraji menjadi kenal dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya, atau dengan berita dari mulut kemulut informasi positif dari MI Ma’arif NU 1 Pageraji Banyumas.

⁷⁵Wawancara dengan Ketua Bidang Kurikulum MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 29 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

⁷⁶Observasi pada tanggal 1 September 2022

3) Penanaman Kedisiplinan, Bersih dan Bersedekah

Kegiatan ini dijalankan oleh seluruh warga madrasah MI Ma'arif NU 1 Pageraji baik guru maupun siswa. Guru dan siswa dibiasakan untuk memberi walaupun dengan keadaan apapun, agar tumbuh rasa bersyukur didalam diri siswa. Mereka juga dibiasakan untuk disiplin dalam segala hal sehingga tidak menyepelekan sesuatu serta dapat menumbuhkan rasa kepercayaan diri peserta didik. Selanjutnya membiasakan siswa untuk hidup bersih, tidak hanya bersih dari sampah-sampah yang mengotori lingkungan kelas atau madrasah, namun lebih kepada kebersihan hati, yang didapat dari giat dan ikhlasnya membaca Al-Qur'an, bersedekah dan lain sebagainya. Hasil wawancara dengan Bapak Munir selaku koordinator program RTQ, beliau mengatakan bahwa:

“MI Ma'arif NU 1 Pageraji telah dilatih untuk menjalankan ajaran agama islam yaitu dengan menjalankan shalat wajib dan sunnah, mereka juga dilatih untuk berpuasa, bersedekah serta siswa juga dilatih untuk selalu disiplin dalam segala hal. Nilai karakter ini diharapkan akan tertanam di dalam hati peserta didik tidak

terlepas dari peran guru dan warga madrasah semua”.⁷⁷

Kegiatan penanaman kedisiplinan, bersih dan bersedekah ini sudah terbiasa dilakukan di MI Maarif NU 1 Pageraji, sehingga dalam keseharian psiswa tidak merasa terbebani dan merasa senang dengan adanya program ini. Selain itu, respon wali murid mengenai kegiatan ini juga cukup baik, mereka sangat mendukung adanya kegiatan ini di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, seperti yang dikatakan oleh Ibu Ani selaku wali murid yang menyatakan sebagai berikut:

“Kebiasaan mengaji, shalat tepat waktu, bersodakoh di madrasah, Alhamdulillah banyak terdapat perubahan yang positif pada anak saya, kegiatan disekolah sudah diterapkan anak saya di rumah serta perilakunya juga sudah berubah bisa membedakan mana yang baik dan buruk, semakin mengurangi bermain HP. Dari segi hafalan semakin semangat dan lancar karena mungkin kegiatan tersebut atas kemauannya sendiri dan yang lebih terlihat anak saya lebih mandiri”.⁷⁸

Dari hasil wawancara diatas diperkuat dengan observasi yang dilakukan peneliti bahwa terdapat penanaan kedisiplinan pada peserta diidk setiap

⁷⁷Wawancara dengan Bapak Munir, selaku Guru Mapel di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 6 September 2022, Pukul 10.00 Wib

⁷⁸Wawancara dengan Wali Murid, Ibu Sari, Hari Senin 5 September 2022, pukul 10.30 WIB

harinya, membiasakan peserta didik hidup bersih serta peserta didik dibiasakan bersedekah yang dilakukan setiap hari Jumat.⁷⁹

4) Menghormati Orang Tua dan Guru

Dalam kehidupan orang yang paling berjasa yaitu orang tua dan guru. Orang tua telah merawat anak mereka sejak bayi, sementara guru mempunyai jasa yang besar dikarenakan telah memberikan ilmu yang bermanfaat. Sebab inilah siswa harus menghormati orang tua dan guru. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Andi Wibowo selaku guru kelas V di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, beliau menyampaikan bahwa:

“Saya sebagai guru di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini merasa sebagai orang tua bagi peserta didik. saya selalu terbuka pada peserta didik apabila mereka memiliki permasalahan. Namun demikian saya selalu mengingatkan kepada mereka untuk tetap menghormati kepada guru ketika di madrasah sebab guru adalah pengganti orang tua. Saya selalu mengingatkan juga agar peserta didik selalu menghormati dan patuh terhadap orang tua di rumah. Saya selalu memberi contoh cara menghormati orang tua dan guru, misalnya

⁷⁹Observasi pada tanggal 7 September 2022

selalu bersalaman dengan mencium tangan ketika baru bertemu atau akan bepergian”.⁸⁰

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Munir selaku koordinator program RTQ, beliau menyatakan bahwa:

“Kami selalu membudayakan bersalaman baik antara siswa, guru, kepala madrasah dan warga madrasah. Hal ini dilakukan setiap baru bertemu maupun ketika akan meninggalkan madrasah. Kebiasaan ini dipandang sangat perlu diadakan di MI Ma’arif NU 1 Pageraji karena dengan bersalaman mampu membentuk karakter siswa, adab dan perilaku yang baik antara peserta didik dan guru ketika di madrasah, anak dengan orang tuanya ketika berada di rumah dan bekal siswa dimasa mendatang”.⁸¹

Hasil wawancara diatas menyatakan bahwa dengan kebiasaan bersalaman ketika bertemu maupun ketika akan meninggalkan madrasah menjadi salah satu pembiasaan di MI Maarif NU 1 Pageraji. Pembiasaan tersebut merupakan cara untuk membentuk karakter, adab dan perilaku yang baik pada siswa serta mampu menghormati orang tua. Dari hasil wawancara di perkuat dengan hasil observasi bahwa peneneliti menjumpai beberapa peserta didik

⁸⁰Wawancara Bapak Andi Wibowo selaku Guru Kelas V di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

⁸¹Wawancara dengan Bapak Munir, selaku Guru Mapel di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Hari 6 September 2022, Pukul 10.00 Wib

yang sedang berjabat tangan dengan guru-guru di depan madrasah.⁸²

c. Program Ekstrakurikuler Madrasah

MI Ma'arif NU 1 Pageraji selain memberi pelajaran baik ilmu pengetahuan umum maupun dalam ilmu agama, juga membekali peserta didiknya dengan diadakannya ekstrakurikuler. Ekstrakurikuler ini bertujuan untuk membekali peserta didik dalam menyalurkan bakat yang dimilikinya, menjadikan peserta didik lebih terlatih serta mempunyai sikap yang berani dan persaya diri.

Dalam pengembangan minat dan bakat peserta didik yang dilakukan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, pihak madrasah memberikan alokasi waktu diluar jam pelajaran yaitu 1 hari dalam satu minggu pada hari Sabtu dari pukul 10.00 sampai dengan 12.00 WIB.

Adapun untuk mendukung tercapainya tujuan pemberian keterampilan atau *life skill* ini pihak madrasah memberikan fasilitas yang memadai diantaranya yaitu perangkat pendukung yang dapat memudahkan siswa untuk mengembangkan bakat yang dimilikinya dengan lebih baik serta menyediakan guru pembimbing yang berkompeten di bidangnya. Kegiatan ekstrakurikuler di MI Ma'arif NU 1 Pageraji terbagi menjadi dua yaitu

⁸²Observasi pada tanggal 7 September 2022

ekstrakurikuler pilihan dan wajib⁸³, sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Kegiatan Ekstrakurikuler di MI Ma'arif NU 1 Pageraji

No	Jenis Ekstrakurikuler	
	Pilihan	Wajib
1	Tenis Meja	Pramuka
2	Catur	Pagar Nusa
3	Kentongan	
4	Kaligrafi	
5	Drum Band	
6	Bulu Tangkis	
7	Hadroh	
8	Seni Tari	
9	Seni Lukis	
10	Tilawah	
11	Bola Voly	

Dari keseluruhan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu dengan strategi diferensiasi produk. Strategi tersebut memberikan penawaran yang berbeda

⁸³Dokumentasi Kegiatan Ekstrakurikuler di MI Maarif NU 1 Pageraji

dibandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh madrasah lain. Diferensiasi produk ini terdiri dari program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ), program rutinan serta adanya kegiatan ekstrakurikuler yang lebih dari 10 kegiatan yang dalam madrasah lain khususnya wilayah Cilongok belum menyediakan. Hal tersebut dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji.

Dalam upaya meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat tersebut MI Ma'arif NU 1 Pageraji melakukan beberapa pemasaran dalam menawarkan produk atau program pendidikannya yaitu dengan melakukan promosi yang bertujuan untuk memberikan layanan informasi terkait madrasah. Adapun strategi promosi yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji dijelaskan oleh Bapak Akhmad Thontowi selaku kepala madrasah MI Ma'arif NU 1 Pageraji, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam memasarkan produk pendidikan di madrasah ini yaitu melalui media sosial, madrasah ini mempunyai akun *facebook*, *instragram*, dan *channel youtube*. Semua akun media sosial MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini dikelola oleh guru yang diamanati untuk mengolah media sosial tersebut. Setiap informasi penting mengenai madrasah baik itu kegiatan madrasah ataupun yang lainnya akan diupload disana, membuat brosur, pembuatan buku

serta memperlihatkan prestasi-prestasi yang diperoleh peserta didik”.⁸⁴

Berdasarkan pernyataan di atas, kemudian diperkuat oleh ketua bidang Kurikulum Bapak Andi Wibowo mengenai strategi promosi di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, beliau mengatakan bahwa :

“Strategi promosi di MI Ma’arif NU 1 Pageraji menggunakan dua teknik yaitu melalui media cetak dan media online, adapun media cetak yang dilakukan di MI Ma’arif NU 1 Pageraji meliputi penyebaran brosur, pembuatan buku, pemasangan spanduk atau pamflet yang dipasang di tempat yang strategis, bahkan dibelakang mobil antar jemput peserta didik terdapat brosur penerimaan siswa baru, sedangkan untuk media online dilakukan melalui media sosial diantaranya *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, dan *youtube* MI Ma’arif NU 1 Pageraji.”⁸⁵

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi MI Maarif NU 1 Pageraji dalam memasarkan produk pendidikannya yaitu melalui media sosial dan media cetak. Media sosial MI Maarif NU 1 Pageraji antara lain *facebook*, *instagram* dan *channel youtube*. Untuk media cetak terdiri dari pembuatan

⁸⁴Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Akhmad Thontowi Hari Jum’at, 26 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB

⁸⁵Wawancara dengan Ketua Bidang Kurikulum MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

brosur, pembuatan buku, pemasangan spanduk atau pamflet.

Hasil wawancara diatas diperkuat dengan observasi yang peneliti lakukan bahwa ditemui adanya media sosial dan media cetak yang dimiliki MI Ma'arif NU 1 Pageraji sebagai strategi yang digunakan untuk menyebarkan informasi terkait produk atau program madrasah kepada masyarakat. Hasil wawancara dan observasi diatas diperkuat dengan dokumentasi yang diperoleh⁸⁶, yaitu sebagai berikut:



Gambar 4.3 Brosur Penerimaan Peserta Didik



Gambar 4.4 Media Sosial MI Ma'arif NU 1 Pageraji

⁸⁶Dokumentasi Strategi Pemasaran di MI Ma'arif NU 1 Pageraji melalui Kegiatan Promosi

Strategi promosi program pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji juga dilakukan dengan mengikutsertakan peserta didik di berbagai *event* atau perlombaan. Hal tersebut dijelaskan oleh bapak Akhmad Thontowi selaku kepala madrasah MI Ma'arif NU 1 Pageraji, beliau mengatakan bahwa:

“Salah satu cara lain yang dilakukan madrasah untuk memperkenalkan program pendidikan yang ada di madrasah kami ini yaitu dengan mengikutsertakan peserta didik dalam berbagai event seperti karnaval, jalan sehat, hari-hari besar, perlombaan-perlombaan dan sebagainya. Sebagai contohnya peserta didik kami selalu berpartisipasi dalam upacara HUT RI dengan menampilkan ekstrakurikuler drumband atau terkadang mendapatkan undangan diacara-acara tertentu serta dalam semua program pendidikan mengusahakan untuk mengikuti perlombaan yang ada baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi. Dengan acara tersebut tentunya secara tidak langsung masyarakat melihat dan merasa simpatik terhadap madrasah kami serta masyarakat pun secara tidak sadar mengenal madrasah kami”⁸⁷

Berdasarkan penjelasan diatas, kemudian diperkuat dengan pendapat dari bapak Andi Wibowo selaku ketua bidang kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji, beliau mengatakan:

“Selain mengikutsertakan peserta didik dalam kegiatan di luar madrasah, kami juga

⁸⁷Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Akhmad Thontowi Hari Jum'at, 26 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB

mengikutsertakan wali murid dan masyarakat umum dalam berbagai kegiatan yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Seperti kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) yaitu peringatan maulid nabi dan isro mi'raj. Kegiatan rutinan ahad kliwon, wisuda tahfidz, kegiatan perpisahan kelas VI dan kegiatan yang lainnya. Keikutsertaan wali murid dan masyarakat umum ini menjadi cara madrasah untuk memperkenalkan madrasah”⁸⁸

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memperkenalkan produk atau program pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji yakni dengan mengikutsertakan peserta didik dalam berbagai *event* atau perlombaan baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi serta adanya keikutsertaan wali murid dan masyarakat umum dalam berbagai kegiatan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

Dari keterangan wawancara diatas didukung dengan observasi yang peneliti lakukan dengan adanya keterlibatan peserta didik dalam beberapa *event* dan perlombaan serta adanya kegiatan madrasah yang melibatkan wali murid dan masyarakat umum. Hasil wawancara dan observasi dapat diperkuat dengan hasil dokumentasi yaitu sebagai berikut

⁸⁸Wawancara dengan Ketua Bidang Kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB



4.5 Partisipasi dalam HUT RI

Selain itu strategi yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji dalam memperkenalkan produk pendidikannya yaitu dengan menunjukkan beragam prestasi yang pernah diraih oleh peserta didik baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Andi Wibowo selaku Ketua Bidang Kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji yang mengatakan bahwa:

“Mengenai prestasi yang sudah dicapai peserta didik di madrasah ini sudah sangat banyak, baik prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi, bahkan madrasah kami sampai dijuluki dengan madrasahnya para juara. Alhamdulillah madrasah ini mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lain baik Negeri maupun Swasta”.⁸⁹

⁸⁹Wawancara dengan Ketua Bidang Kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

Wawancara diatas diperkuat dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti, dimana terlihat banyaknya penghargaan yang dimiliki oleh madrasah seperti piala dan mendali yang diraih oleh siswa MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat diperkuat dengan adanya dokumentasi prestasi peserta didik MI Maarif NU 1 Pageraji⁹⁰, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Prestasi Peserta Didik di MI Ma'arif NU 1
Pageraji Banyumas

No	Kompetisi	Capaian	Tingkat
1.	Lomba Olimpiade Ke NU an	Juara 1	Provinsi
2.	Lomba Cerdas Cermat Agama (LCCA)	Juara 1	Kabupaten
3.	Lomba MTQ Putri Aksioma	Juara 1	Kabupaten
4.	Lomba Try Out SD/MI	Juara 2	Kecamatan
5.	Lomba OSA (Olimpiade Sains Agama)	Juara 2	Karesidenan
6.	Lomba Mading 3D OSKNU	Juara 1	Provinsi

⁹⁰Dokumentasi Prestasi Peserta Didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji

7.	Lomba Tahfidz Putri Aksioma	Juara 1	Kecamatan
8.	Lomba Pidato Bahasa Arab Putri Aksioma	Juara 1	Kecamatan
9.	Lomba Pidato Bahasa Jawa Putra Aksioma	Juara 2	Kabupaten
10.	Lomba Tahfidz	Juara 2	Kabupaten

Dari keseluruhan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diketahui bahwa dalam memperkenalkan produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dilakukan dengan promosi yang bertujuan untuk memberikan layanan informasi seputar madrasah kepada masyarakat sehingga dapat menarik minat masyarakat yaitu sebagai berikut:

- a) Media sosial berupa *youtube*, *whatsapp*, *facebook* MI Ma'arif NU 1 Pageraji
- b) Media cetak berupa kalender, penyebaran brosur, spanduk dan lain-lain.
- c) Adanya keikutsertaan peserta didik dalam berbagai *event* dan perlombaan serta adanya kegiatan madrasah yang mengikutsertakan wali murid dan masyarakat umum. Hal tersebut yang menjadi

media memperkenalkan keunggulan madrasah kepada masyarakat.

- d) Menunjukkan prestasi-prestasi yang sudah diraih oleh peserta didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Prestasi yang diraih dalam bidang akademik dan non akademik, baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi.

2. Implikasi Strategi Pemasaran Produk Pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Setiap lembaga pendidikan tentu mengharapkan hasil yang baik dalam mewujudkan tujuan pendidikan maupun mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Keberhasilan lembaga pendidikan tentunya tidak pernah lepas dari strategi yang dilakukan, sehingga penting sekali untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar tujuan dari lembaga pendidikan bisa tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Dengan menerapkan strategi yang tepat akan memberikan dampak yang baik untuk perkembangan madrasah, begitu juga dengan implikasi strategi pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji yaitu sebagai berikut:

a. Perasaan Tertarik

Perasaan tertarik muncul karena seseorang telah melakukan aktivitas tertentu guna untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Ketertarikan masyarakat terhadap MI Maarif NU 1 Pageraji ini yakni adanya

pemasaran produk pendidikan dengan menawarkan berbagai program unggulan yang ada di madrasah yang menjadikan kepercayaan masyarakat semakin tinggi.. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan kepala madrasah bapak Akhmad Thontowi yang menyatakan bahwa:

“Melalui strategi pemasaran produk pendidikan yang kami tawarkan kepada masyarakat bisa diterima dengan baik, mereka selaku orang tua siswa semakin percaya dan mendukung setiap kegiatan yang madrasah adakan sehingga terjalin kerja sama yang baik antara orang tua siswa dengan madrasah.Keperayaan orang tua terhadap madrasah pun bisa kami rasakan yaitu dengan meningkatnya animo peserta didik setiap tahunnya”.⁹¹

Hal ini diperkuat dengan pernyataan bapak Andi Wibowo selaku ketua bidang kurikulum MI Ma’arif NU 1 Pageraji Banyumas, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk hasil dari strategi pemasaran produk pendidikan di madrasah ini ya tentunya dapat kami rasakan diantaranya kepercayaan dari masyarakat itu meningkat, kami dapat merasakan itu karena jumlah pendaftar di madrasah ini dari tahun ke tahun selalu meningkat selain itu orang tua siswa

⁹¹Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Ma’arif NU 1 Pageraji, Bapak Akhmad Thontowi Hari Jum’at, 26 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB

dan siswa juga merakan puas dengan layanan yang kami berikan”.⁹²

Dari hasil Wawancara diatas dapat diperkuat dengan observasi yang peneliti lakukan bahwa dengan strategi pemasaran yang dilakukan madrasah dapat meningkatkan ketertarikan atau kepercayaan masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji yang dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah peserta didik setiap tahunnya serta adanya keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan madrasah. Hal ini dibuktikan dengan adanya dokumentasi berupa data jumlah peserta didik baru.⁹³

Tabel 4.5

Data Penerimaan Peserta Didik Baru di MI Ma'arif NU 1
Pageraji Tiga Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa
1.	2020/2021	25	641
2.	2021/2022	25	650
3.	2022/2023	25	655

⁹²Wawancara dengan Ketua Bidang Kurikulum MI Ma'arif NU 1 Pageraji, Bapak Andi Wibowo, Hari Selasa 30 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB

⁹³ Dokumentasi MI Ma'arif NU 1 Pageraji melalui Data Jumlah Peserta Didik

Maka dapat disimpulkan bahwa perasaan tertarik masyarakat pada MI MI Maarif NU 1 Pageraji yaitu adanya strategi pemasaran yang dilakukan madrasah yang menjadikan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah peserta didik baru setiap tahunnya. Kepercayaan masyarakat yang begitu besar terhadap madrasah mengindikasikan betapa berhasilnya madrasah dalam menerapkan strategi pemasaran melalui penawaran dan penyediaan produk pendidikan yang dilakukan oleh MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

b. Perasaan Senang

Perasaan senang merupakan bentuk dari kepuasan seseorang terhadap sesuatu. Dalam hal ini perasaan senang masyarakat terhadap MI Maarif NU 1 Pageraji karena adanya kepuasan orang tua terhadap madrasah. Kepuasan tersebut dikarenakan madrasah mampu memberikan pelayanan yang baik. Hal ini selaras dengan hasil wawancara bersama wali murid Ibu Sari yang menyatakan bahwa:

“Alasan saya menyekolahkan anak saya di madrasah ini karena saya tau kualitas yang dimiliki madrasah sangat baik. Dilihat dari program belajarnya saya sangat puas, seperti sebelum kegiatan belajar anak disuruh menghafalkan suratan pendek, asmaul husna, shalat dhuha bersama dan banyak kegiatan yang menurut saya sangat baik dan sangat bermanfaat bagi anak

saya. Pelayanan yang diberikan madrasah ini juga sangat baik dan guru-gurunya pun sangat kompeten dalam bidangnya. Program di madrasah ini juga berdampak baik pada anak saya yaitu mulai hidup mandiri banyak waktu yang digunakan untuk kegiatan yang baik”.⁹⁴

Kemudian hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Ani selaku wali murid, beliau menyatakan bahwa:

“Saya merasa senang anak saya bisa masuk di MI Ma’arif NU 1 Pageraji, saya sangat puas dengan pelayanan yang disediakan, fasilitas yang cukup memadai serta guru-gurunya baik, perhatian dan ramah. Dengan anak saya sekolah di madrasah ini juga *Alhamdulillah* banyak perubahan pada sikap dan tingkah lakunya yang jauh lebih baik dari pada sebelumnya”.⁹⁵

Kemudian peneliti menanyakan kepada beberapa siswa MI Ma’arif NU 1 Pageraji tentang perasaan mereka ketika mengikuti program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur’an* (RTQ), yaitu sebagai berikut:

Menurut Naura kelas 5: “Saya senang mengikuti program tahfidz Al-Qur’an karena membantu saya memperlancar membaca Al-Qur’an dan membantu mewujudkan cita-cita saya menjadi Hafidzhah”.⁹⁶

⁹⁴Wawancara dengan Wali Murid, Ibu Sari, Hari Senin 5 September 2022, pukul 10.30 WIB

⁹⁵Wawancara dengan Wali Murid, Ibu Ani, Hari Senin 5 September 2022, pukul 13.00 WIB

⁹⁶Wawancara dengan Naura Muazzara, Siswa MI Maarif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 30 Agustus 2022, Pukul 12.30 WIB

Menurut Anindiya kelas 5 : “Sangat senang, karena memang cita-cita saya ingin menjadi seorang haifdzah agar bisa membahagiakan kedua orang tua”.⁹⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat diperkuat dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu adanya pelayanan yang baik dan berkualitas di MI Ma'arif NU 1 Pageraji mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada madrasah.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dapat memberikan kepuasan pada masyarakat.Keuasan tersebut terbentuk karena madrasah memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi peserta didik serta adanya perubahan yang signifikan baik sikap maupun tingkah laku peserta didik. Maka dapat dikatakan bahwa MI Ma'arif NU 1 Pageraji mampu memenuhi kepuasan pelanggannya melalui hasil atau bukti nyata dari proses pembelajaran yang telah disampaikan.

c. Perhatian

Perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang tertuju pada obyek tertentu.Perhatian masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji ini tertuju pada

⁹⁷Wawancara dengan Anindya Atha, Siswa MI Maarif NU 1 Pageraji, Hari Selasa 30 Agustus 2022, Pukul 12.30 WIB

program unggulan yang menjadi ciri khas madrasah. Dimana program unggulan ini membedakan madrasah dengan lembaga lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan wali murid yaitu ibu Sari, beliau mengatakan bahwa:

Program unggulan yang ditawarkan sangat bagus dan keunggulan program di MIMA Pageraji ini berdampak baik bagi anak saya, dimana dapat menjadi pribadi yang lebih baik, Alhamdulillah. Keunggulan di madrasah ini juga berbeda dengan sekolah lain yang mana agamanya lebih ditonjolkan.

Kemudian hal serupa juga dikatakan oleh ibu Ani selaku wali murid, beliau mengatakan bahwa:

Program unggulan yang ditawarkan sangat bagus, dengan adanya program unggulan ini membantu anak saya memperlancar bacaan dan menghafal Al-Quran

Dari hasil wawancara diatas dapat diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti ketika penelitian yaitu adanya program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) yang ditawarkan MI Maarif NU 1 Pageraji pada masyarakat.

Maka dapat disimpulkan bahwa perhatian masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji yaitu adanya program

unggulan yang ada di madrasah. Program unggulan ini berupa program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) menjadi ciri khas madrasah yang dapat menarik perhatian masyarakat.

C. Analisis Data

Sebagaimana yang tertera dalam bab 1 bahwa tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas, maka peneliti akan menganalisis data untuk memberikan jawaban dari rumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk pendidikan yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan konsep *competitive advantage* yaitu strategi diferensiasi produk. Hal ini didasarkan pada data yang diperoleh peneliti bahwa dalam pemasarannya MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini lebih menawarkan madrasahnyanya melalui program pendidikan yaitu program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) yang

meliputi program tahfidz, BTA (Baca Tulis Al-Qur'an) dan ubudiyah. Program tersebut menjadi program yang diunggulkan di madrasah ini dengan tujuan terwujudnya kualitas madrasah yang mampu bersaing dengan madrasah lainnya. Selain program unggulan tersebut terdapat beberapa program lain yang membedakan MI Ma'arif NU 1 Pageraji dengan lembaga pendidikan lainnya yaitu adanya program rutin yang dilaksanakan oleh seluruh warga madrasah dan juga melibatkan wali murid serta masyarakat umum. Adanya program ekstrakurikuler di MI Ma'arif NU 1 Pageraji mempunyai lebih dari 10 jumlah ekstrakurikuler yang belum banyak di adakan madrasah lain khususnya di wilayah Cilogok.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa strategi diferensiasi merupakan cara yang efektif untuk menarik minat pelanggan karena strategi ini memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh pesaing. Suatu produk yang memiliki perbedaan yang unik akan menjadi ketertarikan tersendiri bagi pelanggannya yang dapat dijadikan suatu identitas untuk membedakan dengan produk kompetitor lainnya.⁹⁸

Berdasarkan tinjauan teori diatas menyatakan bahwa strategi diferensiasi yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji

⁹⁸Arsy Permatasari Zahara dkk, Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture, *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, (Vol. 8, No. 1, 2020), hlm 21-22

bukanlah sekedar sesuatu yang berbeda, namun memang sesuatu yang bermanfaat bagi madrasah karena dari program kegiatan tersebut tidak sedikit juga mendatangkan prestasi sendiri untuk madrasah. Dengan adanya strategi diferensiasi inilah madrasah akan mendapatkan kesan sendiri dari masyarakat karena mempunyai program pendidikan yang berbeda dari madrasah lainnya. Selain itu karena madrasah setiap tahunnya selalu mendapatkan banyak prestasi maka hal tersebut dapat menarik minat masyarakat pada MI Ma'arif NU 1 Pageraji serta mendapatkan citra bahwa madrasah merupakan madrasah yang unggul.

Produk yang ditawarkan MI Ma'arif NU 1 Pageraji merupakan produk yang terealisasikan dari visi dan misi madrasah yaitu terbentuknya generasi yang *muttaqin* berfahaman *ahlussunnah wal jamaah annahdiyyah*, unggul dalam bidang akademik, iptek, seni budaya dan olah raga. Hal tersebut merupakan manfaat inti (*core benefit*) atau menjadi nilai jual utama dalam produk MI Maarif NU 1 Pageraji yang benar-benar dibeli oleh pelanggan.

Dari penawaran manfaat inti tersebut kemudian direalisasikan dalam produk dasar MI Maarif NU 1 Pageraji. Produk dasar ini merupakan bentuk pengetahuan dan keterampilan yang menjadi ciri khas madrasah yaitu berupa pembiasaan budaya religius yang terdiri dari kegiatan rutin madrasah (shalat dzuhur berjamaah, shalat dhuha berjamaah,

pembacaan asmaul husna yang dilakukan setiap hari. Pembacaan kitab Albarzanji, pembacaan rotibul hadad, istighosah serta pengajian ahad kliwon), adanya pembiasaan kedisiplinan, kebersihan, bersedekah, memperdengarkan bacaan-bacaan Al-Quran serta kegiatan religius yang lain. Dalam lingkup produk, apa yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji tersebut menurut Kotler dan Keller termasuk dalam produk dasar (*basic product*). Hal ini karena MI Ma'arif NU 1 Pageraji mengembangkan produk inti menjadi produk dasar yang lebih khusus dan terperinci.

Dari adanya produk dasar yang ditawarkan oleh MI Ma'arif NU 1 Pageraji tersebut banyak pelanggan (wali murid) yang merasa puas. Kepuasan wali murid ini terbentuk karena adanya perubahan yang sangat signifikan baik sikap maupun tingkah laku terhadap putra-putrinya. Terjadinya perubahan yang sangat signifikan terhadap peserta didik ini menurut Kotler dan Keller termasuk dalam kategori produk yang di harapkan (*expected product*). Dengan kata lain MI Ma'arif NU 1 Pageraji berhasil dalam menawarkan dan merealisasikan berbagai produknya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggan.

Adanya program pembiasaan budaya religius yang telah diterapkan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini menjadi pemicu adanya program baru yaitu program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) yang terdiri dari program

tahfidz, program Baca Tulis Al-Quran (BTA) dan program ubudiyah. Program unggulan tersebut dapat menambah pembiasaan religius pada peserta didik di MI Ma'arif NU 1 Pageraj serta adanya program unggulan ini dapat memebrikan penawaran yang berbeda dengan pewaran yang diberikan oleh madrasah lain. Hal ini menurut Kotler dan Keller termasuk dalam kategori produk tambahan (*augmented product*) karena produk atau program yang dihasilkan merupakan pengembangan dari produk atau program sebelumnya.

Dari hasil penelitian Madrasah Ibtidaiyah Maarif NU 1 Pageraji dalam menawarkan dan mengimplementasikan produk atau programnya mampu menciptakan output atau lulusan yang berkompeten sesuai dengan visi, misi dan tujuan madrasah. Pada MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini menghasilkan lulusan yang berkompeten, lulusan dari madrasah ini memiliki ketrampilan keagamaan yang baik yang bisa berkiprah di masyarakat. Lulusan MI Ma'arif NU 1 Pageraji dari tahun ketahun banyak yang masuk ke madrasah favorit dan banyak juga yang melanjutkan ke pondok pesantren. Hal ini menurut Kotler dan Keller termasuk kategori produk potensial (*potensial product*).

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji diatas merupakan bagian

dari lima tingkatan suatu produk.⁹⁹ Sebab apa yang dilakukan MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini setiap tingkatannya dapat menambah nilai pelanggan.

Dalam memasarkan program pendidikannya MI Ma'arif NU 1 Pageraji dengan melakukan beberapa promosi. Promosi tersebut bertujuan untuk memberikan layanan informasi seputar madrasah kepada masyarakat sehingga dapat menarik minat masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji, antara lain:

- a. Media sosial berupayoutube, whatsapp, facebook MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Melalui media sosial tersebut terdapat berbagai informasi mengenai aktivitas madrasah serta informasi mengenai pendaftaran siswa baru. Media sosial ini sangat membantu dalam mempromosikan produk pendidikan yang ditawarkan madrasah. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, masyarakat banyak yang menggunakan internet dalam mencari informasi. Maka dengan adanya media sosial ini masyarakat dapat mengetahui keunggulan dari MI Maarif N U 1 Pageraji sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mendaftar di madrasah tersebut.
- b. Media cetak berupa kalender, penyebaran brosur, spanduk dan lain-lain. Teknik promosi ini memang sangat efektif

⁹⁹Miftachul Ulum, Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Pandangan Syariah, *Jurnal Studi Islam*, (Vol. 5, No. 1, 2018), Hlm 35

dalam menarik minat masyarakat pada madrasah. Karena media cetak ini berisi informasi-informasi terkait MI Ma'arif NU 1 Pageraji baik berupa foto-foto kegiatan, penerimaan peserta didik baru, prestasi yang pernah diraih dan sebagainya. Sehingga masyarakat tahu dan mengerti layanan-layanan pendidikan yang ditawarkan oleh MI Ma'arif NU 1 Pageraji

- c. Adanya keikutsertaan peserta didik dalam berbagai event dan perlombaan serta adanya kegiatan madrasah yang mengikutsertakan masyarakat dalam kegiatan di MI Maarif NU 1 Pageraji. Hal tersebut yang menjadi media memperkenalkan madrasah kepada masyarakat.
- d. Menunjukkan prestasi-prestasi yang sudah diraih oleh peserta didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Prestasi yang diraih dalam bidang akademik dan non akademik, baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun propinsi.

Dari hasil analisa di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji yaitu menerapkan strategi diferensiasi produk dengan mengembangkan berbagai macam program pendidikan yang berbeda dengan lembaga pendidikan yang lain. Hal tersebut mengindikasikan keberhasilan madrasah dalam menerapkan strategi pemasaran melalui penawaran dan penyediaan produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

2. Implikasi Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas.

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi maka dapat diketahui bahwa implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan yang diterapkan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji yaitu sebagai berikut

a. Perasaan Tertarik

Ketertarikan masyarakat terhadap MI Maarif NU 1 Pageraji yakni adanya pemasaran produk pendidikan yang dilakukan madrasah dengan menawarkan berbagai program unggulan yang ada di madrasah yang menjadikan kepercayaan masyarakat semakin tinggi. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah peserta didik baru setiap tahunnya,

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya yaitu dengan adanya *marketing* atau promosi.¹⁰⁰

Dari hasil analisa adanya ketertarikan masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji yaitu adanya pemasaran produk pendidikan yang dilakukan madrasah. Hal ini

¹⁰⁰Ana Salamah, "Minat Masyarakat Menyekolahkan Anak...", hlm 13-

mengindikasikan keberhasilan madrasah dalam menerapkan strategi pemasaran melalui penawaran dan penyediaan produk pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji

b. Perasaan Senang

Perasaan senang dalam hal ini adanya kepuasan wali murid terhadap MI Maarif Nu 1 Pageraji. Kepuasan tersebut terbentuk karena madrasah memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi peserta didik serta adanya perubahan yang signifikan baik sikap maupun tingkah laku peserta didik.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa perasaan senang seseorang merupakan faktor psikis yang dapat mempengaruhi semangat seseorang. Perasaan senang juga dapat dikatakan sebagai bentuk kepuasan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepuasan juga menjadi tolak ukur apakah madrasah tersebut bagus atau tidak.¹⁰¹

Dari hasil analisa adanya perasaan senang wali murid yaitu pihak madrasah mampu memberikan keyakinan kepada masyarakat serta memberikan layanan yang terbaik kepada peserta didik dan wali murid sehingga merasa puas.

¹⁰¹Ibid

c. Perhatian

Masyarakat akan memusatkan perhatiannya pada madrasah yang akan dipilih. Perhatian wali murid pada MI Maarif NU 1 Pageraji yaitu keunggulan yang ditawarkan madrasah seperti program unggulan, program ekstrakurikuler dan berbagai kegiatan yang lainnya. Program unggulan ini menjadi ciri khas bagi madrasah yang dapat menarik perhatian lebih bagi masyarakat.

Berdasarkan tinjauan teori dijelaskan bahwa perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang tertuju pada objek tertentu.¹⁰²

Dari hasil analisa dengan adanya strategi pemasaran produk pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji dengan menawarkan berbagai program unggulan mampu menaruh perhatian masyarakat pada madrasah.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak bisa dikatakan sempurna namun terdapat kendala serta hambatan. Hal tersebut bukan karena faktor ksenjangan, tetapi karena adanya keterbatasan pada pelaksanaan penelitian yang meliputi:

1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian triangulasi berupa wawancara, observasi serta dokumentasi untuk

¹⁰²Ebook: Rusydi Ananda dan Fitri Hayati, *Variabel Belajar: kompilasi konsep*, (Medan, Pusdikra MJ, 2020) hlm 143

mengumpulkan data atau informasi yang valid sehingga metode penelitian yang digunakan sudah layak untuk mengetahui Strategi pemasaran produk pendidikan dalam marik minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Tetapi, dalam pengumpulan data tersebut masih terdapat kelemahan misalnya jawaban informan yang kurang sesuai, pertanyaan yang kurang lengkap mengakibatkan informan kesusahan memahami.

2. Keterbatasan dari peneli dalam pengetahuan serta pemahaman mempengaruhi proses maupun hasil penelitian ini. Dampaknya masih banyak yang harus dibenahi dari penelitian ini. Tetapi masukan serta evaluasi dari dosen pembimbing mampu membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian semaksimal mungkin sehingga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta analisis data yang telah peneliti paparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas yaitu menerapkan strategi diferensiasi dengan mengembangkan berbagai macam program pendidikan yang berbeda dengan madrasah lain. Diferensiasi produk ini berupa program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) yang terbagi menjadi 3 kegiatan yaitu Tahfidz (hafalan Al-Qur'an), BTA (baca Tulis Al-Qur'an) dan Ubudiyah serta adanya program rutin. Dengan strategi diferensiasi produk ini dapat menarik minat masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji. Dalam penawaran produk pendidikannya melalui beberapa tingkatan yaitu *core benefit* (pendidikan madrasah yang tercemin pada visi, misi dan tujuan madrasah), *basic product* (pembiasaan budaya religius), *expected product* (adanya perubahan yang signifikan pada peserta didik baik sikap maupun tingkah laku), *augmented product* (adanya program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ)) dan *potencial product* (lulusan yang berkompeten memiliki keterampilan agama yang baik). Serta dalam memperkenalkan produk

pendidikannya yaitu dengan promosi melalui media cetak, media online , keikutsertaan peserta didik dalam berbagai *event* dan perlombaan, adanya kegiatan-kegiatan madrasah yang melibatkan wali murid dan masyarakat umum serta dengan menunjukkan berbagai prestasi-prestasi yang pernah diraih.

2. Implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dapat dilihat dari perasaan tertarik, perasaan senang dan perhatian. Pertama, perasaan tertarik masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji yaitu adanya penawaran berbagai program unggulan di madrasah yang menjadikan kepercayaan masyarakat semakin meningkat ditandai dengan meningkatnya jumlah peserta didik baru setiap tahunnya. Kedua, perasaan senang masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji berupa kepuasan wali murid dan peserta didik terhadap layanan yang diberikan. Ketiga, perhatian masyarakat yakni pada program unggulan yang menjadi ciri khas madrasah.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak yang telah terlibat untuk meningkatkan pemasaran pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas maupun lembaga pendidikan islam lainnya, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak yang terkait, diantaranya:

1. Strategi pemasaran pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji termasuk baik, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi. Madrasah harus terus memberi pelayanan yang berkualitas serta selalu meningkatkan inovasi dalam program pendidikan agar masyarakat semakin tertarik untuk menyekolahkan anaknya di madrasah.
2. Berkaitan promosi program pendidikan melalui media sosial harus lebih dioptimalkan dengan mengaktifkan semua media sosial MI Maarif NU 1 Pageraji sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang telah memberikan kekuatan, kesabaran serta keihlasan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Kedua shalawat serta salam tidak lupa peneliti panjatkan kepada Nabi besar Nabi Muhammad SAW.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut semata-mata karena kesengajaan, akan tetapi keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Peneliti adalah manusia biasa yang masih sering melakukan kesalahan dan kekeliruan. Oleh karena itu, skripsi ini masih membutuhkan koreksi, saran dan kritik yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Peneliti juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini serta memberikan bantuan untuk memperlancar jalannya penyusunan skripsi ini. Sebagai penutup semoga skripsi ini dapat memberi manfaat yang membangun bagi penulis sendiri maupun pembaca.

DAFATAR PUSTAKA

- Af'idah, Iffah, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserya Didik di MI Plus Darul Falah", *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, Vol. 01, No. 01, 2020
- Ahmad, Fitriana "Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas", *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016
- Ahmadi, Rulam, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2014
- Aisyah Maziyah, Silfiah, "Strategi Pemasaran dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah Maarif 01 KH. Shiddiq Jember", *Jurnal Of Islamic Educational Management*, Vol. 1, No. 2, 2020
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Alma, Bukhori, *Pemasaran Strategik Jasa Pendi dikan*, Bandung: Alfabeta, 2003
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018
- Azkiyah Dkk, Zahrotul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 5, No. 2, 2020

- Bilah Izzah Hazwani, Fairuz, “Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Program Unggulan Madrasah di MTS Nurul Huda Sedate Sidoarjo”, *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021
- Dewi, Bilqisti, “Peran Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah” *Jurnal Islamic Education Manajemen*, Vol. 3, No. 1, 2018
- E-book: M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek; Planning & Strategi*, Surabaya: CV Qiara Media, 2019
- Ebook: Marissa Grace Haque-Fawzi dkk, *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang: Pascal Books, 2022), hlm 23
- Ebook: Rusydi Ananda dan Fitri Hayati, *Variabel Belajar: kompilasi konsep*, (Medan, Pusdikra MJ, 2020) hlm 143
- Eko Agustinova, Danu, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Calpulis, 2015
- Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Faiqoh, “Education Marketing Strategies In Improving The Image Of Education Institutions”. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 5, No. 2, 2020
- Faizin, Imam, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, *Jurnal Madaniyah*”, Vol. 7, No. 2 , Tahun 2017
- Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa; Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: CV Budi Utama

- Fradito, Aditia “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Mulikasuk di SDI Surya Buana dan MIN Malang)”, *Tesis*, Malang: Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016
- Hidayat, Ara dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, Yogyakarta: Kaukaba, 2012
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Inva Jaswita, Derizka, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Volume Penerimaan Siswa Baru SD Kartini Komplek Angkasa Pura II, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*”, Vol. 02, No. 01, 2018
- Khadijah dkk, Siti “Analisis Minat Peserta Didik untuk Melanjutkan Pendidikan Tinggi”, *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 26, No. 2, 2017
- Khoiroh, Hani’atul “Pengembangan Program Unggulan di Lembaga Pendidikan Islam”, *JALIE: Journal Of Applied Linguistics And Islamic Education*, Vol. 4, No. 1, 2020
- Laksana, Fajar, *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Jawa Barat: Khalifah Madiatama, 2019
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- M. Guntur, Effendi, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negra*, Jakarta: CV Agung Seto, 2010
- Mubarat dkk, Husni, “Implementasi Program Pendidikan Akselerasi dan Unggulan Di Perguruan Al-Azhar Medan”, *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam dan Keagamaan*, Vol. 3, No. 1, 2019

- Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012
- Mundir, Abdillah, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 1, 2016
- Mutiah, Yuta, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Ayanan Pendidikan di MTS Darul Ulam Waru Sidoarjo”, *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020
- Oktradiksa, Ahwy dan Irham Nugroho, “*Peran Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah dalam Membentuk Keunggulan Menuju Madrasah Unggulan Magelang*”, The 2nd University Research Coloqium 2015
- Permatasari Zahara dkk, Arsy, “Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture”, *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 8, No. 1 , 2020
- R. Werang, Basilius, *Manajmeen Pendidikan di Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi, 2015
- Rofiki, Moh. dkk, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Menengah Atas di Era New Normal”, *Jurnal Pendidikan*, Vol. 3, No. 6, 2021
- Salamah, Ana “Minat Masyarakat Menyekolahkan Anak (Situasi Kasus pada Mts An-Nur SP3 Bangun Jaya Kecamatan Balai Riam Kabupaten Sukamara)”, *Skripsi*, Palangkaraya: Program Pendidikan Agama Islam IAIN Palangkaraya, 2018
- Sanjaya, Wina, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

- Sidiq, Umar dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: CV Nata Karya, 2019
- Soraya, Iin “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, 2015
- Sudaryono, *Pengantar manajemen: Teori dan kasus*, Yogyakarta: CAPS, 2017
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Sunyoto, Danang *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Konsep, Kasus, Psikologi Bisnis*, Yogyakarta: CAPS, 2013
- Sutisno, Oteng, *Administrasi Pendidikan*, Bandung: Angkasa, 1998
- Syukur, Fatah, ”Model Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Strudi pada SD Nasima Semarang”, *Jurnal Smart Studi Masyarakat, Religi dan Tradisi*, Vol. 7, No. 1, 2021
- Tejokusumo, Bambang “Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial”, *Jurnal Geoedukasi*, Vol. 3, No. 1, 2014
- Tius Eka Margareta, Ririn, “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model”, *jurnal manajemen pendidikan*, Vol. 5, No. 1, Tahun 2018
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy*,

Customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing,
Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012

Undang-undang 20 Tahun 2003 ,*Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 1
Ayat (1)

Yanuri, Dasman, “Minat Masyarakat Menyekolahkan Anaknya
Kesekolah Menengah Pertama (SMP) Dan Madrasah
Tsanawiyah (MTS) di Kecamatan Semidang Gumay
Kabupaten Kaur”, *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, Vol.1,
No. 2, 2016

Zulkifli dan Nur Meifiani, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat
Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas
Islam Riau”, *Jurnal Tabarru’*, Vol. 4, No. 1, 2021

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian

NO	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
1.	Bagaimana strategi produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas?		
	Responden: Kepala Sekolah Dan Waka Kurikulum		
	a. Apa yang menjadi keunggulan dalam MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini?	Mengamati kegiatan peserta didik di madrasah	Foto kegiatan peserta didik
	b. Apa Manfaat dari adanya program unggulan tersebut?	Mengamati kegiatan peserta didik di madrasah	Foto kegiatan peserta didik
	c. Kurikulum apa yang di gunakan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?	Mengamati proses kegiatan peserta didik	Data kurikulum madrasah
	d. Bagaimana cara memasarkan produk unggulan tersebut?	Mengamati kegiatan pemasaran madrasah	Data pemasaran madrasah
	e. Bagaimana cara mengembangkan kegiatan pemasaran produk unggulan tersebut?	Mengamati kegiatan pemasaran madrasah	Data pemasaran madrasah
	f. Prestasi apa saja yang telah di raih oleh peserta didik dalam program unggulan di madrasah ini?	Mengamati prestasi peserta didik	Data prestasi peserta didik

	g. Bagaimana dengan hasil lulusan (output) di madrasah ini dengan adanya program unggulan tersebut?	Melihat data alumni madrasah	Data alumni madrasah
	Responden: Guru		
	a. Apa yang menjadi keunggulan di madrasah ini? Apa manfaat dari program unggulan tersebut?	Mengamati kegiatan peserta didik di madrasah	Foto kegiatan peserta didik
	b. Bagaimana cara atau metode bapak dalam menyampaikan pembelajaran program unggulan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini?	Mengamati proses belajar mengajar di kelas	Foto kegiatan belajar mengajar
	c. Prestasi apa saja yang telah diraih peserta didik pada program unggulan ini?	Mengamati prestasi peserta didik	Data prestasi peserta didik
	d. Apakah dengan program unggulan ini dapat meningkatkan karakter peserta didik di madrasah ini?	Mengamati karakter siswa di madrasah	Foto kegiatan siswa
	Responden: Wali Murid		
	a. Dari mana bapak/ibu mengetahui MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini?		Foto wawancara dengan wali murid
	b. Mengapa bapak/ibu tertarik untuk menyekolahkan anak bapak/ibu di madrasah ini?	Mengamati kegiatan siswa	Foto kegiatan siswa
	c. Apakah bapak/ibu	Mengamati	Foto kegiatan

	merasa senang menyekolahkan anak bapak/ibu di madrasah ini?	kegiatan siswa	siswa
	d. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai program unggulan yang ditawarkan oleh madrasah ini?	Mengamati ketarampilan siswa	Foto kegiatan ekstrakurikuler
	e. Bagaimana kesan bapak/ibu terhadap hasil dari pembelajaran program unggulan Tahfidzul Qur'an di madrasah ini?	Mengamati keterampilan siswa	Foto kegiatan pembelajaran tahfidul quran di kelas
	f. Apakah bapak/ibu merekomendasikan madrasah ini kepada kerabat atau keluarga bapak/ibu?		Foto wawancara dengan wali murid
	Responden: Peserta Didik		
	a. Mengapa adik tertarik untuk sekolah di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?	Mengamati kegiatan peserta didik	Foto dengan peserta didik
	b. Kegiatan apa yang paling adik sukai?	Mengamati kegiatan ekstrakurikuler	Foto kegiatan ekstrakurikuler
	c. Apakah adik senang mengikuti program Tahfidzul Qur'an ini?	Mengamati proses pembelajaran Tahfidzul Qur'an di kelas	Foto kegiatan peserta didik
	d. Apa yang adik lakukan agar dapat menghafal Al-Qur'an dengan baik?	Mengamati proses pembelajaran Tahfidzul	Foto kegiatan peserta didik

		Qur'an di kelas	
	e. Apakah terdapat kendala dalam menghafalkan Al-Qur'an?	Mengamati proses pembelajaran Tahfidzul Qur'an di kelas	Foto kegiatan peserta didik
	f. Bagaimana guru-guru di madrasah ini ketika mengajar?	Mengamati kegiatan belajar mengajar	Foto kegiatan di kelas
2.	Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji?		
	Responden: Kepala Sekolah dan Waka Kurikulum		
	a. Bagaimana implikasi dari pemasaran produk di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?	Mengamati lingkungan madrasah	Foto lingkungan
	b. Apakah dengan adanya strategi pemasaran produk ini dapat meningkatkan jumlah peserta didik?	Melihat data jumlah peserta didik	Data jumlah peserta didik
	c. Apakah dengan strategi ini madrasah lebih dikenal masyarakat?	Mengamati lingkungan madrasah	Foto lingkungan madrasah

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara

Kepala Madrasah MI Maarif NU 1 Pageraji

Nama : Akhmad Thontowi, M.Pd.I
Jabatan : Kepala Madrasah
Hari : Jumat, 26 Agustus 2022
Waktu : 09.00 sampai selesai

1. Program apa saja yang ada di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: Program yang ada di madrasah ini yaitu terdiri dari program intrakurikuler, program kokurikuler dan program ekstrakurikuler. Program intrakurikuler ini meliputi kegiatan belajar mengajar di MI Maarif NU 1 Pageraji yang meliputi mata pelajaran dan muatan local, sedangkan program kokurikuler menjadi program yang bertujuan untuk menunjang kegiatan intrakurikuler dan merupakan salah satu pembinaan perilaku peserta didik. Kegiatan kokurikuler di MI Maarif NU 1 Pageraji ini terdiri dari kegiatan penciptaan lingkungan religious dan program *Roudhatul Tilawatil Quran* (RTQ), sedangkan kegiatan ekstrakurikuler yang bertujuan untuk mengembangkan bakat dan minat peserta didik yang mana madrasah memberikan alokasi waktu 1 hari dalam satu minggu pada hari sabtu dari pukul 10.00 sampai dengan 12.00 WIB. Kegiatan ekstrakurikuler di madrasah ini ada hadroh, prmuca, drum band, seni baca Al-Quran, seni tari, seni lukis, voly, takraw, catur, pencak silat dan lain sebagainya.

2. Apa yang menjadi keunggulan di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: Kami memiliki program unggulan yaitu *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ). Saat ini program tersebut sudah berjalan selama enam tahun. Program ini mencakup semua aktivitas keagamaan yang wajib dijalankan oleh semua warga madrasah yaitu mulai dari pendidik dan tenaga kependidikan serta

melibatkan seluruh peserta didik.dalam program ini ada 3 jenis kegiatan, yaitu tahfidz, BTA dan ubudiyah.

3. Apa manfaat dari adanya program unggulan yang ada di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: dengan adanya program unggulan yang dibuat oleh MI Maarif NU 1 Pageraji ini yaitu dapat memberikan pembiasaan religius pada peserta didik agar dimanapun mereka berada dapat menempatkan diri sesuai dengan pembiasaan yang telah diajarkan di madrasah seperti tadarus Al-Quran, shalat dhuha berjamaah, shalat dzuhur berjamaah, istighasah, pembacaan rotibul hadad, tahfidz dan beberapa kegiatann religius lainnya yang diharapkan ketika siswa lulus dari madrasah sampai dewasa tetap melalukan kegiatan tersebut.

4. Bagaimana cara madrasah merancang suatu program pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?

Jawaban: Dalam merancang suatu program atau rencana kerja madrasah ini kami melakukan beberapa tahapan-tahapan yaitu yang pertama tim pengembang madrasah dan kepala madrasah melakukan analisis kebutuhan terlebih dahulu diawal tahun pembelajaran untuk menentukan rancangan program kerja. Kedua, tim pengembang madrasah berkoordinasi dengan kepala madrasah terkait program kerja yang akan menjadi prioritas atau menjadi keunggulan madrasah . Ketiga tim pengembang madrasah dan tim kurikulum melakukan analisis dokumen satu kurikulum, dank e empat hasil dari analisis tersebut kemudian dikomunikasikan bersama dengan dewan guru dan disosialisasikan. Contohnya dalam merancang program unggulan itu berlatar belakang dari madrasah melihat keadaan peserta didik dahulu khususnya kelas 6 masih ada yang belum bisa membaca Al-Quran, dimana madrasah ini merupakan madrasah yang berbasis agama.Maka dari itu madrasah berinovasi untuk membuat suatu program yang bisa mengatasi hal tersebut yaitu dengan adanya program RTQ ini.

5. Bagaimana cara madrasah melakukan pemasaran program pendidikan yang ada di madrasah ini?

Jawaban: Dalam memasarkan produk pendidikan di madrasah ini yaitu dengan melalui media sosial (madrasah ini mempunyai akun facebook, instagram, dan channel youtube. Semua akun media sosial MI Madrasah NU 1 Pageraji ini dikelola oleh guru yang diamanati untuk mengolah media sosial tersebut. Setiap informasi penting mengenai madrasah baik itu kegiatan madrasah ataupun yang lainnya akan diupload disana), membuat brosur, pembuatan buku serta memperlihatkan prestasi-prestasi yang diperoleh peserta didik.

6. Apakah terdapat strategi pemasaran lain yang madrasah lakukan untuk menarik minat masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: Cara lain yang dilakukan madrasah untuk memperkenalkan program pendidikan yang ada di madrasah kami ini yaitu dengan mengikutsertakan peserta didik dalam berbagai event seperti karnaval, jalan sehat, hari-hari besar, perlombaan-perlombaan dan sebagainya. Sebagai contohnya peserta didik kami selalu berpartisipasi dalam upacara HUT RI dengan menampilkan ekstrakurikuler drumband atau terkadang mendapatkan undangan diacara-acara tertentu serta dalam semua program pendidikan mengusahakan untuk mengikuti perlombaan yang ada baik tingkat kecamatan, kabupaten maupun provinsi. Dengan acara tersebut tentunya secara tidak langsung masyarakat melihat dan merasa simpatik terhadap madrasah kami serta masyarakat pun secara tidak sadar mengenal madrasah kami dan strategi lain yang dilakukan madrasah ya dengan adanya program unggulan RTQ itu mbak, dimana program tersebut memang menjadi daya tarik utama para orang tua untuk menyekolahkan anak mereka di MI Maarif NU 1 Pageraji ini.

7. Kurikulum apa yang di gunakan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?

Jawaban: Kurikulum di MI Maarif NU 1 Pageraji ini menggunakan 2 kurikulum yaitu kurikulum 2013 dan

implementasi kurikulum merdeka (IKM). Untuk kurikulum IKM ini kami terapkan pada siswa kelas 1 sampai kelas 4 dan Kurikulum 2013 diterapkan pada siswa kelas 5 sampai 6.

8. Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawab: Melalui strategi pemasaran produk pendidikan yang kami tawarkan kepada masyarakat bisa diterima dengan baik, mereka selaku orang tua siswa semakin percaya dan mendukung setiap kegiatan yang madrasah adakan sehingga terjalin kerja sama yang baik antara orang tua siswa dengan madrasah. Dalam berbagai kegiatan yang diadakan selalu melibatkan orang tua dan masyarakat sekitar, yang menjadikan mereka merasa memiliki madrasah dan meningkatnya loyalitas masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji. Kepercayaan orang tua terhadap madrasah pun bisa kami rasakan yaitu dengan meningkatnya animo peserta didik setiap tahunnya. Adanya loyalitas masyarakat terhadap MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini yaitu kepercayaan mereka untuk menggunakan jasa pendidikan kembali, bisa dibuktikan dengan misalnya anak yang pertama disekolahkan disini maka anak kedua atau adeknya juga disekolahkan disini juga.

Transkrip Wawancara

Bidang Kurikulum MI Maarif NU 1 Pageraji

Nama : Andi Wibowo, S.Pd.I
Jabatan : Bidang Kurikulum
Hari : Selasa. 30 Agustus 2022
Waktu : 10.00 sampai selesai

1. Program apa saja yang ada di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: untuk program yang ada di madrasah ini yaitu pertama program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ). Program ini menjadi program unggulan yang ada di madrasah ini terdiri dari 3 jenis kegiatan dalam program RTQ yaitu tahfidz, BTA dan ubudiyah. Program ini ditujukan untuk peserta didik mulai dari kelas I sampai kelas VI. Kegiatan kedua yaitu ekstrakurikuler yang dilakukan satu minggu satu kali dihari sabtu.Kegiatan yang ketiga yaitu Kegiatan rutinan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji sudah ada sejak dahulu.Kegiatan rutinan ini ada yang dilaksanakan secara hariann, mingguan atau bulanan.Kegiatan ini dilaksanakan oleh seluruh warga madrasah, yang terdiri dari kepala madrasah, guru, dan karyawan serta semua siswa.bahkan untuk kegiatan ini, kami juga melibatkan wali murid, komite dan juga masyarakat umum. Kegiatan rutinan yang dimaksud yaitu sholat berjamaah, shalat dhuha bersama.Pembacaan asmaul husna ini dilakukan setiap hari.Pembacaan kitab Albarzanji, pembacaan Rotibul Hadad, ini dilaksanakan setiap satu minggu sekali, istighosah serta pengajian ahad kliwon dilaksanakan satu bulan sekali.

2. Apa yang menjadi keunggulan di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: itu tadi menjadi program unggulan yang ada di madrasah ini yaitu program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) dan menjadi salah satu program yang banyak diminati oleh masyarakat. Harapannya dengan adanya program ini orang tua siswa juga ikut mendukung sepenuhnya serta turut aktif dalam memantau kebiasaan peserta didik ketika berada dirumah

3. Apa manfaat dari adanya program unggulan yang ada di MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: manfaat dari adanya program tersebut pertama yaitu jelas membantu guru-guru di madrasah ini dalam mewujudkan pembelajaran sesuai dengan ketentuan yang ada serta membantu memperdalam ubudiyah anak dimana peserta didik dapat dengan baik mempraktekan apa yang mereka sudah dapatkan ketika di madrasah harapannya juga anak menjadi pribadi yang lebih baik lagi kedepannya.

4. Bagaimana cara madrasah melakukan pemasaran program pendidikan yang ada di madrasah ini?

Jawaban: Strategi promosi di MI Ma'arif NU 1 Pageraji menggunakan dua teknik yaitu melalui media cetak dan media online, adapun media cetak yang dilakukan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji meliputi penyebaran brosur dan pemasangan spanduk atau pamflet yang dipasang di tempat yang strategis, bahkan dibelakang mobil antar jemput peserta didik terdapat brosur penerimaan siswa baru, sedangkan untuk media online dilakukan melalui media sosial diantaranya *whatsapp, facebook, instragram,* dan *youtube* MI Ma'arif NU 1 Pageraji.

5. Apakah terdapat strategi pemasaran lain yang madrasah lakukan untuk menarik minat masyarakat pada MI Maarif NU 1 Pageraji?

Jawaban: Selain mengikutsertakan peserta didik dalam kegiatan di luar madrasah, kami juga mengikutsertakan wali murid dan msasyarakat umum dalam berbagai kegiatan yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji. Seperti kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) yaitu peringatan maulid nabi dan isro mi'raj. Kegiatan rutin ahad kliwon, wisuda tahfidz, kegiatan perpindahan kelas VI dan kegiatan yang lainnya. Keikutsertaan wali murid dan masyarakat umum ini menjadi cara madrasah untuk memperkenalkan madrasah.

6. Kurikulum apa yang di gunakan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?
Jawaban: iya benar untuk kurikulum di MI Maarif NU 1 Pageraji ini menggunakan 2 kurikulum yaitu kurikulum 2013 dan implementasi kurikulum merdeka (IKM). Untuk kurikulum IKM ini kami terapkan pada siswa kelas 1 sampai kelas 4 dan Kurikulum 2013 diterapkan pada siswa kelas 5 sampai 6.
7. Prestasi apa saja yang telah diraih oleh peserta didik dalam program unggulan di madrasah ini?
Jawab: Mengenai prestasi yang sudah dicapai peserta didik di madrasah ini sudah sangat banyak, baik prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik tingkat kamatan, kabupaten maupun propinsi, bahkan madrasah kami sampai dijuluki dengan madrasahnya para juara. Alhamdulillah madrasah ini mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lain baik Negeri maupun Swasta.
8. Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pendidikan di MI Maarif NU 1 Pageraji?
Jawaban: Untuk hasil dari strategi pemasaran produk pendidikan di madrasah ini ya tentunya dapat kami rasakan diantaranya kepercayaan dari masyarakat itu meningkat, kami dapat merasakan itu karena jumlah pendaftar di madrasah ini dari tahun ke tahun selalu meningkat selain itu orang tua siswa dan siswa juga merakan puas dengan layanan yang kami berikan, tidak hanya itu wali murid dan masyarakat selalu diikut sertakan dalam berbagai kegiatan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini.
9. Bagaimana dengan lulusan (*output*) di madrasah ini dengan adanya program unggulan tersebut?
Jawaban: untuk lulusan di madrasah ini Alhamdulillah banyak yang bisa masuk ke sekolah atau madrasah favorit yang mereka inginkan. Lulusan disini juga memiliki ketrampilan keagamaan yang baik bisa berkiprah di masyarakat bisa dikatakan lulusannya berkompeten, banyak alumni juga yang melanjutkan sekolah serta masuk pondok pesantren, bahkan lulusan MI Maarif NU 1

Pageraji ada yang dapat melanjutkan dan menyelesaikan pendidikan di Al-Azhar seperti

Transkrip Wawancara Guru MI Maarif NU 1 Pageraji

Nama : Munir, A.Ma
Jabatan : Guru Mapel dan Koordinator Program RTQ
Hari : Selasa, 6 September 2022
Waktu : 10.00 sampai selesai

1. Apa yang menjadi keunggulan di MI Maarif NU 1 Pageraji ini?
Apa manfaat dari program unggulan tersebut?

Jawaban: yaitu pertama, kegiatan tahfidz (hafalan Al-Qur'an) kegiatan ini di mulai dari juz 30, peserta didik dibiasakan untuk menghafalkan Al-Qur'an. Masing-masing peserta didik dibimbing dalam hafalannya sehingga diharapkan setelah lulus dapat mencapai target hafalan sebanyak dua setengah juz. Kedua yaitu kegiatan BTA, kegiatan ini diperuntukkan untuk semua siswa dari kelas I sampai kelas V yang mana waktu pelaksanaannya biasanya di sela-sela pelajaran. Terkadang juga setelah jam pelajaran. Kegiatan yang selanjutnya yang menjadi keunggulan di madrasah ini yaitu penanaman budaya religius yang mana peserta didik selalu dilatih untuk bersedekah, berpuasa, disiplin, dilatih cara menghormati orang tua dan guru serta pembiasaan-pembiasaan sebelum pembelajaran yaitu shalat dhuha berjamaah, asmaul khusna dan lain-lain.

2. Bagaimana cara bapak dalam menyampaikan pembelajaran program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) ini?

Jawaban: Untuk kegiatan tahfidz itu agar anak-anak dapat menghafalkan dengan baik, tentunya ada beberapa cara yang kami lakukan, seperti dalam kegiatan pembiasaan setiap pagi yaitu dengan memperdengarkan Ayat-ayat Al-Qur'an atau melakukan

muroja'ah setiap hari baik disekolah maupun dirumah. Setiap pagi ada petugas yang mempersiapkannya. Bacaan ayat-ayat Al-Qur'an yang diperdengarkan dalam setiap harinya selalu berganti-ganti. Hal ini dimaksudkan agar seluruh warga madrasah khususnya peserta didik lebih menyukai Al-Qur'an dari pada sekedar music-musik yang kurang bermanfaat, selain itu juga sebagai sarana untuk memudahkan dalam menghafalkan ayat-ayat Al-Qur'an terutama surat pendek Untuk kegiatan BTA ini dibimbing oleh tiga guru setiap kelasnya. Seorang guru berperan sebagai leader yang bertugas untuk pengendali siswa dan mengkondisikan kelas, dua guru lainnya berperan sebagai guru ngaji yaitu menyimak siswa yang mendapat giliran untuk mengaji. Banyak siswa yang diampu oleh masing-masing guru ngaji yaitu separuh dari jumlah siswa dalam satu kelas.

3. Prestasi apa saja yang telah diraih oleh peserta didik khususnya dalam program unggulan *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) ini? Jawaban: untuk prestasi yang pernah diraih oleh peserta didik kita itu sudah sangat banyak, Alhamdulillah, baik prestasi akademik maupun non akademik. Untuk prestasi dari program *Roudhatul Tilawatil Qur'an* (RTQ) itu pernah meraih kejuaran tingkat kecamatan, kabupaten bahkan nasional bisa dilihat nanti di data prestasi kejuaraan.

Transkrip Wawancara

Wali Murid MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Nama : Ibu Sari
Jabatan : Wali Murid
Hari : Senin, 5 September 2022
Waktu : 10.30 sampai selesai

1. Dari mana ibu mengetahui MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini?

Jawab: saya sudah lama mengetahui keberadaan madrasah ini karena madrasah dekat dengan rumah saya dan saya mendengar dari saudara-saudara saya juga yang anak-anaknya disekolahkan di madrasah ini.

2. Mengapa ibu tertarik untuk menyekolahkan anak ibu di madrasah ini?

Jawab: alasan saya menyekolahkan anak saya di MI Ma'arif NU 1 Pageraji karena saya tau kualitas yang dimiliki madrasah ini sangat baik. dilihat dari program belajarnya saya sangat puas, seperti sebelum kegiatan belajar anak disuruh menghafalkan suratan pendek, asmaul husna, shalat dhuha bersama dan banyak kegiatan yang menurut saya sangat baik dan sangat bermanfaat bagi anak saya. Pelayanan yang diberikan madrasah ini juga sangat baik dan guru-gurunya pun sangat kompeten dalam bidangnya.

3. Apakah ibu merasa senang menyekolahkan anak ibu di madrasah ini?

Jawab: Alhamdulillah senang, rencana tahun depan adiknya juga mau saya masukkan lagi kemadrasah ini.

4. Dari program yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini, program apa yang paling ibu senangi?

Jawab : untuk program yang ada di madrasah ini sebenarnya saya suka semua mbak, baik program pembelajaran dan ekstrakurikuler, tapi yang lebih saya senangi itu program unggulan yang ada di madrasah ini yaitu tahfidzul quran dan

ubudiyahnya, karena saya mengharapkan anak saya masuk di madrasah ini setidaknya bisa menghafal Al-Quran walaupun 1 juz dan bisa menjadi pribadi yang lebih baik dengan pembiasaan-pembiasaan di madrasah yang selalu menerapkan shalat dhuha berjamaah, shalat dzuhur berjamaah dan lainnya.

5. Bagaimana pendapat ibu mengenai program unggulan yang ditawarkan oleh madrasah ini

Jawab: program unggulan yang ditawarkan sangat bagus dan keunggulan program di MIMA Pageraji ini berdampak baik bagi anak saya, dimana dapat menjadi pribadi yang lebih baik, Alhamdulillah. Keunggulan di madrasah ini juga berbeda dengan sekolah lain yang mana agamanya lebih ditonjolkan.

6. Bagaimana kesan ibu terhadap hasil dari pembelajaran program unggulan tahfidzul Quran di madrasah ini?

Jawab: setelah anak saya mengikuti program tahfidzul quran di madrasah ini banyak perubahan yang sangat baik dalam keseharian anak saya dirumah, mulai bisa hidup mandiri, dalam pembelajaranpun nilai yang diperoleh sangat memuaskan dan waktunya banyak dilakukan untuk menghafal suratan-suratan pendek.

7. Apakah ibu merekomendasikan madrasah ini kepada kerabat atau keluarga ibu?

Jawab: iya pasti mbak, saya merekomendasikan madrasah ini ke tetangga saya dan keluarga saya, karena saya sudah tau seperti apa dan manfaatnya.

Nama : Ibu Ani
Jabatan : Wali Murid
Hari : Senin, 5 September 2022
Waktu : 13.00 sampai selesai

1. Dari mana ibu mengetahui MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini?

Jawab: saya mengetahui MIMA Pageraji ini dari brosur, spanduk dan tetangga saya yang kebetulan anaknya juga sekolah di MIMA Pageraji ini mbak.

2. Mengapa ibu tertarik untuk menyekolahkan anak ibu di madrasah ini?

Jawab: karena madrasah ini dekat dengan rumah saya dan yang paling membuat saya tertarik menyekolahkan anak saya disini yaitu madrasah ini mempunyai program unggulan yaitu tahfidzul quran. Saya sangat ingin anak saya bisa menghafal al-quran agar kelak bisa menjadi anak yang shaleh, setelah lulus dari MI saya ingin menyekolahkan di pondok, jadi MI ini menjadi pendasaran bagi anak saya. Selain itu guru-guru di MI ini berkompeten di bidangnya.

3. Apakah ibu merasa senang menyekolahkan anak ibu di madrasah ini?

Jawab: iya senang, Alhamdulillah. Sesuai dengan keiinginan dan kebutuhan anak saya, selain itu juga saya puas dengan pelayanan yang diberikan, fasilitas yang cukup memadai, guru-gurunya yng baik, perhatian dan ramah.

4. Dari program yang ada di MI Ma'arif NU 1 Pageraji ini, program apa yang paling ibu senangi?

Jawab: Program yang sangat saya sukai yaitu program ekstrakurikuler hadrah dan tahfidz

5. Bagaimana pendapat ibu mengenai program unggulan yang ditawarkan oleh madrasah ini?

Jawab: program unggulan yang ditawarkan sangat bagus bagi saya, dengan adanya program tahfidzul quran ini membantu anak saya memperlancar bacaan dan menghafal alquran.

6. Bagaimana kesan ibu terhadap hasil dari pembelajaran program unggulan tahfidzul Quran di madrasah ini?

Jawab: Kebiasaan mengaji, shalat tepat waktu, bersodakoh di madrasah, Alhamdulillah banyak terdapat perubahan yang positif pada anak saya, kegiatan disekolah sudah diterapkan anak saya di rumah serta perilakunya juga sudah berubah bisa membedakan mana yang baik dan buruk, semakin mengurangi bermain HP. Dari segi hafalan semakin semangat dan lancar karena mungkin kegiatan tersebut atas kemauannya sendiri dan yang lebih terlihat anak saya lebih mandiri.

7. Apakah ibu merekomendasikan madrasah ini kepada kerabat atau keluarga ibu?

Jawab: iya pasti mba, karena saya sudah mengetahui hasilnya, saya merasakan hasil yang sangat baik, maka saya akan merekomendasikan kepada yang lain. Kedua anak saya juga saya sekolahkan di MI Maarif NU 1 Pageraji karena saya sudah yakin bahwa madrasah ini bisa mendidik anak saya menjadi pribadi lebih baik lagi. Alhamdulillah anak saya yang pertama bisa lulus dan mendapat prestasi yang baik di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas, untuk anak saya yang kedua ini juga saya masukkan di madrasah ini sekarang kelas 5.

Transkrip Wawancara
Peserta Didik MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas

Nama : Anindya Atha
Jabatan : Peserta Didik
Hari : Selasa, 30 Agustus 2022
Waktu : 12.30 sampai selesai

1. Mengapa adik tertarik untuk sekolah di MI Ma'arif NU 1 Pageraji?

Jawab: karena saya disuruh orang tua untuk sekolah di madrasah ini, ilmu agamanya juga lebih banyak dari sekolah lain, banyak teman saya juga yang sekolah di MI Ma'arif NU 1 Pageraji, terus yang lebih membuat saya tertarik sekolah disini ada program tahfidnya.

2. Kegiatan apa yang paling adik sukai?

Jawab: program ekstrakurikuler pramuka dan Tahfidz Al-Qur'an

3. Apakah adik senang mengikuti program Tahfidzul Qur'an?

Jawab: sangat senang, karena memang cita-cita saya kepingin menjadi seorang hafidz al-quran agar bisa membahagiakan kedua orang tua saya

4. Apa yang adik lakukan agar dapat menghafal Al-Qur'an dengan baik?

Jawab: membacanya secara berulang-ulang dengan melihat Al-Qur'an atau juz Amma, setiap habis magrib selalu murojaah sama ibu dirumah.

5. Apakah terdapat kendala dalam menghafal Al-Qur'an?

Jawab: ada, terkadang susah untuk mengingat hafalan, kadang juga merasa malas

6. Bagaimana guru-guru di madrasah ini ketika mengajar?

Jawab: guru-guru disini baik-baik, kalau mengajar juga enak dan asik juga

Nama : Naura Muazzara
Jabatan : Peserta Didik
Hari : Selasa, 30 Agustus 2022
Waktu : 12.30 sampai selesai

1. Mengapa adik tertarik untuk sekolah di MI Ma'arif NU 1 Pageraji?

Jawab: karena madrasahnyanya dekat dengan rumah, tidak hanya itu ibu saya juga mencari sekolah yang berbasis agama islam, banyak program ekstrakurikulernyua juga.

2. Kegiatan apa yang paling adik sukai?

Jawab: program ekstrakurikuler Hadroh dan Tahfidzul Qur'an

3. Apakah adik senang mengikuti program Tahfidzul Qur'an?

Jawab: senang, karena dengan mengikuti program Tahfidzul Qur'an membantu saya memperlancar membaca Al-Qur'an dan membantu mewujudkan keinginan saya untuk menjadi seorang hafidz.

4. Apa yang adik lakukan agar dapat menghafal Al-Qur'an dengan baik?

Jawab: biasanya saya mendengarkan di HP, membaca jus amma atau membaca Al-Qur'an berulang-ulang terus nanti saya setoran ke ibu saya.

5. Apakah terdapat kendala dalam menghafal Al-Qur'an?

Jawab: ada, ketika suratannya itu panjang kadang suka terbalik-balik dan lupa, kadang juga sering merasa malas.

6. Bagaimana guru-guru di madrasah ini ketika mengajar?

Jawab: guru di MI Ma'arif NU 1 Pageraji sangat baik dan ramah, kalau sedang mengajar juga ibu bapak guru asik-asik.

Lampiran 3: Surat Permohonan Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hamka Km 2 Semarang 50185
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387
www.walisongo.ac.id

Nomor: 1953/Un.10.3/D1/DA.04/07/2022

25 Juli 2022

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n. : Eka Wahyu Rachmawati

NIM : 1703036002

Yth.

Kepala Sekolah MI Ma'arif NU 1 Pageraji
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Eka Wahyu Rachmawati

NIM : 1703036002

Alamat : Karangmangu RT 03/ RW 04, Kec. Purwojati, Kab. Banyumas

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat
Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas

Pembimbing : Dr. Fatkurroji, M.Ag

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama kurang lebih tiga minggu, mulai tanggal 22 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 10 September 2022

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alikum Wr.Wb.



Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 4 : Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NAHDLATUL ULAMA KABUPATEN BANYUMAS

MI MA'ARIF NU 1 PAGERAJI

Jalan Raya Pageraji No. 10 Desa Pageraji RT.02 RW. 04 Kec.Cilongok Kab.Banyumas
Kode Pos 53162 Telepon : (0281) 655239 Email : mimapageraji@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 67/MI.Mrf/31.03/5/H/XI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akhmad Thontowi, M.Pd.I
NIP : 19700101 200312 1 001
Jabatan : Kepala Madrasah
Tempat Tugas : MI Ma'arif NU 1 Pageraji

Menerangkan bahwa :

Nama : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Waktu Penelitian : 22 Agustus 2022 s.d 10 September 2022

Berdasarkan Surat Permohonan Ijin Penelitian Nomor 1953/ Un.10.3/ D.I/DA.04/7/ 2022, Mahasiswi tersebut di atas telah melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji" dengan menggunakan metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pageraji, 3 November 2022

Kepala Madrasah

Akhmad Thontowi, M.Pd.I
NIP. 19700101 200312 1 001

Lampiran 5: Surat Penunjukan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jln Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan Telp. 7601295 Fax, 7615387, Semarang 50185

Nomor : 5749/Un.10.3/J5/DA.04.09/12/2022 Semarang, 7 Desember 2022
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.
Dr. Fatkuroji, M. Pd
Di Semarang

Assalaamu'alaikum wr. wb

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi Mahasiswa :

Nama : Eka Wahyu Rachmawati
NIM : 1703036002
Judul : **Strategi Pemasaran Produk Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Ma'arif NU 1 Pageraji Banyumas**

Dan menunjuk
Pembimbing : **Dr. Fatkuroji, M. Pd**

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.
Wassalaamu'alaikum wr. wb.

A.n. Dekan,
Ketua Jurusan MPI



Dr. Fatkuroji, M. Pd
NIP. 19770415 200701 1032

Tembusan disampaikan kepada Yth :

- 1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang**

Lampiran 6: Data Siswa MI Maarif NU 1 Pageraji tahun pelajaran 2022-2023

NO	KELAS	ROMBEL	JENIS KELAMIN		JUMLAH
			L	P	
1	I	1A	19	8	27
		1B	17	11	28
		1C	16	12	28
		1D	15	13	28
		Jumlah	67	44	111
2	II	2A	12	12	24
		2B	11	14	25
		2C	7	19	26
		2D	12	12	24
		Jumlah	42	57	99
3	III	3A	11	13	24
		3B	12	14	26
		3C	11	11	22
		3D	12	14	26
		3E	14	13	27
		Jumlah	60	65	125
4	IV	4A	16	13	29
		4B	16	11	27
		4C	17	9	26
		4D	15	13	28
		Jumlah	64	46	110
5	V	5A	16	13	29
		5B	16	13	29
		5C	17	12	29
		5D	14	14	28
		Jumlah	63	52	115
6	VI	6A	13	13	26
		6B	12	11	23
		6C	13	10	23
		6D	11	12	23
		Jumlah	49	46	95
Jumlah Total			345	310	655

Lampiran 7 : Dokumentasi



Gambar 1 : Wawancara dengan Kepala Madrasah



Gambar 2: Wawancara dengan Bidang Kurikulum



Gambar 3: Lingkungan MI Maarif NU 1 Pageraji Banyumas



Gambar 4: Dokumentasi dengan Peserta Didik MI Maarif NU 1 Pageraji



Gambar 6: Dokumentasi Guru-guru MI Maarif NU 1 Pageraji Banyumas



Gambar 7: Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru





Gambar 8: Kegiatan RTQ (Tahfidz Al-Quran)



Gambar 9: Kegiatan Ekstrakurikuler Pramuka dan Marching Band

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Eka Wahyu Rachmawati
2. Tempat Tanggal Lahir : Pangkalpinang, 12 April 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Desa Karangmangu RT 03/RW 04,
Kec Purwojati, Kab. Banyumas, Jawa
Tengah
5. No.HP : 085802424025
6. E-mail : ekawahyurachmawati@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a) TK Pertiwi 2 Karangmangu
 - b) SD N 3 Karangmangu
 - c) MTS Maarif NU 1 Purwojati
 - d) MAN Purwokerto 2
 - e) SI Jurusan Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo
Semarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a) Pondok Pesantren Al hidayah Purwojati 2012

Semarang, 8 Desember 2022



Eka Wahyu Rachmawati

NIM: 1703036002