

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH INKLUSIF DI MI MA'ARIF KEJI UNGARAN SEMARANG

SKRIPSI

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



Oleh :

ENI ERLINA

NIM: 16030360009

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

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Eni Erlina**

NIM : 1603036009

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH INKLUSIF DI MI MA'ARIF KEJI UNGARAN SEMARANG

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

Semarang, 08 Juli 2021

Pembuat Pernyataan,



Eni Erlina

NIM:1603036009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji
Ungaran Semarang
Penulis : Eni Erlina
NIM : 1603036009
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Program Studi : Strata Satu (S.1)

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 Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 08 Juli 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Dr. Ikhrom, M.Ag.
NIP.196503291994031002

Sekretaris Sidang,

Dr. Fahrurozi, M.Ag.
NIP.197708162005011003

Penguji I,

Drs. Danusiri, M.Ag.
NIP.195611291987031001



Penguji II,

Drs. Wahyudi, M.Pd.
NIP.196903141995031001

Pembimbing

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.
NIP. 19681212 199403 1 003

NOTA DINAS

Semarang, 08 Juli 2021

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

Assalamu 'alaikum wr.wb.

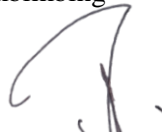
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang**
Penulis : Eni Erlina
NIM : 1603036009
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Progam Studi : Strata Satu (S.1)

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

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Pembimbing



Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.
NIP. 19681212 199403 1 003

ABSTRAK

Judul :Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang

Penulis :Eni Erlina

NIM :1603036009

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keresahan hati peneliti terhadap nasib para ABK yang sampai saat ini acap kali mengalami diskriminasi dan pengabaian, terutama di daerah terpenil. Dan juga untuk mendukung upaya pemenuhan hak asasi anak berkebutuhan khusus (ABK) untuk mengenyam pendidikan yang sama dengan anak reguler. Karena pada dasarnya setiap manusia adalah sama di mata Tuhan dan seharusnya mendapat hak yang sama dengan manusia lain. Berdasarkan hal itu, negara memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan pendidikan yang bermutu kepada setiap warganya tanpa terkecuali termasuk mereka yang memiliki perbedaan dalam kemampuan (difabel).

Penelitian yang dilakukan ini untuk menjawab pertanyaan bagaimana strategi pemasaran sekolah inklusif yang digunakan sekolah dalam menarik minat pelanggan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan beberapa metode, yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data diperoleh kemudian dilakukan analisis data dengan memberikan makna data yang berhasil dikumpulkan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Objek penelitian yaitu strategi pemasaran menggunakan *marketing mx 4p (product, place, price, dan promotion)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran di MI Ma'arif Keji menggunakan 1) pemasaran langsung yang dilakukan dengan dua cara yaitu dengan media cetak seperti penyebaran brosur dan banner, dan dengan media sosial seperti instagram, facebook, dan website. 2) Strategi pemasaran tidak langsung berupa keikutsertaan dan penyelenggaraan even-even seperti dalam lomba-lomba yang diadakan ditingkat kota maupun provinsi, dan penyelenggaraan kegiatan seperti jalan sehat, peringatan hari besar islam, dan bakti sosial yang melibatkan masyarakat. Serta dukungan promosi dari

berbagai kalangan yang pernah melakukan penelitian di MI Ma'arif Keji dan beberapa chanel TV yang meliput sekolah inklusif MI Ma'arif Keji. 3) Membuka boarding school. Membuat pesantren dilingkungan madrasah untuk siswa luar daerah.

Kata kunci : *Strategi, pemasaran, inklusif, ABK, Keji.*

MOTTO

“All kids need a little help, a little hope, and someone who believes in them”

(Magic Johnson)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “**Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma’arif Keji Ungaran Semarang**” dapat disusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. Lift Anis Ma’sunnah, M.Ag.
2. Ketua jurusan, Dr. Fatkurroji, M.Pd., dan Agus Khunaefi, M.Ag., selaku sekretaris jurusan Manajemen Pendidikan Islam FITK UIN Walisongo Semarang.
3. Dosen pembimbing, Prof. Dr Fatah Syukur, M.Ag., yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dosen Wali Studi, Baqiyatus Sholihah, M.Si., yang senantiasa membimbing skripsi ini.
5. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademik di lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman di bangku perkuliahan.
6. Kepala Sekolah Madrasah Ibtidaiyah Ma’arif Keji beserta dewan guru dan jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis

untuk melakukan penelitian dan telah membantu dalam proses penelitian.

7. Ayahanda Gianto dan Ibunda Istiqomah yang sangat saya cintai dan muliakan yang tidak henti-hentinya memberikan do'a, semangat dan dukungan baik materil maupun moril, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi S.1 dengan lancar.
8. Kakak saya Surati, adik saya Rini Ariyanti, dan keluarga besar saya yang senantiasa memberikan do'a dan motivasi kepada penulis.
9. Bapak Aliudin dan Ibu Devi Yani yang telah memperlakukan penulis layaknya anak kandungnya yang sangat memberikan perhatian penuh, do'a dan dukungannya selama penulis tinggal di Semarang.
10. Miftahul Amin Hasyim yang tak henti-hentinya memberikan semangat, dukungan, dan do'anya kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat saya Romy Nanang, Sheila Rohmah, Alya Bintang, Winanda Reymita, Ruviyana Navia dan Indah Septi yang selalu menemani, membantu, memberikan dukungan dan curahan motivasi dari awal hingga akhir studi di UIN Walisongo Semarang.
12. Segenap teman-teman Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2016, khususnya kelas MPI A, Tim KKL Dinas Pendidikan Kab. Blora, Tim magang perpus MTs Darul Ulum Wates, Tim PPL SMKN 04 Kendal, dan Tim KKN posko 23 Desa Getas, Kec. Singorojo, Kab. Kendal yang telah menorehkan cerita dalam

bagian kehidupan penulis selama menjalani studi di UIN Walisongo Semarang.

13. Segenap teman-teman UIN Walisongo dari berbagai fakultas yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengalaman, motivasi dan dukungan kepada penulis.

14. Semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhirnya, harapan dan do'a penulis semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT dan semoga Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Semarang, 17 April 2021

Penulis,

Eni Erlina

NIM: 1603036009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK	vv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II : STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH INKLUSIF	
A. Deskripsi Teori	
1. Strategi Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i>	12

2. Pendidikan.....	23
3. Sekolah Inklusif	28
B. Kajian Pustaka Relevan	30
C. Kerangka Berfikir	34

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
C. Jenis dan Sumber Data.....	37
D. Fokus Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Uji Keabsahan Data	41
G. Metode Analisi Data	42

BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data	
1. Gambaran Umum di MI Ma'arif Keji	46
2. Strategi Pemasaran MI Ma'arif Keji	49
3. Hasil Strategi Pemasaran di MI Ma'arif Keji	56
B. Analisis Data.....	60
C. Keterbatasan Penelitian.....	62

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
C. Kata Penutup.....	70

DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74
RIWAYAT HIDUP	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 :Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 3.1 : Skema Model Analisis Interaktif Sugiyono	44

DAFTAR SINGKATAN

ABK	: Anak Berkebutuhan Khusus
ADHD/ADD	: <i>Attention Deficit Hyperactivity Disorder</i>
Dirjen Pendis	: Direktur Jendral Pendidikan Islam
GPK	: Guru Pembimbing Khusus
PAIKEM	:Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan
PDBK	: Peserta Didik Berkebutuhan Khusus
PKH	: Program Keluarga Harapan
PLB	: Pendidikan Luar Biasa
PPDB	: Penerimaan Peserta Dididk Baru
SKTM	: Surat Keterangan Tidak Mampu
SPP	: Sumbangan Pembinaan Pendidikan
UNICEF	: <i>United Nations Children's Fund</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara dengan Kepala Madrasah	74
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara dengan Waka Humas	75
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara dengan Manajer Inklusif	77
Lampiran 4 : Pedoman Wawancara dengan Wali PDBK.....	79
Lampiran 5 : Pedoman Observasi	80
Lampiran 6 : Pedoman Dokumentasi	81
Lampiran 7 : Transkrip Wawancara dengan Kepala Madrasah.....	83
Lampiran 8 : Transkrip Wawancara dengan Waka Humas	92
Lampiran 9 : Transkrip Wawancara dengan Manajer Inklusif	98
Lampiran 10 : Transkrip Wawancara dengan Wali PDBK	102
Lampiran 11 : Biaya Pendidikan.....	105
Lampiran 12 : Piagam Penghargaan Atas Berdirinya Madrasah....	108
Lampiran 13 : Sertifikat Akreditasi.....	109
Lampiran 14 : Penjabaran Nilai Akreditasi.....	110
Lampiran 15 : SK Dirjen Pendidikan Islam	111
Lampiran 16 : Data Umum Madrasah.....	115
Lampiran 17 : Data Guru dan Karyawan	116
Lampiran 18 : Data Siswa	118
Lampiran 19 : Sebaran PDBK.....	119
Lampiran 20 : Data Ruang Kelas dan Ruang Penunjang	120
Lampiran 21 : Dokumentasi Gambar	121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah suatu pembelajaran pengetahuan, keterampilan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Tujuan pendidikan nasional berfungsi untuk mengembangkan kemampuan serta meningkatkan mutu kehidupan dan martabat manusia Indonesia. dalam upaya mewujudkan tujuan Nasional (UUD 1945) UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003 melalui proses pendidikan, manusia akan mampu mengekspresikan dirinya secara lebih utuh, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan.¹ Berdasarkan hal itu, negara memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan pendidikan yang bermutu kepada setiap warganya tanpa terkecuali termasuk mereka yang memiliki perbedaan dalam kemampuan (difabel) yang disahkan pada Maret 2007 (Convention on the Rights of Person with Disabilities and Optional Protocol, 2012).²

¹ Muhammad, N., Cut, Z.H., Sakdiah, I. (2016). *Manajemen Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada SDN Dayah Guci Kabupaten Pidie*, Jurnal Administrasi Pendidikan. Volume 4, No. 1. 93

² Dedy Kustawan dan Budi Hermawan. *Model Implementasi Pendidikan Inklusif Ramah Anak*. (Jakara Timur: luxima. 2013) Hlm.92

Di Indonesia, hak warga Negara untuk memperoleh pendidikan yang bermutu dilindungi dengan undang-undang. Namun pada kenyataannya masih banyak permasalahan yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan yang masih banyak ditemui di Indonesia. Salah satunya adalah masih banyak orang yang terabaikan dan terdiskriminasi dalam kehidupan bermasyarakat. Kelompok yang terdiskriminasi tersebut disebabkan adanya perbedaan yang mencolok. Kebanyakan mereka adalah orang-orang miskin secara ekonomi, minoritas secara budaya/bahasa, dan berbeda secara fisik karena menyandang kelainan atau kecacatan (*disability*). Mereka yang terabaikan itu kebanyakan tidak memperoleh kesempatan pendidikan yang setara seperti anak-anak pada umumnya.³

Upaya pemenuhan hak asasi anak berkebutuhan khusus (ABK) untuk mengenyam pendidikan oleh berbagai pihak dirasa masih mengalami kendala, pelaksanaannya masih belum sepenuh hati. Hal tersebut terlihat dari keberadaan ABK yang masih terbatas penerimaannya di sekolah umum, padahal ide pendidikan inklusif sudah lama dilontarkan oleh berbagai pihak dan pakar pendidikan. Namun masih terdengar bahwa sebagian ABK masih memperoleh pendidikan yang diskriminatif dan pengabaian.

Kenyataan tersebut membuat sebagian orang tua ABK menjadi malu dan merasa rendah diri karena merasa ditolak oleh lingkungannya, sehingga ada juga yang cenderung menyembunyikan/

³ Dedy Kustawan dan Budi Hermawan. *Model Implementasi Pendidikan Inklusif Ramah Anak*. (Jakarta Timur: luxima. 2013) Hlm.93

tidak mepedulikan pendidikan buah hatinya, terlebih bagi orangtua yang kondisi ekonominya tergolong miskin dan kurang mampu membiayai sekolah anaknya. Slogan yang selalu dikedepankan adalah sekolah untuk semua yang berarti semua seharusnya bisa sekolah, tetapi pada kenyataannya tidak semua ABK bisa mendapatkan sekolah yang memudahkan mereka melakukan penyesuaian sosial yang dapat mencegah ABK menjadi pribadi yang introvet.

Bagi orangtua yang ingin ABK-nya dapat mandiri, masih cukup sulit mendapatkan sekolah yang tidak diskriminatif seperti sekolah inklusif, walaupun ada, sekolah inklusif yang ideal masih jauh dari harapan, akan tetapi setting sekolah inklusif ini merupakan hal yang ideal bagi ABK untuk melakukan pengembangan program individual, terutama bagi mereka yang mengalami masalah perilaku dan sosial emosional seperti anak autis, ADHD, ADD dan gangguan perilaku lainnya, pilihan sekolah inklusif menjadi harapan karena memungkinkan mereka dapat berinteraksi dan berimitasi dengan lingkungannya.

Di dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 13 juga mengaskan bahwa Allah SWT menciptakan manusia secara pluralistik, berbangsa, bersuku yang bermacam-macam dengan keberagaman dan kemajemukan, bukan untuk saling berpecah belah atau saling merasa benar, melainkan untuk saling mengenal, bersilaturohim, berkomunikasi, serta saling memberi dan menerima.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنْفَاكُمُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seseorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia disisi Allah ialah orang yang paling bertakwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal. (Q.S Al-Hujurat:13)⁴

al Maraghi mengungkapkan dalam tafsirnya⁵ “Hai manusia, sesungguhnya kami telah menciptakan kalian dari Adam dan Hawa. Maka kenapakah kamu saling mengolok sesama kamu, sebagian kamu mengejek sebageian yang lain, padahal kalian bersaudara dalam nasab dan sangat mengherankan bila saling mencelah sesama saudaramu atau saling mengejek, atau panggil-memanggil dengan gelar-gelar yang ejek.”

Diriwayatkan pula dari Abu Malik al Asy’ari, ia berkata bahwa Rasulullah SAW, bersabda:

“Sesungguhnya Allah tidak memandang kepada pangkat-pangkat kalian dan tidak pula kepada nasab-nasabmu dan tidak kepada tubuhmu, dan tidak pula kepada hartamu, anak tetapi memandang kepada hatimu. Maka siapa mempunyai hati yang saleh, maka Allah balas kasih kepadanya. Kalian tak lain adalah anak cucu Adam. Dan yang paling dicintai Allah diantara kalian ialah yang paling bertakwa diantara kalian. Dan kami menjadikan

⁴ Departemen Kementerian Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Terjemahannya*.

⁵ Ahmad Mustafa al-Maraghi. *Terjemah Tafsir al-Maraghi*. (Semarang: CV. Toha Putra Semarang. 1993).

kalian bersuku-suku dan berkabilah-kabilah supaya kamu kenal-mengenal, yakni saling mengenal, yakni saling kenal, bukan saling mengingkari. Sedangkan mengejek, mengolok-olok dan menggunjing menyebabkan terjadinya saling mengingkari itu. Kemudian Allah menyebutkan sebab dilarangnya saling membanggakan. Sesungguhnya yang paling mulia disisi Allah dan hanya paling tinggi kedudukannya disisi-Nya *Azza wa jalla* di akhirat maupun di dunia adalah yang paling bertakwa. Jadi jika kamu hendak berbangga maka banggakanlah takwamu. Artinya barang siapa yang ingin memperoleh derajat-derajat yang tinggi maka hendaklah ia bertakwa.” Kemudian beliau bersabda, “Aku ucapkan kata-kataku ini dan aku memohon ampunan kepada Allah untuk diriku dan kalian. Sesungguhnya Allah Maha Tahu tentang kamu dan tentang amal perbuatanmu, juga maha Waspada tentang sikap-sikap hatimu. Karenanya jadikanlah takwa itu bekalmu untuk akhiratmu.”⁶

Ada dua poin penting yang terkandung dalam ayat di atas, yaitu membangun sikap toleransi dan meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Agama Islam sangat menghormati prinsip-prinsip kemajemukan yang merupakan realitas yang dikehendaki oleh Allah SWT. Allah SWT menciptakan manusia secara plural, berbangsa dan bersuku yang bermacam-macam dengan keanekaragaman dan kemajemukan manusia bukan untuk berpecah belah atau saling merasa benar, melainkan untuk saling mengenal, bersilaturahmi, berkomunikasi, serta saling memberi dan menerima. Kesimpulannya adalah bahwa untuk mencapai suatu kedamaian dan kesejahteraan dalam bermasyarakat perlu adanya sikap saling terbuka dimulai dengan adanya kesediaan untuk saling menganal antara satu dengan

⁶Ahmad Mustafa al-Maraghi. *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*. (Semarang: CV. Toha Putra Semarang. 1993).

yang lain dan saling menghargai perbedaan dengan tidak melakukan diskriminasi terhadap golongan tertentu.

Undang-Undang Dasar 1945 pasal 31 ayat 1 menyebutkan bahwa “tiap-tiap warga negara berhak mendapatkan pengajaran” ayat tersebut jelas menyebutkan bahwa pemerintah memberikan kesempatan kepada setiap warga negara untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Terkait dengan peluang untuk memperoleh pendidikan, disebutkan pula dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 5 ayat 1 bahwa negara Indonesia mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pendidikan yang bermutu. Pada pasal 5 ayat 2 disebutkan bahwa warga negara yang memiliki kelainan fisik, emosional, mental, intelektual dan atau sosial berhak memperoleh pendidikan khusus. Kemudian dijabarkan dalam Permendiknas Nomor 70 Tahun 2009 yaitu tentang pemberian kesempatan atau peluang khusus kepada anak berkebutuhan khusus untuk memperoleh pendidikan di sekolah reguler (Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas/Kejuruan). Sekolah inilah yang sering disebut sebagai sekolah penyelenggara pendidikan inklusi. Mengingat pentingnya sekolah tersebut menjadikan pendidikan inklusif tepat untuk diberikan agar mampu memberikan layanan kepada anak-anak yang memiliki kebutuhan khusus sehingga dapat memperoleh pendidikan yang wajar, bermutu, dan berkelanjutan sebagaimana anak normal.

Dalam hal ini MI Ma’arif Keji adalah salah satu sekolah inklusi di Semarang yang berlokasi di Jl Yudistira Raya, Desa Keji,

Kecamatan Ungaran Barat, Semarang. Dikenal sebagai sekolah inklusif, MI Ma'arif Keji Semarang mampu menciptakan suasana sekolah yang humanis tanpa diskriminasi demi memenuhi pendidikan setiap anak. Baik anak reguler maupun anak berkebutuhan khusus tanpa terkecuali. MI Ma'arif Keji telah membuka kelas inklusif, dimana di dalam kelas tersebut ABK berhak belajar bersama dengan siswa reguler. Hal ini dilakukan agar setiap siswa mendapat hak belajar yang sama sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, hal ini juga dapat melatih siswa untuk saling menghargai dan peduli sesama, serta untuk mengupayakan penanaman nilai sosial dan toleran sejak dini pada diri siswa.

Meski dikenal sebagai sekolah inklusif yang sebagian siswanya adalah ABK, namun tidak bisa dipungkiri MI Ma'arif Keji termasuk sekolah dengan segudang prestasi, aktif mengikuti berbagai lomba (baik lokal, regional, sampai pada tingkat nasional), dan aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Kemenag dan lembaga lain di Semarang. Terbukti dari rentetan piala dan penghargaan yang memenuhi lemari sekolah. Hal lain yang merupakan keunggulan dari sekolah ini yakni dari segi keagamaanya. Jarang sekolah islam yang memenuhi kriteria untuk menjadi sekolah inklusif, namun MI Ma'arif Keji sudah memenuhi kriteria sehingga dapat membuka kelas inklusif di sekolah. Disini siswa tidak hanya mempelajari ilmu-ilmu umum, tapi juga ilmu-ilmu agama. Sesuai dengan visi sekolah, yakni "Terwujudnya generasi muslim yang qur'ani, berprestasi, dan peduli".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang?
2. Apakah strategi pemasaran di MI Ma'arif Keji berdampak pada peningkatan animo pendaftar/peserta didik baru?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.
- b. Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang digunakan MI Ma'arif Keji berdampak pada peningkatan animo pendaftar/peserta didik baru.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan:

- 1) Dapat memberikan kontribusi pemikiran tentang strategi pemasaran khususnya di sekolah inklusif.
- 2) Dapat mengembangkan strategi pemasaran di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

- 3) Dapat menambah wawasan dan keilmuan baru terkait strategi pemasaran pendidikan sebagai pertimbangan dan pengembangan penelitian mendatang.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi Kemenag

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi, pertimbangan dan masukan bagi Kementerian Agama Kota Semarang dalam menjalani tugasnya dalam melakukan pembinaan kepada madrasah untuk terus meningkatkan mutu madrasah agar madrasah mampu memertahankan eksistensinya dan dapat memenuhi tingkat kepuasan konsumen secara proporsional.

- 2) Bagi FITK UIN Walisongo Semarang

Penelitian ini diharapkan:

- a) Memberikan sumbangsih keilmuan yang positif dan peningkatkan kompetensi mahasiswa khususnya jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- b) Menjadi penggerak visi Universitas Islam riset terdepan.

- 3) Bagi MI Ma'arif Keji

Penelitian ini diharapkan:

- a) Dapat mengungkap secara valid terkait penerapan strategi pemasaran yang tepat akan mengembangkan kualitas sekolah inklusif.
 - b) Hasil penelitian dapat diterapkan di lembaga pendidikan dimasa mendatang.
- 4) Bagi orangtua

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi khususnya bagi para orang tua yang merasa malu memiliki ABK, sehingga belum menyekolahkan buah hatinya ke bangku sekolah agar tidak berkecil hati karena saat ini sudah banyak berdiri sekolah-sekolah inklusif yang bersedia menerima peserta didik reguler maupun ABK. Sehingga ABK dapat bergaul dan belajar dengan anak-anak seusianya di sekolah demi kebaikan keberlangsungan masa depan sang anak.

- 5) Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan:

- a) Dapat digunakan sebagai acuan ilmiah ketika bergerak dalam bidang pemasaran sekolah inklusi.
- b) Menjadi bahan rujukan dan pembelajaran untuk mengetahui strategi pemasaran sekolah inklusi.
- c) Dapat dijadikan landasan untuk kegiatan ilmiah selanjutnya.

BAB II

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH INKLUSIF

A. Deskripsi Teori

1. Strategi Pemasaran / *Marketing*

Bchri Alma dan Raath mendefinisikan strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Marketing atau pemasaran merupakan seni memilih pasar sasaran, mendapat, dan menjaga, dan memperoleh pelanggan dengan cara mengkomunikasikan nilai unggul kepada calon pelanggan. Strategi pemasaran menjadi hal yang penting untuk melakukan promosi sekolah. Promosi sekolah atau promosi jasa pendidikan merupakan alat pemasaran jasa pendidikan yang dapat berfungsi untuk memasarkan lembaga pendidikan (IGNOU, 2004).⁷ Dan menurut Alma (2005), tujuan dari pemasaran adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk baru, membujuk untuk menjadikan produk sebagai pilihan konsumen, dan mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat.⁸

Pemasaran jasa pendidikan harus membangun sudut pandang masa depan sekolahnya dengan baik. Oleh sebab itu

⁷ Indhira Gandhi National Open University. *Marketing of Services*. (New Delhi: Akashdeep Printers, Darya Ganj. 2004)

⁸ Alma. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta. 2005)

pemikiran strategi pemasarannya pun juga harus baik dan berpandangan ke depan dan belakang. Menurut Quinn dkk (1995) dalam Wijaya (2012) mengemukakan definisi merupakan rencana yang menyatupadukan sasaran utama, kebijakan, dan tindakan organisasi menjadi satu kesatuan.⁹

Ada dua dimensi dalam dunia pemasaran, yaitu dimensi sosial dan dimensi manajerial. *Pertama*, dimensi sosial. Dimensi ini memahami bahwa pemasaran adalah proses sosial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, serta dengan bebas menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. *Kedua*, dimensi manajerial. Dimensi ini memahami bahwa pemasaran merupakan seni menjual produk. Namun, penjualan bukanlah target yang utama dari pemasaran. Seorang ahli teori manajemen terkemuka Peter Drukern menyatakan bahwa pemasaran adalah yang mengetahui dan memahami pelanggan secara mendalam sehingga produk atau jasa yang diciptakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Selanjutnya produk atau jasa bisa menjual dirinya sendiri.¹⁰ Sesungguhnya kesuksesan marketing bukan diukur dari seberapa banyaknya produk yang terjual, namun bagaimana si penjual dapat menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan,

⁹ D. Wijaya. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta : Salemba Empat. 2012).

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Indeks. 2009). Hlm.7

sehingga ketika produk tersebut *launching*, pelangganlah yang akan mencari produk tersebut.

Sekolah seharusnya sangat memperhatikan strategi pemasarannya karena itu yang akan menentukan seberapa besar peserta didik yang akan mendaftarkan diri ke sekolah tersebut. Namun dalam pemasaran sekolah yang harus diperhatikan tidak hanya di luar sekolah saja seperti pemasangan iklan melalui online maupun offline tetapi juga harus ada pembenahan dari dalam sekolah, terutama pembenahan sumber daya dan peningkatan pelayanan. Dengan adanya sumber daya yang berkualitas dan pelayanan yang baik akan melahirkan image atau citra sekolah yang baik dimata masyarakat. Karena mayoritas orang tua memilih sekolah yang telah memiliki image atau citra yang baik di masyarakat. Sorotan utama mereka adalah tentang proses pendidikan yang terjadi selama di sekolah, kegiatan belajar mengajar, dan kualitas pelayanan yang dilakukan sekolah.

a. Filosofi manajemen marketing

Marketing juga memiliki beberapa filosofi, diantaranya sebagai berikut:

1) Konsep produksi

Konsumen menyenangi produk yang tersedia dengan harga terjangkau. Sehingga perbaikan produksi dan efisiensi distribusi harus dilakukan.

2) Konsep produk

Konsumen menyenangi produk yang mempunyai kualitas dan kinerja terbaik, serta sifat paling inovatif. Sehingga, energi harus dicurahkan secara kontinu untuk melakukan perbaikan produk.

3) Konsep penjualan

Konsumen tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup jika organisasi tidak melakukan penjualan dan promosi berskala besar.

4) Konsep pemasaran

Pencapaian sasaran bergantung pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta mencapai kepuasan yang lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

5) Konsep pemasaran

Organisasi menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran, serta menyampaikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif serta efisien.¹¹

Dalam pemasaran pendidikan, bauran pemasaran sangat dibutuhkan dalam pendidikan. Bauran pemasaran dalam konteks pendidikan adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Bauran pemasaran merupakan alat

¹¹Jamal Ma'mur Asmani. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi menerapkan kompetisi dan sportivitas unuk melahirkan sekolah unggulan*. (Yogyakarta: DIVA Press. 2015).Hlm.27.

bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. Berikut adalah penjabaran dari tujuh prinsip bauran tersebut:

1) *Product* (produk)

Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sedangkan kompetensi lulusan adalah yang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan ketrampilan.

2) *Price* (harga)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga

dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain.

3) *Place* (tempat)

Tempat atau lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Dalam konteks jasa pendidikan madrasah *place* adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri.

4) *Promotion* (promosi)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk dipasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan dan investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat.

5) *People* (orang)

People dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa pendidikan seperti tata usaha, kepala sekolah, guru dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa dalam lembaga madrasah.

6) *Physical Evendence* (bukti fisik)

Physical evidence (bukti fisik) adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Terdapat dua macam bukti fisik yakni, *Pertama* merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak gedung seperti desain kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga dan lain-lain. *Kedua*, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti raport, catatan siswa dan lain-lain.

7) *Process* (proses)

Proses adalah prosedur atau mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya

proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan.¹²

b. Memahami jasa pendidikan

Menurut Kotler, jasa diartikan sebagai setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Karakteristik jasa dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Tidak berwujud (*intangible*), sehingga konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan sebelum mereka membelinya.
- 2) Tidak terpisahkan (*inseparability*), yakni jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya.
- 3) Bervariasi (*variability*) dimana jasa seringkali berubah-ubah tergantung siapa, kapan dan dimana penyajiannya.
- 4) Mudah musnah (*perishability*), tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.
- 5) Jasa tidak dapat disimpan dan dikonsumsi pada saat dihasilkan.
- 6) Konsumen merupakan bagian internal dari proses produksi jasa.
- 7) Setiap orang atau apapun yang ikut berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan.

¹² Putri Rokhmawati. *Analisis Marketing Mix di Universitas Ciputra Library Surabaya*. (Universitas Ciputra Surabaya: Jurnal Pemasaran. 2013).

- 8) Karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa.
- 9) Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara *real time*.¹³

Lovelock mendefinisikan jasa kedalam tiga hal sebagai berikut:

- 1) Tindakan atau perbuatan yang ditawarkan satu kelompok pada kelompok yang lain.
- 2) Aktifas ekonomi yang menciptakan nilai serta menyediakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu.
- 3) Sesuatu yang dapat dibeli dan dijual.¹⁴

Langkah-langkah strategis pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan Islam:

- 1) Identifikasi Pasar. Yakni mengidentifikasi dan menganalisis pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan.
- 2) Segmentasi Pasar dan Positioning. Segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Jilid I*, terj: *Benyamin Molan*. (Jakarta: Indeks.2007) .428

¹⁴ Machali, Imam dan Ara Hidayat. *Te Handbook of Education Management*. (Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2015). Hlm.414

menjadi kelompok pembeli, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan *positioning* adalah karakteristik dan perbedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain.

- 3) Diferensiasi Produk. Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Diferensiasi merupakan salah satu dari tiga strategi pemasaran sebagai strategi bersaing yaitu:
 - a) Diferensiasi yakni melakukan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran competitor.
 - b) Keunggulan biaya yakni strategi mengefisienkan seluruh biaya produksi atau jasa sehingga bisa dijual lebih murah dibanding pesaing.
 - c) Fokus yakni strategi menggarap satu target khusus.
 - d) Komunikasi pemasaran

Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam format ilmiah. Seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, seminar, dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa.

- 4) Pelayanan sekolah. Pelayanan sekolah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi

adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan. Ciri-ciri organisasi jasa yang baik:

- a) Memiliki konsep yang fokus pada konsumen
- b) Komitmen kualitas dari manajemen puncak penetapan standar yang tinggi
- c) Sistem yang memonitor kinerja jasa
- d) Sistem untuk memuaskan keluhan pelanggan
- e) Memuaskan karyawan sama dengan pelanggan.¹⁵

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan managerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus di masa mendatang.

c. Parameter kesuksesan marketing sekolah

- 1) Meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika orang tua dan peserta didik merasa puas atas jasa yang diberikan sekolah, maka kepuasan ini tidak lepas dari kualitas pelayanan yang baik dan

¹⁵ Machali, Imam dan Ara Hidayat. *Te Handbook of Education Management*. (Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2015). Hlm.415-420

tentunya berbeda dengan sekolah-sekolah lain. Layanan berkualitas ini dapat berasal dari beberapa faktor, diantaranya adalah adanya sarana prasarana yang memadai, lingkungan yang asri dan nyaman, guru profesional, manajemen yang transparan, akuntabil, dan berkapabilitass. Dan ketika ada keluhan maupun aspirasi dapat tertangani dan ditindaklanjuti dengan baik dan memuaskan.

- 2) Banyak anak didik antusias ingin belajar di sekolah tersebut, sampai pada taraf sekolah tidak lagi mampu menampung peserta lagi (*overload*). Sekalipun tidak mencapai target, sekolah hanya menganggap sebagai bencana yang seharusnya tidak akan terulang kembali. Mental seperti inilah yang harus dimiliki setiap sekolah.
- 3) Banyak lembaga yang menawarkan kerjasama dalam berbagai hal. Misalkan jika sekolah sudah meraih prestasi dengan berbagai level (lokal, regional, nasional, dan internasional), maka tawaran dari berbagai pihak akan datang dengan sendirinya. Pihak pemerintah, dunia usaha, bahkan badan internasional akan turut menawarkan kerjasama. Bisa dalam bentuk beasiswa, sarana prasarana, pertukaran pelajar, dll.¹⁶

¹⁶Jamal Ma'mur Asmani. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi menerapkan kompetisi dan sportivitas untuk meahirkan sekolah nggulan*. (Yogyakarta: DIVA Press. 2015).

2. Pendidikan

Secara bahasa pendidikan berasal dari bahasa Yunani, *paedagogy*, yang mengandung makna seorang anak yang pergi dan pulang sekolah diantar oleh seorang pelayan. Dalam bahasa Romawi pendidikan diistilahkan sebagai *educate* yang berarti mengeluarkan sesuatu yang berada di dalam. Dalam bahasa Inggris pendidikan diistilahkan *to educate* yang berarti memperbaiki moral dan melatih intelektual.¹⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendidikan adalah proses pengubahan sikap, dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, proses, cara dan perbuatan mendidik.¹⁸

Syaiful Sagala mengatakan bahwa pendidikan merupakan penggarapan ahli atau potensi yang dimiliki setiap individu supaya bermanfaat bagi individu itu sendiri dan dapat dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat.¹⁹

Beberapa ahli juga mendefinisikan pendidikan yang dikutip oleh Zahara Idris yaitu: John Dewey yang mengungkapkan bahwa pendidikan merupakan jalan terbentuknya kecakapan-kecakapan fundamental secara

¹⁷ Abdul Kadir, dkk. *Dasar-dasar Pendidikan: Edisi pertama*. (Jakarta: KENCANA. 2012).

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

¹⁹ Syaiful Sagala. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta. 2006). 1.

intelektual dan emosional menuju alam dan sesama manusia. Kemudian, S.A Branata, dkk mendefinisikan pendidikan sebagai cara yang sengaja dilakukan, baik itu secara langsung maupun dengan cara yang tidak langsung untuk mendorong anak dalam tumbuh dan berkembang mencapai kedewasaan yang sempurna. Dan menurut Ki Hajar Dewantara, pendidikan adalah usaha untuk mensukseskan pertumbuhan budi pekerti (kekuatan batin, karakter), pikiran (intelekt), dan diri anak, dalam Taman Siswa tidak boleh memecah bagian tersebut supaya bisa mensukseskan kesempurnaan hidup, kehidupan dan penghidupan peserta didik yang dididik oleh pendidik selaras dengan dunia mereka sendiri²⁰

Pendidikan tidak hanya menjadikan peserta didik memiliki perilaku yang sopan, taat, jujur, hormat, setia, sosial. Bukan juga hanya bersifat mencerdaskan mereka tentang ilmu-ilmu dan pengetahuan, teknologi dan seni serta dapat mengembangkannya. Namun pendidikan merupakan alat untuk membantu peserta didik baik menggunakan perantara berupa alat maupun tidak. Hal itu sebagai keharusan untuk menumbuhkembangkan diri meningkatkan kekuatan dan kemampuannya sebagai individu, anggota masyarakat, serta yang terpenting adalah sebagai makhluk Tuhan.²¹

²⁰ Zahara Idris. *Dasar-Dasar Kependidikan*. (Padang: Angkasa. 1987). Hlm.7.

²¹ Made Pidarta. *Landasan Pendidikan: Stimulus Ilmu Pendidikan Bercorak Indonesia*. (Jakarta: PT Rineka Cipta. 2013), Hlm.11.

Dengan kata lain, pendidikan merupakan hal yang berperan penting untuk membentuk kepribadian dan kemampuan peserta didik menuju kedewasaan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat.²²

Dari uraian di atas, meskipun berbeda secara redaksi, namun esensinya tetaplah sama. Pendidikan merupakan suatu proses, kegiatan yang dilakukan manusia, adanya hubungan antar pribadi, dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang jelas.

Dapat ditarik benang merah bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah sebuah proses menawarkan barang dan jasa yang dimiliki suatu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menarik minat peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

3. Sekolah Inklusif

a. Memahami sekolah inklusif

Sekolah inklusif memiliki arti bahwa sekolah harus mengakomodasi semua anak tanpa memedulikan keadaan fisik, intelektual, sosial, bahasa, atau kondisi-kondisi lain termasuk anak-anak penyandang disabilitas dan anak-anak berbakat. Pendidikan inklusif adalah sistem layanan pendidikan yang memberikan kesempatan kepada semua anak belajar bersama-sama di sekolah umum dengan memperhatikan keragaman dan kebutuhan individual, sehingga potensi anak dapat berkembang

²² Fuad Ikhsan. *Dasar-Dasar Kependidikan*. (Jakarta: PT Rineka Cipta. 2008). Hlm.5.

secara optimal. Direktorat PLB mengatakan bahwa pendidikan inklusif adalah model pendidikan yang mengikutsertakan anak-anak yang berkebutuhan khusus untuk belajar bersama-sama dengan anak-anak sebayanya di sekolah umum, dan pada akhirnya mereka menjadi bagian dari masyarakat sekolah tersebut sehingga tercipta suasana belajar yang kondusif. Pendidikan inklusif juga dapat diartikan sebagai sistem layanan pendidikan luar biasa yang mempersyaratkan agar semua anak luar biasa dilayani di sekolah-sekolah terdekat di kelas biasa bersama teman-teman seusianya.²³

Sedangkan definisi pendidikan inklusif yang diterima oleh banyak pihak adalah definisi yang diangkat dari seminar tentang pendidikan inklusif yang diselenggarakan di Agra India, yang disetujui oleh 55 partisipan dari 23 negara. Hasil seminar itu menghasilkan beberapa definisi pendidikan inklusif, diantaranya:

- 1) Lebih luas dari pendidikan formal, namun mencakup rumah, masyarakat, nonformal, dan sistem informal.
- 2) Mengakui dan menghargai bahwa setiap anak dapat belajar dan pada waktu tertentu mengalami hambatan belajar.
- 3) Memungkinkan kurikulum, sistem, dan metodologi memenuhi kebutuhan-kebutuhan semua anak.

²³ Dr. Budiyono, M.Pd, *Pengantar Pendidikan Inklusif berbasis lokal: Edisi pertama*, (Jakarta: Kencana, 2017).

- 4) Mengakui dan menghargai bahwa setiap anak memiliki perbedaan-perbedaan dalam usia, jenis kelamin, bahasa, etnik, status sosial ekonomi, kecacatan, dan potensi.
- 5) Merupakan proses dinamis yang terus berkembang sejalan dengan konteks budaya.
- 6) Merupakan strategi untuk memajukan dan mewujudkan masyarakat inklusif. (*Seminar on inclusive Education Agra India, 1998*).

Dari beberapa pendapat tersebut diatas dapat ditarik benang merah bahwa sekolah/pendidikan inklusif adalah sekolah yang mengadopsi kurikulum khusus sesuai dengan kebutuhan siswa baik reguler maupun ABK sehingga siswa tetap dapat belajar dengan nyaman bersama-sama.²⁴

b. Tujuan pendidikan inklusif

Pasal 2 Permendiknas No. 70 Tahun 2009 tentang Pendidikan Inklusif Bagi Peserta Didik yang Memiliki Kelainan dan Memiliki Potensi Kecerdasan dan/atau Bakat Istimewa, dijelaskan bahwa tujuan pendidikan inklusif diantaranya:

- 1) Memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada semua peserta didik yang memiliki kelainan fisik, emosional, mental, sosial atau memiliki potensi kecerdasan dan/atau bakat istimewa untuk memperoleh pendidikan

²⁴Dedy Kustawan dan Budi Hermawan. *Model Implementasi Pendidikan Inklusif Ramah Anak*. (Jakarta Timur: luxima. 2013). hlm.9

yang bermutu sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya.

- 2) Mewujudkan penyelenggaraan pendidikan yang menghargai keanekaragaman dan tidak diskriminatif bagi semua peserta didik.

Dengan adanya pengaturan ini maka pemerintah dan satuan pendidikan harus mempersiapkan untuk dapat melayani peserta didik berkebutuhan khusus.²⁵

d. Karakteristik anak berkebutuhan khusus

Anak berkebutuhan khusus (ABK) yang seringkali ditemui di sekolah-sekolah inklusif dan paling diperhatikan guru menurut Kauffman dan Halahan secara singkat antara lain yaitu:

- 1) Tunagrahita (*mental retardation*), disebut sebagai hendaya perkembangan (*child with development impairment*)
- 2) Kesulitan belajar (*learning disabilities*) atau anak yang berprestasi rendah
- 3) Hyperactive (*attention deficit disorder with hyperactive*)
- 4) Tunalaras atau anak memiliki gangguan emosi dan perilaku
- 5) Tunarungu wicara
- 6) Tunanetra atau yang memiliki gangguan penglihatan

²⁵ Drs. Dedy Kustawan, M.Pd. *Manajemen Pendidikan Inklusif: Kiat sukses mengelola pendidikan inklusif di sekolah umum dan kejuruan*. (Jakarta: PT. Luxima Metro Media. 2013).

- 7) Anak autistik (*autistic children*) atau gangguan perkembangan kompleks
- 8) Tuna daksa (*physical disability*) atau mengalami kelainan anggota tubuh
- 9) Tuna ganda (*multiple handicapped*)
- 10) Anak berbakat (*giftedness and and special talent*)²⁶

B. Kajian Pustaka Relevan

Kajian Pustaka adalah kajian atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diteliti. Kajian pustaka berfungsi sebagai bahan perbandingan dan tambahan informasi terhadap penelitian yang hendak dilakukan. Tidak begitu banyak penelitian yang fokus membahas tentang strategi pemasaran sekolah di sekolah khusus/inklusif. Namun peneliti menemukan beberapa penelitian tentang pemasaran atau setidaknya membahas hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran pendidikan. Diantaranya yaitu:

1. Skripsi Zakiyah Eka Pratiwi prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Surakarta yang berjudul “Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2016/2017”.

Jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif lapangan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi,

²⁶Bendi Delphie. *Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

dokumentasi dan triangulasi, serta dianalisis dengan teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran sekolah dilakukan melalui promosi yang dilakukan pada dua waktu yaitu promosi pada waktu penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan promosi yang dilakukan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB).²⁷

Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi promosi sekolah untuk menarik peserta didik baru. Hanya saja penelitian ini terfokus pada langkah-langkah yang dilakukan dalam perekrutan. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih terfokus pada strategi yang dilakukan dalam pemasaran sekolah inklusif.

2. Skripsi Winda Andriyani Prodi Pendidikan Luar Biasa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dengan judul “Implementasi Pendidikan Inklusif di Sekolah Dasar Taman Muda Ibu Pawiyatan Yogyakarta” tahun ajaran 2017.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini berusaha mengkaji, menguraikan dan mendeskripsikan data-data tentang mplementasi pendidikan inklusif di SD Taman Muda Ibu Pawiyatan Yogyakarta.

²⁷Zakiah Eka Pratiwi. *Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2016/2017*. Skripsi (Surakarta: IAIN Surakarta. 2017). Hlm.45

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa ada tiga tahapan implementasi di SD Taman Muda Ibu Pawiyatan, yaitu perencanaan, proses, dan evaluasi. perencanaan yang dilakukan adalah dengan membuat program kerja guru pendamping khusus yang berisi kegiatan-kegiatan siswa selama satu tahun.

Proses penerapan di SD Taman Muda Ibu Pawiyatan dibagi menjadi tiga aspek yaitu tenaga pendidik kependidikan, kurikulum dan sarana prasarana, dimana tenaga pendidik hanya ada lima belas *shadow* pribadi, dua orang GPK satu GPK sekolah dan satunya lagi merupakan guru kunjung, kurikulum yang digunakan untuk anak berkebutuhan khusus dan anak reguler disamakan yaitu menggunakan kurikulum 2013, dan sarana prasaran di sekolah masih minim. Serta evaluasi yang dilakukan setiap enam bulan sekali pada akhir semester sebelum pembagian raport.²⁸

Penelitian ini sama-sama membahas tentang sekolah inklusif. Hanya saja penelitian ini membahas tentang implementasinya, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan terfokus pada strategi pemasarannya.

3. Skripsi Muhamad Amin Sholeh Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Surakarta dengan judul “Manajemen Pemasaran Sekolah di SDIT Insan Cendekia Teras Boyolali Tahun Ajaran 2018/2019”

²⁸Winda Andriyani. *Implementasi Pendidikan Inklusif di Sekolah Dasar Taman Muda Ibu awiyatan Yogyakarta*. Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2017). Hlm.81-82

Jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi, serta dianalisis dengan teknik analisis deskriptif.

Jika disimpulkan, manajemen pemasaran yang dilakukan oleh SDIT Insan Cendekia Teras Boyolali memiliki beberapa tahapan pokok yang saling berkaitan antara satu tahapan dengan tahapan lainnya. Adapun beberapa tahapan pokok yang dilakukan oleh SDIT Insan Cendekia Teras Boyolali dalam melaksanakan manajemen pemasaran sekolahnya ialah dimulai dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.²⁹

Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran sekolah. Hanya saja penelitian ini dilakukan di sekolah umum, dan yang peneliti lakukan di sekolah inklusif.

Dari ketiga skripsi tersebut diatas, peneliti menemukan beberapa kelebihan dan kekurangan dari masing-masing skripsi yaitu:

a. Kelebihan

- 1) Tata penyusunan skripsi sudah cukup baik karena sudah sesuai dengan panduan penyusunan karya ilmiah skripsi.
- 2) Penulisan menggunakan prosedur yang tepat untuk mendapatkan data, yaitu dengan pendekatan kualitatif lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi,

²⁹ Muhamad Amin Sholeh. *Manajemen Pemasaran Sekolah di SDIT Insan Cendekia Teras Boyolali Tahun Ajaran 2018/2019*. Skripsi (Surakarta: IAIN Surakarta. 2018). Hlm.24.

dokumentasi dan triangulasi, serta dianalisis dengan teknik analisis deskriptif.

3) Hasil penelitian dapat menjawab rumusan masalah dengan cukup baik.

b. Kekurangan

Pada masing-masing skripsi ada beberapa penulisan kata yang kurang tepat. Misal, penggunaan kata depan dan imbuhan “di” dan “ke”. Kata “di” dan “ke” sebagai kata depan seharusnya penulisannya dipisah, namun jika kata “di” dan “ke” sebagai kata imbuhan harusnya digabung. Contoh yang benar: di sekolah, ke ruang, diharapkan, kemanusiaan.

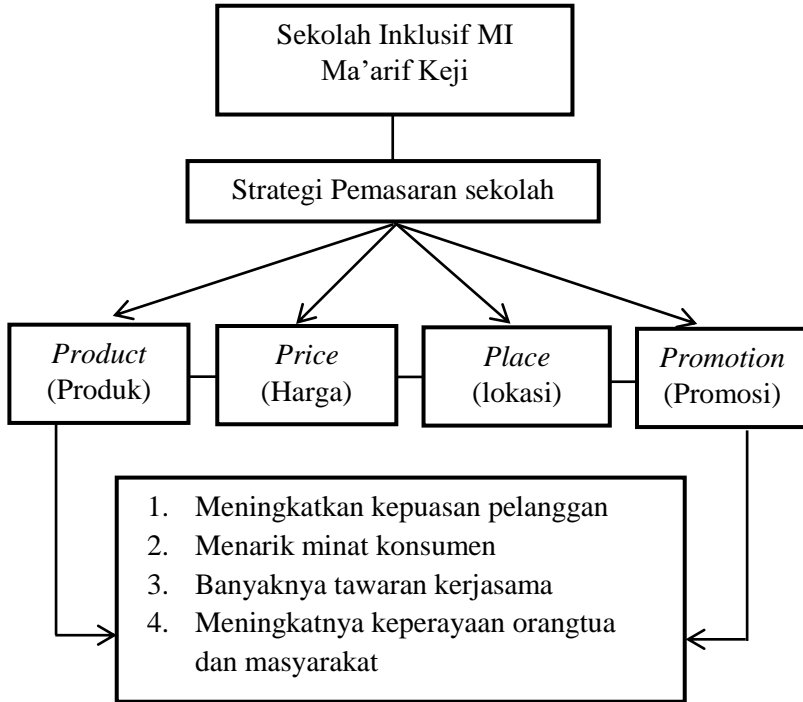
C. Kerangka Berfikir

Saat ini sudah banyak berdiri sekolah baik umum maupun berbasiskagamaan. Oleh karena itu sekolah harus mampu bersaing untuk menjaga eksistensinya. Untuk meningkatkan eksistensi dan meningkatkan kualitas suatu sekolah maka pihak pengelola harus mampu menciptakan trobosan baru, salah satu caranya ialah dengan melakukan pemasaran. Dalam hal ini adalah sekolah inklusif, yang mana tidak semua orang paham dengan makna inklusif. Maka dari itu, sekolah harus memperkenalkan dan memasarkan sekolah kepada calon konsumen yakni peserta didik, orang tua dan masyarakat tentang lembaga pendidikan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan sebuah rancangan atau cara dalam memasarkan sekolah. Strategi pemasaran yang dapat digunakan sekolah adalah dengan melakukan beberapa tindakan diantaranya, mengidentifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, dan pelayanan sekolah. Apabila strategi pemasaran dapat terlaksana dengan baik maka seiring berjalannya waktu konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sekolah, kemudian akan banyak pula calon peserta didik yang mendaftar ke sekolah tersebut, sehingga jumlah peserta didik akan meningkat. Dan tidak menutup kemungkinan sekolah akan menerima banyak tawaran kerjasama dari berbagai pihak.

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang dijelaskan dihalaman sebelumnya, maka dapat diambil suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.³⁰ Penelitian lapangan (*Field Research*) merupakan jenis penelitian yang mengadakan pengamatan langsung ke lapangan tentang fenomena yang terjadi. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang tentang strategi pemasaran sekolah inklusif.

Pendekatan penelitian yang dipakai peneliti adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena tentang apa saja yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain yang diteliti secara holistik dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.³¹

Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mendeskripsikan mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

³⁰Husaini, dkk. *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2006). Hlm.5

³¹Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), Hlm.6

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang diteliti oleh peneliti adalah di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sekitar empat bulan, terhitung dari pra-riset yang dilaksanakan pada bulan Juli 2020, dan riset yang dilaksanakan pada bulan November 2020. Kegiatan yang dilakukan peneliti meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai strategi pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dimana suatu data dapat diperoleh. Sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.³² Dalam penelitian ini, penulis mengelompokkan sumber data menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.³³ Data primer diperoleh peneliti dengan melakukan observasi,

³²Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010). Hlm.114

³³M Burhan Bungin. *Metodologi penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Lainnya*. (Jakarta: Kencana. 2017). Hlm.132

wawancara, dan dokumentasi secara langsung terkait strategi pemasaran sekolah.

Data primer yang diperoleh adalah data profil madrasah, catatan serta rekaman wawancara dengan beberapa subjek penelitian, yaitu Kepala Madrasah, Waka Humas, Manajer Inklusif, dan wali siswa MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau data yang diperoleh dari pengamatan warga setempat, atau lembaga pesaing.³⁴ Data sekunder merupakan data tambahan atau data pendukung data primer. Data ini diperoleh peneliti dari akun website dan instagram MI Ma'arif Keji, jurnal, dan publikasi dari berbagai portal web berita seperti DETIK.com dan kompasiana.

D. Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*) dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah yang bersifat umum.³⁵ Fokus

³⁴Wagiran. *Mpetodologi Penelitian Pendidikan: Teori dan Implementasi*. (Yogyakarta: Deepublish. 2013). Hlm.220

³⁵Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2017). Hlm.285-286

penelitian disini lebih mengarah kepada strategi pemasaran yang digunakan sekolah untuk menarik minat pelanggan. Peneliti akan menganalisis hasil dari kegiatan tim marketing dalam memasarkan sekolah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, maka peneliti menetapkan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu:

1. Observasi

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indra.³⁶

Creswell menyatakan bahwa observasi sebagai sebuah proses penggalian data yang dilakukan langsung oleh peneliti sendiri, bukan oleh asisten peneliti atau oleh orang lain dengan cara pengamatan mendetail terhadap manusia sebagai objek observasi dan lingkungannya dalam kancas riset.³⁷

Dalam hal ini observasi digunakan untuk mengamati, mendengar, dan mencatat bagaimana strategi pemasaran sekolah

³⁶Ahmad Tanzeh. *Metodologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta: Teras. 2011). Hlm. 84

³⁷ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 130-131

inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang. Sehingga catatan tersebut dapat terkumpul sebagai catatan lapangan (*file notes*) menambah informasi tentang Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang.

Observasi yang pertama dilakukan pada 24 November 2020 dengan Ibu Nila Afitri selaku Ka TU sekaligus guru pembimbing khusus. Mengamati tentang kondisi fisik madrasah dan Pesantren Bumi Aji dan kegiatan promosi yang sedang berlangsung saat itu.

2. Wawancara

Teknik wawancara adalah percakapan dengan narasumber dengan maksud tertentu.³⁸ Wawancara juga bisa diartikan suatu proses komunikasi dengan bertanya secara langsung dari para respondennya terkait strategi pemasaran sekolah inklusif. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Madrasah, Waka Humas, Manajer Inklusif dan orangtua/wali siswa pada 25 November 2020 di MI Ma'arif Keji.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari sebuah data yang mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.³⁹

³⁸J Lexy Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007). Hlm.186

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (yogyakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm 231.

Metode ini digunakan untuk memperoleh keadaan geografis MI Ma'arif Keji, sejarah ditetapkannya menjadi sekolah inklusif, daftar prestasi yang telah didapat sekolah, dan strategi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk menarik minat siswa.

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian kualitatif dapat dikatakan valid dan benar-benar nyata apabila dilakukan uji keabsahan data. Peneliti dalam menguji data menggunakan triangulasi.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu dengan ketiga teknik di atas, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih fresh, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid.

Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam situasi yang berbeda.⁴⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber merupakan data yang diperoleh peneliti dari informan yaitu Kepala Madrasah, Waka Humas, Manajer Inklusif, dan wali siswa. Kemudian tindakan sekolah dalam perumusan dan pelaksanaan strategi pemasaran sekolah.

Sedangkan triangulasi teknik yaitu pengecekan kesesuaian data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa sumber, dengan observasi yang dilakukan. Dengan alasan untuk membuktikan terkait dengan kesesuaian data dan fenomena pemasaran di MI Ma'arif Keji.

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi ilmiah.⁴¹ Metode analisis yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah analisis deskriptif. Proses data dimulai dengan menelaah seluruh sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen-dokumen dan sebagainya.⁴²

⁴⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Alfabet. 2011). Hlm.373-374

⁴¹Tanzeh. *Metodologi Penelitian Praktis*. Hlm. 95

⁴²Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005).Hlm.247

Aktivitas yang dilakukan selama analisis data yaitu:

a. *Data Reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang sekiranya tidak diperlukan. Dalam reduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika peneliti menemukan sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

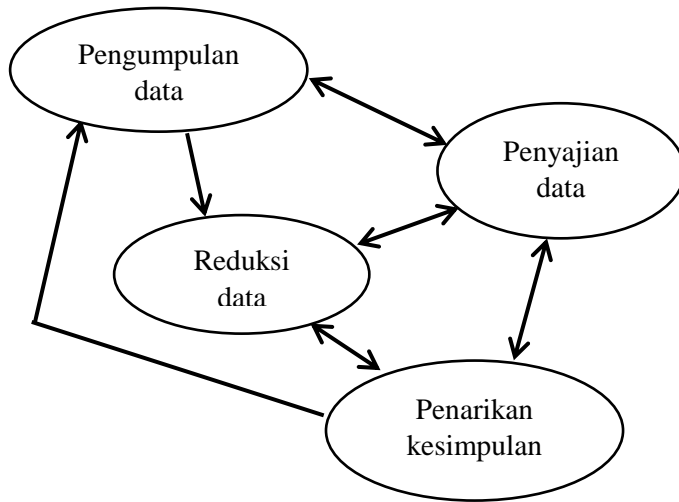
b. *Data Display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Miles and Huberman menyatakan sebagaimana dikutip oleh Sugiyono bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion Drawing* (verifikasi)

Langkah terakhir yaitu kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas. Data display yang dikemukakan apabila

didukung dengan data data yang valid, maka dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel.⁴³



Gambar 3.1 Skema model analisis interaktif Sugiyono

Dari skema di atas maka analisis data dilakukan setelah mengumpulkan data, yang pertama yaitu mereduksi data yang ada kemudian menyajikan data sementara agar dapat dilakukan proses selanjutnya yaitu menarik kesimpulan hal-hal yang terdapat pada reduksi data dan sajian data.

⁴³Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Alfabet . 2011) Hlm.338-345

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum di MI Ma'arif Keji

a. Profil MI Ma'arif Keji

MI Ma'arif Keji berdiri pada 1 Juli 1973 dan mulai beroperasi pada tahun 1978. Madrasah ini terselenggara dibawah naungan LP Ma'arif NU. Kemudian MI Ma'arif Keji diresmikan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam sebagai sekolah inklusif pada 07 Juni 2016. Bermula dari madrasah yang hampir mati, MI Ma'arif Keji memulai untuk bangkit kembali dengan inovasi baru dengan menerima siswa berkebutuhan khusus, karena mendapat respon yang positif dari orangtua siswa, dirasa MI Ma'arif Keji masih memiliki harapan untuk berkembang, kepala sekolah dan para guru sepakat untuk berkomitmen menjadikan MI Ma'arif keji menjadi sekolah inklusif ramah anak. Pada saat itu MI Ma'arif Keji menjadi salah satu madrasah angkatan pertama di Jawa tengah yang diresmikan menjadi madrasah inklusif. Sampai saat ini MI Ma'arif Keji menjadi madrasah inklusi dengan segudang prestasi.⁴⁴

b. Visi dan Misi MI Ma'arif Keji

⁴⁴Hasil wawancara di MIMa'arif Keji Ungaran dengan Kepala Madrasah, Supriyono, S.Pd.I.,M.Pd. pada 25 November 2020.

MI Ma'arif Keji sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam di bawah naungan Yayasan "Ma'arif NU" mengelola lembaga pendidikan formal berbasis pondok pesantren yang berciri khas agama Islam (Ahlussunah Waljama'ah). Visi MI Ma'arif Keji yaitu "terwujudnya generasi muslim yang qur'ani, berprestasi, dan peduli"

Misi MI Ma'arif Keji :

- 1) Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan seluruh warga madrasah terhadap ajaran agama Islam *ala ahlussunah waljamaah*.
- 2) Melaksanakan program bimbingan tahsin dan tahfidz Alqur'an secara intensif.
- 3) Melaksanakan pembelajaran profesional dan bermakna dengan pendekatan PAIKEM yang dapat menumbuhkan kembangkan potensi peserta didik secara maksimal.
- 4) Melaksanakan pembelajaran ekstrakurikuler secara intensif sehingga setiap siswa memiliki keunggulan dan berkembang sesuai bakat dan minatnya.
- 5) Melaksanakan pembelajaran yang ramah anak dengan menyelenggarakan pendidikan inklusif.
- 6) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (pendidik dan tenaga kependidikan).

- 7) Melaksanakan pengelolaan madrasah dengan manajemen partisipatif dengan melibatkan seluruh warga madrasah dan kelompok kepentingan.⁴⁵
- c. Program Unggulan
- 1) Tahsin dan Tahfidz Al-Qur'an
 - 2) Program Pendidikan Inklusi bagi Anak Berkebutuhan Khusus
 - a) SK Dirjen Pendis Nomor 3211 Tahun 2016 tentang Penetapan 22 (Dua Puluh Dua) Madrasah Inklusif
 - b) Kerjasama dengan Yayasan Yogasmara Semarang
 - c) Kerjasama dengan E-Nergy Ungaran
 - d) Kemitraan Pendidikan Australia-Indonesia melalui LP. Ma'arif NU Jawa Tengah (2015-2017)
 - e) Kemitraan UNICEF – LP. Ma'arif NU Jawa Tengah (2018-2020)
 - f) Pondok Pesantren Bumi Aji Desa Keji bagi peserta didik MI Keji (Pondok Pesantren Inklusif)⁴⁶
- d. Data Sebaran Peserta Didik
- Jumlah siswa di MI Ma'arif Keji tahun ajaran 2019/2020 baik siswa reguler maupun ABK sebanyak 203 siswa. Dengan uraian 112 siswa laki-laki dan 91 siswa perempuan. Ada 9 rombel di MI Ma'arif Keji, disetiap rombelnya ada 2-4

⁴⁵ Draf permohonan perpanjangan SK Madrasah Inklusif MI Ma'arif Keji 2020, sub profil madrasah.

⁴⁶ Draf permohonan perpanjangan SK Madrasah Inklusif MI Ma'arif Keji 2020, program unggulan.

PDBK, padahal seharusnya hanya menerima kuota sebanyak 2-3 PDBK/rombel, namun karena banyaknya tuntutan dari orangtua ABK yang sangat ingin menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif Keji menyebabkan banyaknya antrean calon PDBK, bahkan beberapa orangtua memohon untuk menerima anaknya di madrasah ini. Atas dasar inilah madrasah memberi ruang bagi PDBK untuk bersekolah di MI Ma'arif Keji yang akhirnya ada beberapa rombel yang melebihi kapasitas PDBK yang telah ditetapkan.

Ada berbagai jenis PDBK dengan hambatan belajar yang berbeda disetiap rombelnya, diantaranya retradasi mental, adhd, *learning difficulty*, autisme, gangguan pendengaran dan komunikasi, tuli, keterlambatan bicara, kesulitan belajar, *slow learner*, cerebar palsy, talasemia, retradasi mental, adh-d/ gangguan konsentrasi, dan lamban belajar.⁴⁷

d. Data Guru Dan Karyawan

Profesi guru memiliki peranan penting dalam suatu lembaga pendidikan. Di MI Ma'arif Keji, beberapa guru tidak hanya memiliki tugas sebagai pengajar yang baik bagi siswanya, namun juga harus dapat menjalin kerjasama yang baik dalam hubungan terhadap peserta didik, tenaga personalia pendidikan lainnya, administrasi, bahkan ketatausahaan. Jumlah keseluruhan guru dan karyawan di MI

⁴⁷ Draf permohonan perpanjangan SK Madrasah Inklusif MI Ma'arif Keji 2020, sub sebaran peserta didik. Dan Hasil wawancara di MI Ma'arif Keji Ungaran dengan Manajer Inklusif pada 25 November 2020.

Ma'arif Keji saat ini sebanyak 20 orang. Dengan uraian 1 orang kepala sekolah, 11 orang guru kelas, 4 orang GPK, 3 orang guru tahfidz, 1 orang petugas kebersihan, dan 1 orang penjaga dan sopir.⁴⁸

2. Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran

Strategi pemasaran sekolah merupakan salah satu hal pokok untuk menentukan cara yang tepat dalam memperkenalkan sekolah inklusif pada masyarakat luas. Karena banyaknya muncul sekolah baru menyebabkan persaingan antar lembaga semakin kompetitif yang menuntut MI Ma'arif Keji harus lebih ekstra dalam meningkatkan kualitas lembaga dan terus melakukan inovasi demi mempertahankan citra lembaga dan untuk menarik minat masyarakat supaya menggunakan jasa pendidikan di MI Ma'arif Keji. Oleh karenanya sekolah melakukan strategi pemasaran melalui promosi yang dilakukan pada dua waktu yaitu pra penerimaan peserta didik baru (PPDB) oleh sekolah dan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB) oleh seluruh lapisan yang berkepentingan. Bentuk promosi yang dilakukanpun dengan berbagai macam. menurut penuturan kepala MI Ma'arif Keji, Supriyono pada 25 November 2020 menjelaskan bahwa:

⁴⁸ Draf permohonan perpanjangan SK Madrasah Inklusif MI Ma'arif Keji 2020, sub data guru dan karyawan. Dan Hasil wawancara di MI Ma'arif Keji Ungaran dengan Kepala Madrasah pada 25 November 2020.

“MI Ma’arif Keji adalah madrasah pertama dari 22 madrasah inklusif di Indonesia. Sehingga banyak akademisi dan peneliti yang datang ke sekolah. hal ini yang menimbulkan dari sisi tertentu MI Ma’arif Keji terpublikasi. Kemudian atas dasar penetapan dari Dirjen Pendis sebagai madrasah model pendidikan inklusif menyebabkan madrasah banyak dilirik oleh media-media elektronik, media cetak, sampai media sosial yang kemudian banyak memberitakan madrasah ini. Termasuk kanal televisi CNN Indonesia dan Metro TV turut serta mempublikasikan tentang pelaksanaan pendidikan inklusif di MI Ma’arif Keji. Sedangkan pada media cetak dan online sudah banyak, kali terakhir adalah dari UNICEF. Karena madrasah menjadi projek dari UNICEF, Maka unsur pelaporan-pelaporan dari UNICEF bahkan laporan IPDB dengan pendidikan dengan disabilitas yang salah satunya adalah menggambarkan tentang pendidikan yang ramah terhadap disabilitas di madrasah ini.⁴⁹

Sejalan dengan ungkapan kepala madrasah, Komariyah selaku waka humas pada 25 November 2020 mengungkapkan pelaksanaan strategi pemasaran sekolah di MI Ma’arif Keji dilakukan dengan beberapa cara, yakni dengan menyebar brosur dan pemasangan banner di tempat keramaian, mempublikasikan kegiatan di media sosial, dan melakukan kegiatan baik di dalam lingkungan madrasah di luar gedung madrasah yang melibatkan warga sekitar untuk turut serta dalam kegiatan yang dilaksanakan di MI Ma’arif Keji. Beliau menuturkan:

Kegiatan pemasaran dilakukan dengan memasang pamflet PPDB di tempat-tempat yang banyak dikunjungi

⁴⁹ Wawancara dengan kepala MI Ma’arif Keji, Supriyono, S.Pd.I., M.Pd pada 25 November 2020.

atau dilewati orang seperti di terminal, pasar, di jalan-jalan dll. Mempublikasikan program dan kegiatan serta prestasi MI Maarif Keji di media online, seperti web, instagram dan facebook. Selain itu juga didukung dengan publikasi-publikasi dari berbagai media sosial baik lokal maupun nasional yang pernah meliput tentang madrasah ini, salah satunya adalah Metro TV. Kemudian untuk masyarakat desa yang tidak menggunakan media sosial, sekolah berinisiatif melakukan kegiatan dilingkungan desa, salah satunya kegiataan jalan sehat yang melibatkan masyarakat secara umum.⁵⁰

Ika Setiyawati selaku manajer program inklusif di MI Ma'arif Keji pada 25 November 2020 menerangkan bahwa pada dasarnya prosedur pendaftaran baik siswa reguler maupun ABK adalah sama. Hanya saja ketika siswa yang mendaftar terindikasi ABK maka ada tindakan lanjutan. Namun biasanya orangtua secara langsung konfirmasi kepada panitia PPDB terkait kondisi anaknya. Kemudian manajer program inklusif dan team GPK mengidentifikasi kondisi ABKnya untuk kemudian dilakukan asisment ke psikolog untuk mengetahui hambatan yang dialami si anak. Selanjutnya melihat apakah kuota yang disediakan masih ada atau tidak, jika masih ada maka ABK dapat melakukan daftar ulang, namun jika kuota sudah terpenuhi maka ABK harus menunggu minimal satu tahun unttuk bisa mendaftar lagi pada tahun ajaran baru berikutnya.

⁵⁰ Wawancara dengan Humas MI Ma'arif Keji, Komariyah, S.Pd.I pada 25 November 2020.

Promosi program inklusif berjalan seiringan dengan promosi madrasah yang tidak hanya dilakukan ketika menjelang penerimaan peserta didik baru saja, akan tetapi juga bisa dilakukan diluar kegiatan penerimaan peserta didik baru dengan melalui kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah dan keikutsertaan dalam event-event perlombaan. Kegiatan yang diselenggarakan diantaranya ialah jalan sehat mengitari Desa Keji, bakti sosial membersihkan masjid dan MI Ma'arif Keji dan peringatan hari besar Islam yang diselenggarakan di Asrama inklusif (asrama Bumi Aji Keji). kegiatan jalan sehat sengaja diselenggarakan oleh madrasah untuk dapat diikuti seluruh warga sekolah dan warga Desa Keji serta masyarakat umum. Jalan sehat ini digelar mulai pukul 07.00 s/d pukul 11.00. Dimana tidak semata jalan mengitari perkampungan, namun ada beberapa kegiatan didalamnya yaitu lomba-lomba yang boleh diikuti oleh seluruh peserta jalan sehat, dan pentas seni dari setiap kelas, dan dari para siswa inklusif. Selain itu juga digelar pameran seni ditengah-tengah kegiatan jalan sehat, karya-karya tersebut merupakan karya seni dari para siswa inklusif. Dengan kegiatan ini diharapkan warga kampung dan masyarakat umum dapat mengenal MI Ma'arif Keji lebih mendalam dan turut serta dalam mempromosikan madrasah setidaknya dari mulut ke mulut. Alhasil kegiatan ini benar dapat menarik perhatian warga untuk turut memperkenalkan madrasah kepada orang-orang sekitarnya. Fatimah selaku wali siswa ABK pada Rabu, 25 November 2020, ia menuturkan bahwa ia

mengetahui MI Ma'arif Keji dari guru TK dan orang tua dari teman anaknya:

Saya mengetahui MI Ma'arif Keji dari guru TK anak saya, dan orangtua dari teman anak saya juga pernah menyinggung tentang MIMa'arif Keji. Akhirnya saya tertarik dan mulai mencari tahu, dan saya rasa anak saya cocok bersekolah disini, karena anak saya kebetulan ABK.⁵¹

Selain publikasi mengunggah kegiatan-kegiatan dan capaian madrasah melalui wab sekolah, dan media sosial, madrasah melalui kepala sekolah dan sebagian guru yang merupakan trainer-trainer penggerak pendidikan inklusif turut mempromosikan MI Ma'arif Keji dengan program unggulannya yaitu inklusif. Promosi yang dilakukan adalah dengan mengusung nama program inklusif disetiap kesempatan karena itu yang jarang dilakukan oleh lembaga lain. Misalnya ketika diberikan kesempatan mengisi dalam pertemuan pihak sekolah, mengisi TOT di lembaga tertentu, dan ketika mengobrol dengan masyarakat juga sisipkan tentang program inklusif di MI Ma'arif Keji.

Ketika masyarakat benar-benar percaya kepada madrasah maka secara otomatis mereka akan merekomendasikan saudara dan tetangga untuk mendaftarkan anaknya untuk menempuh pendidikan di MI Ma'arif Keji.

Dari proses yang telah dijelaskan di atas, apabila ditarik ke dalam marketing mix maka hasilnya sebagai berikut:

⁵¹ Wawancara dengan wali PDBK MI Ma'arif Keji, Ibu Fatimah pada 25 November 2020.

a. *Product* (produk)

Pelayanan yang baik merupakan salah satu prinsip yang dilakukan oleh MI Ma'arif Keji. Dengan berusaha meningkatkan mutu dan layanan yang ada di MI Ma'arif Keji maka konsumen akan puas dengan kinerja MI Ma'arif Keji dan akan semakin percaya dengan MI Ma'arif Keji.

b. *Price* (harga)

Biaya yang dikeluarkan dan output yang dihasilkan tentunya harus sepadan. Dengan fasilitas memadai dan pelayanan prima tentunya MI Ma'arif Keji mematok biaya pendidikan yang relatif tinggi. Namun tidak menutup kemungkinan beberapa siswa yang tidak mampu dan siswa berprestasi akan mendapat beasiswa dan keringanan biaya pendidikan. Tentunya hal ini menjadikan konsumen juga tertarik dengan lembaga pendidikan tersebut. Di MI Ma'arif Keji untuk biaya pendaftaran digelombang pertama pada tanggal 25 Maret - 30 April 2020 tidak dikenakan biaya pendaftaran (gratis), namun dikenakan biaya pendaftaran sebesar Rp 50.000,- apabila mendaftar digelombang kedua pada tanggal 1 Mei – 11 Juli/sampai kuota terpenuhi.

Selain biaya yang dikeluarkan siswa, ada juga dana BOS, infaq dari masyarakat, dan dana dari CSR (*Corporate social responsibility*) yang dialokasikan untuk biaya operasional. Memang ada perbedaan biaya infaq pembangunan antara siswa reguler dan inklusif, mengingat siswa inklusif

membutuhkan ruang sumber dengan peralatan terapi dan peralatan penunjang belajar yang memadai maka pembayaran infaq pembangunannya sebesar Rp 1.000.000,- lebih mahal dibandingkan siswa reguler yang hanya Rp 400.000,-. Biaya yang dibayarkan yang diberikan di MI Ma'arif Keji. Namun bagi PDBK yang tidak mampu akan mendapatkan keringanan dengan melampirkan SKTM, PKH/ kartu Indonesia Pintar.

c. *Place* (tempat)

Lokasi MI Ma'arif Keji tidak begitu strategis karena madrasah tersebut berada di tengah perkampungan. Tidak adanya petunjuk seperti plang penunjuk arah untuk menuju lokasi serta tidak ada angkutan umum yang melewati jalur tersebut membuat orang sedikit kesulitan untuk mencari keberadaan MI Ma'arif Keji. Namun bagi yang melek teknologi, MI Ma'arif Keji dapat diakses dengan google maps. MI Ma'arif Keji juga menyediakan pesantren yang diperuntukan para siswa yang bertempat tinggal jauh dari madrasah dan untuk siswa yang orang tuannya tidak bisa mengantar.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan salah satu hal yang penting untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas. Promosi yang dilakukan MI Ma'arif Keji ada dua, yaitu ketika menjelang PPDB dan diluar PPDB. Kegiatan promosi yang dilakukan ketika menjelang PPDB diantaranya yaitu pembuatan brosur dan banner serta publikasi melali media sosial. Sedangkan

kegiatan promosi yang dilakukan diluar PPDB yaitu dengan mengadakan kegiatan-kegiatan diantaranya jalan sehat, bakti sosial dan pengajian peringatan hari besar Islam.

3. Hasil Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji Ungaran

Keberhasilan dalam pencitraaan sebuah lembaga pendidikan tidak lepas dari penerapan strategi pemasaran pendidikan di lembaga tersebut. Seperti halnya penerapan strategi pemasaran pendidikan di MI Ma'arif Keji juga memiliki dampak positif terhadap lembaga, berikut ini penjelasan bapak Supriyono kepala MI Ma'arif Keji terkait strategi pemasaran MI Ma'arif Keji:

Berawal dari masuknya satu sampai dua ABK pada tahun 2011 dan sekolah melakukan layanan semaksimal mungkin dan ternyata berhasil. Orangtua merasa anaknya lebih baik karena ditangani dengan model pendidikan inklusif. Setelah madrasah memberikan layanan yang baik maka dari sinilah madrasah mendapat kepercayaan orangtua dan masyarakat sekitar dan tentunya secara informasi person by person dari orangtua wali dan masyarakat sekitar madrasah bisa dikenal sampai ke khalayak luas. Kemudian dari tahun ke tahun jumlah siswa di MI Ma'arif Keji semakin bertambah. Begitu banyak permintaan orangtua ABK yang ingin menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif Keji baik dari dalam daerah maupun luar daerah, hal ini mengakibatkan sekolah terpaksa harus menerapkan sistem antri bagi ABK yang hendak bersekolah di MI Ma'arif Keji setidaknya harus menunggu satu tahun karena keterbatasan kelas yang dalam satu kelasnya hanya menerima 2-3 ABK saja. Banyaknya orang tua yang ingin menyekolahkan ABKnya di sekolah ini karena sekolah ini dianggap sebagai madrasah yang cukup masif dalam menyelenggarakan

pendidikan inklusif. Realitanya jumlah mereka (ABK) banyak dan tidak semua mendapat layanan secara inklusif di sekolah yang lain.⁵²

Dari penjelasan kepala MI Ma'arif Keji tersebut peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran di MI Ma'arif Keji membawa dampak positif yakni tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga semakin tinggi, lalu terjalin kerjasama yang efektif antara madrasah dan orang tua siswa sebagai pengguna jasa layanan jasa pendidikan di MI Ma'arif Keji.

Kemudian dengan terbentuknya Paguyuban dan Komite yang beranggotakan semua wali siswa yang dikoordinir oleh wali kelas, setiap kegiatan yang diselenggarakan MI Ma'arif Keji selalu didukung oleh wali siswa. Wali siswa ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di madrasah maupun di pondok pesantren. Sekedar menghadiri atau turut mensupport dalam bentuk sumbangan tenaga, dana atau konsumsi. Sehingga selalu terjalin kerjasama antar sekolah dan orang tua siswa yang solid.

Keberhasilan MI Ma'arif Keji tidak lepas dari strategi pemasaran pendidikan yang baik, dilihat dari semakin banyak siswa yang mendaftar dari tahun ke tahun. Adapun hasil yang telah dicapai diantaranya:

⁵² Wawancara dengan kepala MI Ma'arif Keji, Supriyono, S.Pd.I., M.Pd pada 25 November 2020.

- a. Meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan putra putri mereka di MI Ma'arif Keji. Sehingga data siswa baru dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.
- b. Terjalannya kerjasama yang baik antara madrasah dan orang tua siswa. Kerjasama tersebut terbukti dengan berjalannya setiap kegiatan sekolah dengan selalu melibatkan orang tua siswa.
- c. Tingginya loyalitas dan komitmen orang tua siswa dalam mewujudkan tercapainya keberhasilan pendidikan di MI Ma'arif Keji.
- d. Promosi yang dilakukan pada dua waktu yaitu pra penerimaan peserta didik baru (PPDB) oleh sekolah dan diluar penerimaan peserta didik baru (PPDB) oleh seluruh lapisan yang berkepentingan. MI Ma'arif Keji telah dipercaya oleh masyarakat luas, sehingga madrasah harus menjaga kepercayaan yang telah dibangun oleh masyarakat kepada MI Ma'arif Keji.
- e. Banyak perubahan yang terjadi pada ABK. Misal salah satu ABK dengan hambatan pendengaran yang verbanya belum lancar seperti anak pada umumnya. Setelah menempuh pendidikan di MI Ma'arif Keji kurang lebih satu tahun sudah hafal dengan nama teman-teman di kelasnya, termotivasi untuk senang berbicara, dan menjadi lebih percaya diri dari sebelumnya.

- f. Hingga tahun ajaran 2019/2020 MI Ma'arif Keji berhasil meraih prestasi guru dan siswa dari tingkat Kabupaten, Nasional, dan Internasional.
- g. Menjadi rujukan madrasah inklusif Kementerian Agama RI, dan sasaran pengembangan madrasah inklusif dari Kemitraan Pendidikan Australia Indonesia (AUSAid) 2016 dan UNCIEF-LP.Ma'arif PWNJ Jateng. Dapat dilihat beberapa artikel diterbitkan oleh oleh Unicef:
 - 1) *Mendaki Puncak Dunia: Kisah Milla*
<https://www.unicef.org/indonesia/id/stories/mendaki-puncak-dunia-kisah-millah>
 - 2) *Keberagaman adalah Sumber Belajar: Kisah Atika*
<https://www.unicef.org/indonesia/id/coronavirus/cerita/keberagaman-adalahsumber-belajar-kisah-atika>

B. Analisis Data

1. Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma'arif Keji

Berikut pembahasan temuan penelitian berdasarkan fokus penelitian tentang strategi pemasaran sekolah inklusif adalah sebagai berikut:

Strategi yang diterapkan di MI Ma'arif Keji dalam memasarkan sekolah adalah dengan melakukan promosi menjelang PPDB dan melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat dan seluruh lapisan yang berkepentingan supaya MI Ma'arif Keji dapat dikenal secara luas sebagai madrasah inklusif yang

unggul. Keunggulan-keunggulan MI Ma'arif Keji tertuang dalam visi madrasah yaitu "terwujudnya generasi muslim yang qur'ani, berprestasi, dan peduli". Strategi yang lain di MI Ma'arif Keji dalam mempromosikan sekolah adalah dengan menonjolkan program-program yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan siswanya. Karena MI Ma'arif Keji adalah madrasah dengan model inklusif, maka yang lebih diunggulkan dari pesaing-pesaingnya adalah pencapaian-pencapaian program inklusif yang telah diperoleh MI Ma'arif Keji. Terkait dengan strategi pembiayaan, pihak madrasah selalu transparan kepada wali murid bahwa dalam memenuhi tuntutan dan keinginan wali siswa maka dibutuhkan anggaran lebih dari anggaran untuk siswa reguler.

Temuan fokus penelitian terkait strategi pemasaran di MI Ma'arif Keji adalah:

- a. Strategi langsung dan strategi tidak langsung; Strategi langsung dengan tehnik promosi menggunakan media etak dan media elektronik. Media cetak berupa penyebaran brosur dan pemasangan banner di tempat keramaian seperti di pasar, di pinggir jalan raya dan terminal. Begitupun media sosial yang digunakan untuk mengunggah PPDB secara lebih luas jangkauannya, lebih efektif, dan lebih murah. Sedangkan strategi tidak langsung ialah dengan mengikuti dan menyelenggarakan berbagai kegiatan di tingkat kota, propinsi maupun internasional.

- b. Menonjolkan keunggulan; Strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji adalah dengan menonjolkan prestasi dari para siswa ABK sebagai strategi bersaing dengan madrasah lain untuk menarik hati pelanggan yaitu orang tua siswa dan masyarakat.
- c. Pemberitaan dari berbagai lapisan yang berkepentingan; Strategi ini memanfaatkan peran dari akademisi, perorangan atau lembaga/industri yang pernah melakukan riset di MI Ma'arif Keji untuk memberikan *feedback* dalam bentuk video testimoni dan dikirim kepada madrasah untuk kemudian dipublikasikan melalui media sosial.
- d. Membuka boarding school; pondok pesantren Bumi Aji adalah salah satu perwujudan strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik calon pelanggan khususnya yang berada diluar daerah.

2. Strategi Pemasaran MI Ma'arif Keji kaitannya dengan *Marketing Mix*

Marketing mix yang diterapkan di MI Ma'arif Keji adalah strategi campuran yang terdiri dari empat komponen dasar yang disebut 4P, yaitu: produk (*Product*), lokasi (*Place*), harga (*Price*), dan promosi (*Promotion*).

a. Produk (*Product*)

Konsep produk menurut Kotler menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan

kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik. Berdasarkan konsep ini kualitas dan peningkatan produk/jasa adalah bagian yang penting dalam strategi pemasaran.⁵³ Dalam konteks pendidikan, produk/jasa yang ditawarkan kepada siswa atau orang tua siswa adalah kualitas layanan pendidikan di sekolah. Sekolah yang bertahan adalah sekolah yang mampu memberikan fasilitas dan layanan yang prima, sehingga mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan non akademik yang baik dan dapat diterima ditengah masyarakat.

MI Ma'arif Keji menyediakan pelayanan sesuai harapan dan kebutuhan siswa dan orangtuanya. Dimana para orangtua siswa berharap anak-anak mereka tumbuh menjadi anak yang mampu secara akademik, berbudi pekerti luhur dan memiliki jiwa sosial yang tinggi sehingga masa depan si anak dapat lebih terarah. Selaras dengan visi dan misi madrasah, MI Ma'arif Keji menjawab harapan tersebut dengan menyusun program pembelajaran, diantaranya:

- 1) Kecakapan religius, yang meliputi penanaman nilai-nilai aqidah islam ahlusunah wal jama'ah, pembiasaan disiplin ibadah sholat baik wajib maupun

⁵³ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta : ERLANGGA. 2006) Hlm.12

sunah, tahsin qira'ah dan tahfidz Al-Qur'an, pembiasaan akhlak mulia dalam kehidupan sehari-hari.

- 2) Kecakapan akademik, yang meliputi pengenalan sains dan teknologi dasar, pemahaman fenomena sosial, pengembangan ketrampilan motorik, engembangan bakat dan minat, pembinaan penguasaan bahasa dan ketrampilan komunikasi lokal, nasional dan internasional.
- 3) Kecakapan hidup, berupa pembinaan sikap kemandirian, ketrampilan, kebersihan, kerjasama, kepemimpinan, dan kepedulian tanpa diskriminatif.

b. Lokasi (*Place*)

Lokasi akan mempengaruhi prefensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi madrasah perlu mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada. Lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum, akan menjadi daya tarik bagi calon pengguna jasa pendidikan.⁵⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti terkait lokasi MI Ma'arif Keji dirasa kurang strategis karena berada di lingkungan yang padat penduduk dan akses untuk menuju

⁵⁴ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate dan strategi pemasaran jasa pendidikan fokus pada mutu dan layanan prima*. (Bandung; Alfabeta 2008). Hlm.162

ke madrasah cukup jauh sekitar 1KM dari jalan utama dan tidak ada kendaraan umum menuju madrasah. Namun MI Ma'arif keji membuat trobosan dengan membuat *boarding school* sehingga siswa yang jarak tempat tinggalnya jauh dari madrasah bisa tinggal di asrama.

c. Harga (*Price*)

Menurut Elliot, Rundle-Theile, dan Waller yang dikutip oleh Sri Widyastuti (2017) "*Price: the amount of money a business demands in exchange for its offerings*". Jumlah uang yang diminta dalam bisnis untuk menjadikan pertukaran yang sesuai dengan yang ditawarkan. Terdiri dari komponen daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran dan syarat kredit.⁵⁵

Dalam konteks jasa pendidikan merupakan seluruh biaya pendidikan yang dikeluarkan siswa/orang tua siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan. Harga untuk jasa pendidikan sangat dipengaruhi oleh mutu dari produk yang ditawarkan.

Dari hasil pengamatan peneliti, biaya yang dikeluarkan orang tua untuk mendapatkan pelayanan jasa pendidikan inklusif di MI Ma'arif Keji memang terbilang cukup mahal namun sudah sangat relevan mengingat

⁵⁵ Sri Widyastuti. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (JakSel : FEBI Univ.Panacasila. 2017) Hlm.93

fasilitas yang tersedia dan pelayanan prima yang diberikan kepada siswa terutama siswa berkebutuhan khusus. Hal ini tentunya menjadi salah satu upaya madrasah untuk berkembang dan lebih unggul dari sekolah/madrasah yang lain. Selain itu tentunya juga untuk menjawab kepercayaan masyarakat dan kemauan orang tua. Biaya pendidikan telah dijelaskan secara transparan kepada orang tua siswa saat rapat dan saat PPDB.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah sebuah kegiatan komunikasi efektif yang digunakan untuk meyakinkan, menginformasikan dan membujuk konsumen untuk membeli produk/jasa. Komunikasi produk antara produsen dan konsumen menggunakan berbagai saluran komunikasi, yaitu promosi langsung (tatap muka), promosi tidak langsung (menggunakan media dan memanfaatkan kelompok masyarakat), dan promosi menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik.⁵⁶

Teknik promosi di MI Ma'arif Keji dilakukan dengan penyebaran brosur dan spanduk ditempat-tempat ramai pengunjung, pengiklanan di media sosial dan menjalin kerja sama dengan berbagai elemen seperti akademisi, peneliti, stasiun TV, dll, yang kemudian elemen yang

⁵⁶ Aselina Endang Trihastuti. *Manajemen Pemasaran Plus++*. (Yogyakarta: Deepublish. 2020) Hlm.60

berkepentingan inilah yang secara tidak langsung turut mempromosikan madrasah. Dari berbagai kegiatan yang digelar di MI Ma'arif Keji yang seringkali melibatkan masyarakat umum menjadi jembatan tersendiri bagi madrasah untuk mendapat citra positif di mata masyarakat, jika masyarakat sudah terkesan maka mereka akan dengan senang hati menceritakan kepada orang-orang disekitarnya sehingga akan semakin banyak orang yang tertarik dengan MI Ma'arif Keji dan semakin banyak orangtua yang akan menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif Keji.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan terjadi banyak kendala serta hambatan. Hal tersebut bukan karena faktor kesengajaan, tetapi karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian.

Adapun hambatan-hambatan itu diantaranya:

1. Keterbatasan waktu penelitian. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada saat peneliti membuat skripsi dan pelaksanaan waktu yang kurang tepat karena penelitian dilakukan setelah kegiatan PPDB selesai, sedangkan salah satu kegiatan promosi dilakukan pada saat menjelang PPDB.
2. Penelitian dilakukan pada saat adanya pandemi covid 19. Peneliti tidak dapat berlama-lama untuk berinteraksi di luar rumah

Dengan waktu yang cukup singkat ini termasuk sebagai salah satu faktor untuk mempersempit ruang gerak.

3. Peneliti menyadari bahwa, peneliti mempunyai keterbatasan ilmu pengetahuan khususnya dalam pembuatan karya ilmiah. Tetapi peneliti telah mengusahakan semaksimal mungkin untuk melakukan penelitian dengan kemampuan serta bimbingan dari dosen pembimbing.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa dalam menentukan dan melaksanakan promosi sekolah, MI Ma'arif Keji merencanakan dengan matang dan terperinci. Strategi yang digunakan MI Ma'arif Keji adalah pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Strategi pemasaran langsung dilakukan dengan dua cara yaitu dengan media cetak seperti penyebaran brosur dan banner, dan dengan media sosial seperti instagram, facebook, dan website. Sedangkan strategi pemasaran tidak langsung berupa penyelenggaraan beragam kegiatan yang melibatkan masyarakat dan partisipasi dalam berbagai even lokal, regional, dan nasional. Serta relasi yang baik dengan berbagai pihak.

Strategi pemasaran inklusif yang diterapkan di MI Ma'arif Keji berdampak pada peningkatan animo pendaftar. Setiap tahunnya angka pendaftar mengalami kenaikan, terutama siswa ABK, hingga tahun 2020 MI Maarif masih memberlakukan sistem antri bagi calon peserta didik berkebutuhan khusus.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi suksesnya kegiatan strategi pemasaran sekolah inklusif di MI Ma'arif Keji agar berjalan lebih lancar dan memperoleh hasil yang maksimal, maka penulis memberikan saran, antara lain:

1. Saat kegiatan pemasaran menjelang PPDB hendaknya diupayakan dalam pemasangan banner, pamflet, dan penyebaran brosur untuk lebih diperbanyak, sehingga jangkauannya bisa lebih luas.
2. Hendaknya madrasah memasang papan petunjuk arah menuju MI Ma'arif Keji untuk mempermudah masyarakat menemukan lokasi madrasah.
3. Diharapkan PDBK yang bersekolah di MI Ma'arif Keji tidak memperoleh perlakuan diskriminatif baik di sekolah maupun di lingkungan tempat tinggalnya.

C. Penutup

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi nikmat iman, islam dan ikhsan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif di MI Ma’arif Keji”. Sholawat dan salam tidak lupa penulis haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, seorang juru selamat yang selalu dinantikan syafa’atnya oleh seluruh umat manusia kelak di hari kiamat. Penulis menyadari, sekalipun telah mencurahkan segala usaha dan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini, namun masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk perbaikan penyusunan karya ilmiah selanjutnya. Dan penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat menambah *khazanah* keilmuan dan memberikan manfaat bagi kita semua. *Aamiin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maraghi, Ahmad Mustafa. 1993. *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*. Semarang: CV. Toha Putra Semarang.
- Alma, B. 2005. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Bukhari. 2008. *Manajemen Corporate dan strategi pemasaran jasa pendidikan fokus pada mutu dan layanan prima*. Bandung; Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2015. *Manajemen Efektif Markeing Sekolah: Strategi menerapkan kompetisi dan sportivitas unuk melahirkan sekolah unggulan*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Bungin, M. Burhan. 2017. *Metodologi penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Budiyono. 2017. *Pengantar Pendidikan Inklusif berbasis lokal: Edisi pertama*, Jakarta: Kencana.
- Delphie, Bendi. 2006. *Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Kementerian Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Husaini, dkk. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Idris, Zahara. 1987. *Dasar-Dasar Kependidikan*. Padang: Angkasa.

- Indhira Gandhi National Open University. 2004. *Marketing of Services*. New Delhi: Akashdeep Printers, Darya Ganj.
- Kadir, Abdul dkk. 2012. *Dasar-dasar Pendidikan: Edisi pertama*. Jakarta: KENCANA.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kustawan, Dedy dan Budi Hermawan. 2013. *Model Implementasi Pendidikan Inklusif Ramah Anak*. Jakara Timur: luxima.
- Kustawan, Dedy. 2013. *Manajemen Pendidikan Inklusif: Kiat sukses mengelola pendidikan inklusif di sekolah umum dan kejuruan*. Jakarta: PT. Luxima Metro Media.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2015. *Te Handbook of Education Management*. Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. 2011. *Manajemen Pendidikan: Aplikasi dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Pidarta, Made. 2013. *Landasan Pendidikan: Stimulus Ilmu Pendidikan Bercorak Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet.

- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Trihastuti, Aselina Endang 2020. *Manajemen Pemasaran Plus++*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wagiran. 2013. *Mpetodologi Penelitian Pendidikan: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. JakSel : FEBI Univ.Panacsila.
- Wijaya, D. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta : Salemba Empat.
- N, Muhammad dkk. 2016. *Manajemen Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada SDN Dayah Guci Kabupaten Pidie*. Jurnal Administrasi Pendidikan. Volume 4.
- Rokhmawati, Putri. 2013. *Analisis Marketing Mix di Universitas Ciputra Library Surabaya*. Universitas Ciputra surabaya: Jurnal Pemasaran.
- Andriyani, Winda. 2017. *Skripsi Implementasi Pendidikan Inklusif di Sekolah Dasar Taman Muda Ibu awiyatan Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pratiwi, Zakiyah Eka. 2017. *Skripsi Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2016/2017*. Suralkarta: IAIN Surakarta.
- Sholeh, Muhamad Amin. 2018. *Skripsi Manajemen Pemasaran Sekolah di SDIT Insan Cendekia Teras Boyolali Tahun Ajaran 2018/2019*. Surakarta: IAIN Surakarta.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANARA

Kepala MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang

Topik : Strategi pemasaran sekolah inklusif
Nama : Supriyono, S.Pd.I., M.Pd
Hari/tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 09.05 WIB s/d selesai
Tempat : MI Ma'arif Keji

1. Bagaimana strategi perencanaan dalam pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji?
2. Apakah dalam upaya pemasaran sekolah dilakukan pembentukan panitia pemasaran?
3. Bagaimana susunan kepanitiaan dan pembagian tugas panitia?
4. Apakah panitia pemasaran sudah melaksanakan tugasnya dengan baik?
5. Siapa yang bertanggung jawab dalam strategi pemasaran sekolah?
6. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji?
7. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran sekolah?
8. Kapan waktu pelaksanaan masing-masing kegiatan tersebut?
9. Apa saja kendala yang dihadapi? Bagaimana solusinya?
10. Berikan alasan mengapa masyarakat harus menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif Keji?

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANARA

Waka Humas MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang

Topik : Strategi pemasaran sekolah inklusif
Nama : Komariyah S.Pd.I
Hari/tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 08.46 WIB s/d selesai
Tempat : MI Ma'arif Keji

1. Bagaimana mengatasi persaingan antar lembaga? Apa yang menjadi MI Ma'arif Keji ini berbeda dengan sekolah kebanyakan?
2. Bagaimana kegiatan identifikasi dan analisis pasar yang dilakukan sekolah?
3. Pernahkah sekolah melakukan segmentasi pasar mengingat karakteristik dan kebutuhan pasar yang berubah-ubah, dan segmen mana sajakah yang dituju?
4. Siapa target pasar sekolah ini?
5. Apakah ada perubahan strategi yang dilakukan pada tahun-tahun sebelumnya?
6. Apa kelebihan sekolah yang paling menunjang dalam meningkatkan minat konsumen?
7. Bagaimana ketersediaan sarpras dan media belajar bagi ABK sebagai calon siswa di MI Ma'arif Keji?
8. Apakah sekolah membatasi jumlah ABK dalam PPDB? Berapa kuota yang telah ditentukan pihak sekolah?

9. Apa kendala atau penghambat yang seringkali dihadapi dalam perumusan strategi pemasaran sekolah inklusif? Bagaimana solusinya?
10. Berikan alasan mengapa masyarakat harus menyekolahkan anak-anaknya di MI Ma'arif Keji?

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANARA

Manajer Inklusif MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang

Topik : Strategi pemasaran sekolah inklusif
Nama : Ika Setiyawati, S.S., M.Pd
Hari/tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 09.40 WIB s/d selesai
Tempat : MI Ma'arif Keji

1. Apakah semua guru dan karyawan di MI Ma'arif Keji telah mendapatkan pembekalan (sosialisasi, pelatihan) mengenai penyelenggaraan pendidikan inklusif?
2. Bagaimana cara memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat dan warga sekolah terkait sekolah inklusif sehingga dapat dipahami dan diterima oleh semua pihak?
3. Bagaimana cara anda mengidentifikasi bahwa anak yang mendaftar ke sekolah adalah ABK?
4. Apakah sekolah menyediakan Guru Pembimbing Khusus (GPK) untuk mengajar ABK?
5. Apakah sekolah menyediakan tenaga profesional non guru untuk membantu ABK yang mengalami hambatan dalam belajar (misalnya dokter, psikolog, terapist)?
6. Adakah program unggulan yang menjadi daya tarik MI Ma'arif Keji?

7. Apa saja kendala yang dialami guru dalam mengajar di sekolah inklusif? Bagaimana solusinya?
8. Berikan alasan mengapa masyarakat harus menyekolahkan anak-anaknya di MI Ma'arif Keji?

Lampiran 4

PEDOMAN WAWANARA

Wali PBDBK Inklusif MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang

Topik : Strategi pemasaran sekolah inklusif
Nama : Ibu Fatimah
Hari/tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 10.08 WIB s/d selesai
Tempat : MI Ma'arif Keji

1. Darimana bapak/ibu mengetahui tentang MI Ma'arif Keji?
2. Mengapa anda memilih menyekolahkan buah hati anda di MI Ma'arif Keji?
3. Apa kelebihan sekolah ini? Apa program yang menarik di MI Ma'arif Keji?
4. Apakah anda sudah puas dengan pelayanan pendidikan di MI Ma'arif Keji?
5. Bagaimana anda dapat menerima kondisi yang dimana anak anda (anak reguler atau sebaliknya ABK) berada di satu ruang belajar yang sama?
6. Apakah ada dampak yang berarti pada anak anda setelah bersekolah di MI Ma'arif Keji yang notabene adalah sekolah inklusif?
7. Apakah anda pernah komplain dengan pihak sekolah? Jika pernah, dalam hal apa?
8. Apa kritik dan saran untuk MI Ma'arif Keji?

Lampiran 5

Pedoman Observasi

NO	Objek yang diamati	Pelaksanaan		
		Ya	Tidak	keterangan
1.	Pengamatan terhadap kegiatan rapat atau koordinasi yang berkaitan dengan pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji.			
2.	Pengamatan terhadap pengorganisasian dalam kegiatan pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji.			
3.	Pengamatan terhadap pelaksanaan pemasaran di MI Ma'arif Keji.			
4.	Pengamatan terhadap pengawasan/kontrol pemasaran di MI Ma'arif Keji.			

Lampiran 6

Pedoman Dokumentasi

No	Dokumen	Ceklist kelengkapan dokumen	
		Ada	Tidak
1.	Profil dan denah lokasi MI Ma'arif Keji		
2.	Visi dan misi MI Ma'arif Keji		
3.	Struktur organisasi MI Ma'arif Keji		
4.	Daftar jumlah penerimaan peserta didik baru di MI Ma'arif Keji dari tahun ke tahun		
5.	Daftar guru dan karyawan MI Ma'arif Keji		
6.	Data siswa reguler maupun PDBK		
7.	Biaya pendidikan di MI Ma'arif Keji		
8.	Program-program pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji		
8.	Brosur pendaftaran penerimaan peserta didik baru MI Ma'arif Keji		

9.	Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji		
10.	Foto-foto kegiatan pemasaran di MI Ma'arif Keji		
11.	SK penetapan sekolah inklusif		
12.	Susunan kepanitian PPDB		

Lampiran 7

Transkrip Hasil Wawancara

Informan : Supriyono, S.Pd.I., M.Pd

Jabatan : Kepala MI Ma'arif Keji

Hari/Tanggal : Rabu / 25 November 2020

Waktu : 09.05 WIB s/d selesai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana strategi perencanaan dalam pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji?	Perencanaan berawal dari evaluasi yang kemudian dikembangkan dalam RPM (Rencana Pengembangan Madrasah) yang tertuang dalam RKM (Rencana Kerja Madrasah). Dimana ada delapan SNP yang menjadi acuan dalam penyesuaian program inklusi. Misal dalam standar isi yang nantinya disesuaikan dengan indikator-indikator untuk pendidikan inklusif. Dan setelah masuk dalam RKM maka sudah memuat seluruh komponen yang ada di madrasah termasuk penganggaran, visi, misi,

		<p>strategi, tujuan, program-program sekolah (termasuk inklusif) sudah terinput dan terintegrasi di semua dokumen-dokumen yang ada. Berawal dari sini sekolah menggerakkan sebuah layanan pembelajaran untuk anak-anak termasuk layanan untuk anak-anak yang berkebutuhan khusus yang dikelola di sekolah ini yang disebut dengan layanan pendidikan inklusif.</p>
2.	<p>Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji?</p>	<p>Berawal dari masuknya satu sampai dua ABK pada tahun 2011 dan sekolah melakukan layanan semaksimal mungkin dan ternyata “berhasil”. Orangtua merasa anaknya lebih baik karena ditangani dengan model pendidikan inklusif. Setelah madrasah memberikan layanan yang baik maka dari sinilah madrasah mendapat kepercayaan orangtua dan masyarakat sekitar dan tentunya secara informasi <i>person by person</i> dari orangtua wali dan masyarakat sekitar madrasah bisa dikenal sampai</p>

		<p>ke khalayak luas. Akhirnya dari tahun ke tahun jumlah siswa di MI Ma'arif Keji semakin bertambah.</p> <p>MI Ma'arif Keji termasuk madrasah awal di Indonesia yang menyelenggarakan sekolah inklusif. Bahkan kali pertama saat Dirjen Pendis mengeluarkan SK penetapan sebagai sekolah inklusif, MI Ma'arif Keji adalah madrasah pertama dari 22 madrasah inklusif di Indonesia. Sehingga banyak akademisi dan peneliti yang datang ke sekolah. hal ini yang menimbulkan dari sisi tertentu MI Ma'arif Keji terpublikasi. Kemudian atas dasar penetapan dari Dirjen Pendis sebagai madrasah model pendidikan inklusif menyebabkan madrasah banyak dilirik oleh media-media elektronik, media cetak, sampai media sosial yang kemudian banyak memberitakan madrasah ini. Termasuk kanal televisi CNN Indonesia dan Metro TV turut serta</p>
--	--	--

		<p>mempublikasikan tentang pelaksanaan pendidikan inklusif di MI Ma'arif Keji. Sedangkan pada media cetak dan online sudah banyak, kali terakhir adalah dari UNICEF. Karena madrasah menjadi projek dari UNICEF, Maka unsur pelaporan-pelaporan dari UNICEF bahkan laporan IPDB dengan pendidikan dengan disabilitas yang salah satunya adalah menggambarkan tentang pendidikan yang ramah terhadap disabilitas di madrasah ini.</p>
3.	<p>Apakah dalam upaya pemasaran sekolah inklusif dilakukan pembentukan panitia pemasaran?</p>	<p>Kepanitiaan pemasaran berada dibawah koordinasi yayasan yang ditanggungjawab langsung oleh kepala madrasah. Pengrekrutan kepanitiaan PPDB berasal dari para guru dan tokoh masyarakat. Namun tidak ada pengrekrutan secara khusus untuk ABK karena model pengrekrutan yang digunakan adalah sama terintegrasi dengan model pengrekrutan anak-anak reguler.</p>

		<p>Sekolah tidak membuat kepanitiaan khusus bagi ABK karena bagi kepala madrasah pendidikan inklusif merupakan ideologi kerja di MI Ma'arif Keji yang notabene adalah sekolah inklusif.</p> <p>Hanya saja siswa reguler yang mendaftar di sekolah ini hanya terbatas masyarakat sekitar secara sempit. Jika dipresentasikan 65% lebih siswa reguler di sekolah ini berasal dari luar daerah. Namun disamping siswa reguler ternyata begitu banyak permintaan orangtua ABK yang ingin menyekolahkan anaknya di MI Ma'arif Keji baik dari dalam daerah maupun luar daerah, hal ini mengakibatkan sekolah terpaksa harus menerapkan sistem antri bagi ABK yang hendak bersekolah di MI Ma'arif Keji setidaknya harus menunggu satu tahun karena keterbatasan kelas yang dalam satu kelasnya hanya menerima 2-3 ABK saja. Banyaknya orangtua</p>
--	--	--

		yang ingin menyekolahkan ABKnya di sekolah ini karena sekolah ini dianggap sebagai madrasah yang cukup masif dalam menyelenggarakan pendidikan inklusif. Realitanya jumlah mereka (ABK) banyak dan tidak semua mendapat layanan secara inklusif di sekolah yang lain.
4.	Bagaimana bentuk pemasarannya?	Selain publikasi dari berbagai media, dan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat umum, madrasah turut memublish kegiatan-kegiatan dan capaian-capaian sekolah melalui wab sekolah, dan media sosial yang dimiliki sekolah, dan melalui kepala sekolah dan sebagian guru yang merupakan trainer-trainer penggerak pendidikan inklusif yang secara otomatis menjadi publikasi.
5.	Apa saja kendala pemasaran yang dihadapi? Dan bagaimana	Pada mulanya penyelenggaraan sekolah inklusif sangat terkendala. <i>Pertama</i> , karena lokasinya berada di perkampungan. <i>Kedua</i> , diera tahun

	solusinya?	<p>2011-2015 sekolah belum layak jual, dilihat dari SDM dan sarana prasarana untuk program inklusif belum memadai. <i>Ketiga</i>, masyarakat cenderung menyampingkan madrasah menjadi pilihan kedua setelah sekolah, khususnya di Semarang. Namun beriring berjalannya waktu, MI Ma'arif keji mampu menghasilkan capaian-capaian dan meraih banyak prestasi yang kemudian dapat dilihat oleh masyarakat sehingga madrasah dipandang mampu bersaing dengan sekolah umum.</p> <p>Kemudian dilihat dari sistem regulasi, adanya zonasi menjadi dampak tersendiri bagi sekolah, bahkan tahun ini murid di sekolah ini mengalami penurunan, karena faktor zonasi ini oleh sekolah-sekolah tertentu tentunya kampanyenya lebih diperkuat. Sedangkan jika madrasah ini hanya mengandalkan masyarakat setempat maka hanya akan ada</p>
--	------------	--

		<p>sekitar 60-70 siswa yang masuk ke madrasah ini. Tahun ini murid di MI Ma'arif Keji ada 205 yang di tahun sebelumnya ada 210 siswa. Jika sekolah-sekolah lain zonasinya semakin diperkuat maka kemungkinan akan adanya penurunan yang signifikan di madrasah ini. Untuk menjembatani agar MI Ma'arif Keji tidak kekurangan murid maka madrasah membuat inovasi baru. Inovasi yang sudah kami kembangkan adalah pondok pesantren inklusif. Gedung yang dibangun dua lantai di belakang masjid yang letaknya masih satu lingkup dengan gedung madrasah inilah yang menjadi <i>boarding school</i>-nya MI Ma'arif Keji. Dimana di lantai satu diperuntukan untuk asrama putra dan di lantai dua untuk asrama putri. Harapannya dengan <i>boarding school</i> ini akan menarik minat calon peserta didik baik reguler maupun ABK yang berasal</p>
--	--	---

		dari luar daerah dapat bersekolah di madrasah dan tinggal di asrama yang telah disediakan tanpa harus menempuh perjalanan yang jauh.
--	--	--

Lampiran 8

Transkrip Hasil Wawancara

Informan : Komariyah S.Pd.I
Jabatan : Waka Humas MI Ma'arif Keji
Hari/Tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 08.46 WIB s/d selesai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana mengatasi persaingan antar lembaga? Apa yang menjadi MI Ma'arif Keji ini berbeda dengan sekolah kebanyakan?	Pada awalnya, MI Ma'arif keji adalah lembaga kecil yang hampir mati, kemudian sekolah berupaya untuk mencari trobosan baru yang belum banyak dimiliki oleh sekolah lain, yaitu dengan membuka program tahfidz dan program inklusif. Untuk di kabupaten Semarang, MI Ma'arif keji merupakan satu-satunya madrasah yang memiliki program inklusif.
2.	Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran sekolah di MI Ma'arif Keji?	Kegiatan pemasaran dilakukan dengan memasang pamflet PPDB di tempat-tempat yang banyak dikunjungi atau dilewati orang

		<p>seperti di terminal, pasar, di jalan-jalan dll.</p> <p>Mempublikasikan program dan kegiatan serta prestasi MI Maarif Keji di media online, seperti web, instagram dan facebook. Selain itu juga didukung dengan publikasi-publikasi dari berbagai media sosial baik lokal maupun nasional yang pernah meliput tentang madrasah ini, salah satunya adalah Metro TV. Kemudian untuk masyarakat desa yang tidak menggunakan media sosial, sekolah berinisiatif melakukan kegiatan dilingkungan desa, salah satunya kegiaann jalan sehat yang melibatkan masyarakat secara umum.</p>
3.	Apa kelebihan sekolah yang paling menunjang dalam meningkatkan minat konsumen?	Kelebihan yang paling menonjol adalah program inklusif, yang kedua adalah program tahfidznya.
4.	Bagaimana ketersediaan sarpras	Menurut ukuran standar sekolah inklusif yang ditetapkan oleh Dirjen

	dan media belajar bagi ABK sebagai calon siswa di MI Ma'arif Keji?	Pendis, MI Ma'arif keji sudah memenuhi kriteria untuk melaksanakan pendidikan inklusif. Dilihat dari ruang sumber sebagai ruang khusus untuk melatih dan memberikan jam tambahan khusus untuk ABK yang didalamnya sudah tersedia peralatan yang hampir semua peralatan penunjang perkembangan ABK dimiliki oleh madrasah kecuali untuk penyandang tunarungu dan tunawicara.
5.	Ada berapa jenis ABK yang sudah terdaftar di MI Ma'arif Keji?	Ada banyak. Termasuk tunarungu, autis, retradasi mental, tunawicara, kesulitan belajar, hiperaktif, talasemia, dll. Hampir semua jenis ABK ada di sekolah ini.
6.	Apakah sekolah membatasi jumlah ABK dalam PPDB? Berapa kuota yang telah ditentukan pihak sekolah?	Madrasah membatasi siswa yang masuk perrombel hanya 2 sampai 3 ABK. Karena jika sekolah terlalu banyak menerima, dikhawatirkan ABK tidak tertangani dengan maksimal.
7.	Apakah sudah	Madrasah sudah menyediakan

	<p>disediakan GPK (Guru pembimbing khusus) maupun tenaga medis non-guru (terapis/ psikolog) untuk menangani ABK?</p>	<p>empat GPK untuk mengajar dan melatih ABK di ruang sumber. Sedangkan untuk psikolog, madrasah menjalin kerjasama dengan Yogasmara Semarang sebagai konsultan dan psikolog.</p>
8.	<p>Apa saja kendala pemasaran yang dihadapi? Dan bagaimana solusinya?</p>	<p>a) Guru seringkali kewalahan saat menghadapi siswa ABK yang sedang kambuh. Namun karena inklusif ramah anak sudah menjadi komitmen sekolah maka guru-guru disini harus tetap menjalankan kewajibannya sepenuh hati.</p> <p>b) Orangtua non-ABK merasa keberatan jika anaknya digabung dengan anak ABK, dikhawatirkan anak-anak mereka akan tidak berkembang. Sedangkan beberapa orangtua ABK menuntut anak-anak mereka yang disekolahkan di sekolah inklusif nantinya akan mendapatkan hasil yang sama dengan anak-anak reguler.</p>

		<p>Tentunya ini menjadi hambatan tersendiri bagi sekolah.</p> <p>Solusinya adalah dengan memberikan sosialisasi dan pengarahan kepada masyarakat dan wali murid dari hati ke hati. Pihak sekolah mengajak dan merangkul masyarakat untuk bergerak bersama untuk mendukung dan saling toleransi. Karena pada hakikatnya tidak ada orangtua yang ingin anaknya “berbeda”. Dan pada akhirnya masyarakat khususnya wali murid sudah terbiasa dengan kondisi ini (inklusif). Begitupun dengan orangtua ABK, sekolah secara khusus mengumpulkan para orangtua ABK untuk memberikan pengertian bahwa ABK merupakan anak-anak yang membutuhkan perhatian khusus, sehingga perkembangan anak tidak selalu bisa dilihat secara</p>
--	--	--

		<p>signifikan.</p> <p>Sedangkan sosialisasi kepada siswa reguler dilakukan secara praktis di sekolah. misal ketika ABK kesulitan berjalan, guru secara spontan mengingatkan kepada siswa reguler untuk membantu. Hal-hal semacam ini tentunya dapat memengaruhi psikis anak menjadi pribadi yang lebih tanggap, peduli dan toleran.</p>
9.	<p>Ada berapakah rombel di madrasah yang didalamnya terdapat anak ABK?</p> <p>Bagaimana output/lulusan dari MI Ma'arif Keji baik reguler maupun ABK?</p>	<p>Saat ini rombel di madrasah ini ada 9 rombel yang disetiap rombel pasti ada ABK.</p> <p>Sedangkan lulusan MI Ma'arif keji sudah banyak. Baik siswa yang dulunya reguler mauun ABK sama-sama dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Bahkan siswa ABK juga ada yang sampai lulus SMA. Hal ini membuktikan bahwa madrasah ini berhasil dalam melaksanakan pendidikan inklusif.</p>

Lampiran 9

Transkrip Hasil Wawancara

Informan : Ika Setiyawati, S.S., M.Pd

Jabatan : Manajer Inklusif MI Ma'arif Keji

Hari/Tanggal : Rabu / 25 November 2020

Waktu : 09.40 WIB s/d selesai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah semua guru dan karyawan di MI Ma'arif Keji telah mendapatkan pembekalan (sosialisasi, pelatihan) mengenai penyelenggaraan pendidikan inklusif?	Semua guru dan karyawan di MI Ma'arif Keji telah mendapatkan pembekalan (sosialisasi, pelatihan) mengenai penyelenggaraan pendidikan inklusif. Pada awal berjalannya sekolah inklusif masih ada penolakan-penolakan dari masyarakat, wali murid bahkan beberapa guru masih belum bisa menerima program inklusif. Kemudian pada tahun 2016 madrasah mendapat SK Pentapan Sekolah Inklusif dari Direktur Jendral Pendidikan Islam sehingga secara resmi MI Ma'arif

		<p>Keji menjadi sekolah inklusif yang pada saat itu termasuk 22 madrasah pertama yang menyelenggarakan program inklusif dan satu-satunya di Semarang. Karena telah menjadi sekolah inklusif secara resmi, kepala madrasah mulai sosialisasi dengan guru-guru. Kemudian setelah guru-guru sudah menerima, sosialisasi berlanjut kemasyarakat, wali murid dan para siswa. Sampai saat ini madrasah sudah kondusif untuk menjalankan program inklusif secara masif.</p>
2.	<p>Bagaimana cara mengidentifikasi bahwa anak yang mendaftar ke sekolah adalah ABK?</p>	<p>Pada dasarnya prosedur pendaftaran baik siswa reguler maupun ABK sama. Hanya saja ketika siswa teridentifikasi ABK maka ada tindakan lanjutan. Biasanya orangtua secara langsung konfirmasi kepada panitia PPDB terkait kondisi anaknya. Kemudian manajer program inklusif dan team GPK mengidentifikasi kondisi ABKnya untuk kemudian dilakukan</p>

		<p>asiment ke psikolog untuk mengetahui hambatan yang dialami si anak. Selanjutnya melihat apakah kuota yang disediakan masih ada atau tidak, jika masih ada maka ABK dapat melakukan daftar ulang, namun jika kuota sudah penuh maka ABK harus menunggu minimal satu tahun untuk bisa mendaftar lagi ditahun ajaran baru berikutnya.</p>
3.	<p>Apakah sudah disediakan GPK (Guru pembimbing khusus) maupun tenaga medis non-guru (terapis/psikolog) untuk menangani ABK?</p>	<p>Sekolah menjalin kerja sama dengan terapis khusus untuk menangani ABK. Selain itu sekolah juga menjalin MoU dengan psikolog dari <i>E-Nergy</i> Ungaran, psikolog dari dosen UIN Walisongo.</p>
4.	<p>Apa kendala yang dihadapi selama menjadi manajer inklusif sekaligus GPK di MI Ma'arif Keji dan bagaimana solusinya?</p>	<p>a) Kendala sebagai GPK; saat anak mengalami tantrum dan menyakiti diri sendiri b) Kendala sebagai manajer inklusif; beberapa orangtua ABK merasa anaknya tidak</p>

		<p>berkembang. Terkadang orangtua hanya melihat output tanpa melihat proses di madrasah. Padahal anak ABK yang sebelumnya belum bisa melompat dan setelah beberapa bulan si anak bisa melompat tentunya hal ini menunjukkan bahwa si anak mengalami perkembangan.</p> <p>Solusinya sebagai seorang pendidik harus pandai menata mood dan berusaha sabar, telaten, dan selalu ceria didepan siswa.</p>
--	--	---

Lampiran 10

Transkrip Hasil Wawancara

Informan : Ibu Fatimah
Jabatan : Wali PBDBK MI Ma'arif Keji
Hari/Tanggal : Rabu / 25 November 2020
Waktu : 10.08 WIB s/d selesai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Darimana bapak/ibu mengetahui tentang MI Ma'arif Keji?	Saya mengetahui MI Ma'arif Keji dari guru TK anak saya, dan orangtua dari teman anak saya juga pernah menyinggung tentang MI Ma'arif Keji. Akhirnya saya tertarik dan mulai mencari tahu, dan saya rasa anak saya cocok bersekolah disini, karena anak saya kebetulan ABK.
2.	Mengapa anda memilih menyekolahkan buah hati anda di MI Ma'arif Keji?	MI Ma'arif Keji merupakan sekolah inklusif yang sudah terakreditasi A, jadi selain madrasah ini sudah bagus, madrasah ini juga inklusif yang cocok untuk para ABK.

3.	Apa kelebihan sekolah ini? Apa program yang menarik di MI Ma'arif Keji?	Adanya ruang sumber yang menurut orangtua sangat menunjang perkembangan ABK sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian pada program inklusifnya, karena ABK bisa belajar sambil bersosialisasi dengan anak-anak reguler dan tidak menerima perlakuan diskriminatif di madrasah ini.
4.	Apakah anda sudah puas dengan pelayanan pendidikan di MI Ma'arif Keji?	Cukup puas. Anak ABK disini tidak pernah mengalami perlakuan diskriminatif dan pembullying, bahkan anak-anak reguler seringkali membantu saat ABK mengalami kendala saat di sekolah.
5.	Apakah ada perubahan signifikan setelah anak anda bersekolah di MI Ma'arif Keji?	Banyak sekali perubahan yang terjadi pada ABK. Kebetulan ABK ini merupakan ABK dengan hambatan pendengaran yang verbanya belum lancar seperti anak ada umumnya. Setelah bersekolah di MI Ma'arif Keji kurang lebih satu tahun sudah

		hafal dengan nama teman-teman di kelasnya, termotivasi untuk senang berbicara, dan menjadi lebih percaya diri.
6.	Apakah anda pernah komplain dengan pihak sekolah? Jika pernah, dalam hal apa?	Sejauh ini merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sekolah.
7.	Apa kritik dan saran untuk MI Ma'arif Keji?	Lebih memperhatikan kebersihan ruang belajar dan lingkungan sekolah, dan memperhatikan kantin sehatnya.

Lampiran 11

Biaya Pendidikan MI Ma'arif Keji



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU

MADRASAH IBTIDAIYAH (MI) KEJI UNGARAN BARAT TERAKREDITASI A

Alamat : Jl. Yudhistira Raya Desa Keji Kec. Ungaran Barat 50551 Phone
(024)76914575 e-mail :mi_keji@ymail.com

KEBUTUHAN ADMINISTRASI KEUANGAN KELAS I MADRASAH IBTIDAIYAH (MI) KEJI UNGARAN BARAT TAHUN PELAJARAN 2020/2021

A. KEGIATAN DAFTAR ULANG

No.	Uraian	Jumlah	Keterangan
1.	Pendaftaran	50,000	
2.	Kegiatan Pengembangan Kesiswaan dan Perpustakaan	150,000	
3.	Kegiatan Penilaian (PAS dan PAT di luar tanggungan BOS)	80,000	
4.	Infak Pembangunan Madrasah	400,000	Minimal
	JUMLAH	680,000	

B. PENGADAAN SERAGAM MADRASAH*

No.	Uraian	Putra	Putri
1.	Kain seragam almamater ma'arif	50,000	50,000
2.	Kain seragam almamater madrasah	120,000	120,000
3.	Seragam olahraga	75,000	75,000
4.	Jilbab putih, biru, coklat		60,000
5.	Badge, lokasi, nama (3 stell)	37,500	37,500
6.	Sabuk, topi, dasi	37,500	37,500
	JUMLAH	320,000	380,000

*) Pembayaran dilakukan saat pengambilan seragam di madrasah

C. PENGADAAN BUKU*

No.	Buku Pelajaran	jml	Harga Satuan	Jumlah
1.	LKS (10 buku) 1 tahun	10	15,000	150,000
2.	Buku Latihan Membaca	1	35,000	35,000
3.	Buku Latihan Mneulis Halus	1	30,000	30,000
4.	Iqra' (Kegiatan Tahsin Al-Quran)	1	11,000	11,000
5.	Muri-Q (Kegiatan tahfidz AL-Qur'an)	1	12,000	12,000
6.	Buku Konsultasi	1	12,000	12,000
	JUMLAH			250,000

*) pembayaran dapat diangsur maksimal selama 1 (satu) semester yaitu di bulan **Desember 2020**

BEASISWA PESERTA DIDIK BERPRESTASI

No.	Uraian	Beasiswa	Keterangan
1.	Pendaftar Gelombang 1	Bebas Infak Pembangunan	tidak berlaku bagi PDBK
2.	Pendaftar Hafal Juz 30	Gratis infak 1 tahun	melampirkan Sertifikat/sahadah & dities
3.	Pendaftar Prestasi Juara 1 Kabupaten	Gratis infak 6 bulan	melampirkan SK/sertifikat
4.	Pendaftar Prestasi Juara 1 Kecamatan	Gratis infak 3 bulan	melampirkan SK/sertifikat

Keterangan Pendaftaran

1. Pendaftaran Gelombang I dilaksanakan mulai tanggal 1 Maret s/d 31 Maret 2020
2. Pendaftaran Gelombang II dilaksanakan mulai tanggal 1 April 2020 s/d kuota terpenuhi (2 rombongan belajar)
3. Pembayaran daftar ulang Gelombang I maksimal hari Selasa tanggal **31 Maret 2020**
4. Pembayaran daftar ulang Gelombang II maksimal hari Rabu tanggal 1 **Juli 2020**

Keterangan Khusus Program Pendidikan Inklusi

1. Infak pembangunan madrasah minimal Rp 1.000.000
2. Infak bulanan minimal Rp 350.000/bulan
3. Bagi PDBK yang tidak mampu akan mendapatkan keringanan dengan melampirkan SKTM, PKH/ kartu Indonesia Pintar

Lampiran 12

Piagam penghargaan atas berdirinya MI Ma'arif Keji dari DepAg

Keputusan 2
Pasal 2 ayat 4 Keputusan Direksi Binmas Islam
Dep. Agama R.I. No. : Kep.D/6977.

DEPARTEMEN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

PIAGAM MADRASAH

177 43 1978


Atas nama Menteri Agama Republik Indonesia dengan ini Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama memberikan Piagam terdaftar kepada Madrasah :

1. Nama : Madrasah Ibtidaiyah
2. Alamat . Jalan : Mapagan
Desa : Keji
Kecamatan : Ungaran
Kabupaten : Semarang
Propinsi : Jawa Tengah.
3. Didirikan pada : 1 - 6 - 1973
Oleh : Pengurus. M.I.

Sehingga kepada Madrasah yang bersangkutan diberikan hak menurut hukum untuk menyetenggarakan Pendidikan dan Pengajaran dan diperbolehkan untuk mengikuti ujian persamaan Madrasah Negeri.

Semarang, 2 Januari - 1978

a.n. Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama
Kepala Bidang Pendidikan Agama Islam.


*(Midchal B.A.)
NIP. 160007080

Lampiran 13

Sertifikat Akreditasi 'A' dari BAN-S/M

04191145



BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH
(BAN-S/M)

Sertifikat Akreditasi

SEKOLAH DASAR / MADRASAH IBTIDAIYAH

Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (BAN-S/M) menetapkan bahwa:

Sekolah/Madrasah : **MIS KEJI**

NPSN : 60712907

Alamat : **Jl. BIMA SAKTI RAYA**

Kabupaten/Kota : **Kab. Semarang**

Provinsi : **Jawa Tengah**

telah diakreditasi dengan nilai **93** peringkat **A** predikat **Unggul**
berdasarkan SK Penetapan Hasil Akreditasi BAP-S/M Nomor **165/BAPSM/XI/2017**

Sertifikat ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan tanggal **09 November 2022**

Ditetapkan di **Semarang**
Pada tanggal **09 November 2017**



Dr. H. SUBARJO, M.S.

Lampiran 14

Penjabaran nilai Akreditasi “A” MI Ma’arif Keji

NILAI AKREDITASI MIS KEJI		
No	Komponen	Nilai
1	Standar Isi	100
2	Standar Proses	96
3	Standar Kompetensi Lulusan	92
4	Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan	85
5	Standar Sarana dan Prasarana	85
6	Standar Pengelolaan	95
7	Standar Pembinaan	99
8	Standar Penilaian Pendidikan	92
	Nilai Akhir	93

KLASIFIKASI PERINGKAT AKREDITASI :

Klasifikasi	Peringkat	Predikat
91 ≤ Nilai Akhir ≤ 100	A	Unggul
81 ≤ Nilai Akhir ≤ 90	B	Baik
71 ≤ Nilai Akhir ≤ 80	C	Cukup
61 ≤ Nilai Akhir ≤ 70	D	Kurang
0 ≤ Nilai Akhir ≤ 60	E	Sangat Kurang

Ditetapkan di Semarang
Pada tanggal 09 November 2017

Kelembagaan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah
Provinsi Jawa Tengah

Dr. H. SUBARJO, M.M.

Lampiran 15

SK Dirjen Pendis Nomor 3211 Tahun 2016 Tentang Penetapan 22 (Dua Puluh Dua) Madrasah Inklusif



KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM
NOMOR 3211 TAHUN 2016
TENTANG
PENETAPAN 22 (DUA PULUH DUA) MADRÁSAH INKLUSIF

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA'ESA

DIREKTUR JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka menjamin akses pendidikan madrasah bagi peserta didik berkebutuhan khusus, perlu menetapkan Madrasah Inklusif;
- b. bahwa nama-nama madrasah sebagaimana tercantum dalam lampiran keputusan ini dipandang layak dan memenuhi persyaratan untuk ditetapkan sebagai Madrasah Inklusif;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam tentang Penetapan 22 (Dua puluh Dua) Madrasah Inklusif;
- Mengingat 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4496) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 71, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5410);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2008 tentang Wajib Belajar (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4863);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5150) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5157);

5. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 14 Tahun 2014 tentang Perubahan Kelima Atas Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara;
6. Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2015 tentang Organisasi Kementerian Negara;
7. Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama;
8. Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2015 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1382) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 60 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 90 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Madrasah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1733);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM TENTANG PENETAPAN 22 (DUA PULUH DUA) MADRASAH INKLUSIF.
- KESATU : Menetapkan sebagai Madrasah Inklusif kepada madrasah-madrasah sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.
- KEDUA : Madrasah Inklusif sebagaimana dimaksud dalam DIKTUM KESATU mempunyai tugas untuk menyelenggarakan Pendidikan Inklusif melalui pemberian akses pendidikan kepada peserta didik berkebutuhan khusus.
- KETIGA : Penyelenggaraan Madrasah Inklusif sebagaimana dimaksud dalam DIKTUM KEDUA wajib mengacu pada Pedoman Penyelenggaraan Madrasah Inklusif sebagaimana ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku selama 4 (empat) tahun sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 07 Juni 2016
DIREKTUR JENDERAL
KAMARUDDIN AMIN



LAMPIRAN
 KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM
 NOMOR 3211 TAHUN 2016
 TENTANG
 PENETAPAN 22 (DUA PULUH DUA) MADRASAH INKLUSIF

No	Nama Madrasah	Alamat	Provinsi
1	MI Badrus Salam	Pradah Kalikendal, Kec. Dukuh Pakis, Kota Surabaya	Jawa Timur
2	MTs Wahid Hasyim	Jl. Kalianak Tim. Gg. Lebar, Kel. Morokrengan, Kec. Krembangan, Kota Surabaya	Jawa Timur
3	MI NU Miftahul Ulum 91	Desa Plinggis Kecamatan Kraton Kab. Pasuruan	Jawa Timur
4	MI Darul Ulum	Desa Rejosari Kecamatan Kraton Kab. Pasuruan	Jawa Timur
5	MI Terpadu Ar-Roihan	Jl. Monginsidi No. 2 Lawang Malang	Jawa Timur
6	MTs Yabika Kab. Tangerang	Jl Raya Perum Asabri RT 03/01 Ds. Kutruk Kec. Jambek, Kab. Tangerang 15720	Banten
7	MTs Riyadul Jannah Kab. Tangerang	Kp. Tengger RT 01/01 Ds. Kemuning Kec. Kresek Kab. Tangerang 15620	Banten
8	MI Al Hamdaniah Kab. Serang	Kp. Pasar Padarincang Ds. Kadubeureum Kec. Padarincang, Kab. Serang 42168	Banten
9	MTs Misbahussudur Kab. Serang	Kp. Dukuh RT 12/02 Ds. Mander Kec. Bandung Kec. Serang 42176	Banten
10	MTs Ma'arif NU 01	Jl. Raya Sumpiuh Timur No. 4/12A Kel. Kradenan, Kec. Sumpiuh, Kab. Banyumas	Jawa Tengah
11	MTs Al Hidayah Purwokerto Utara	Jl. Letjend. Pol Soemarto VI/63 Purwanegara Kec. Purwokerto Utara, Kab. Banyumas	Jawa Tengah
12	MI Salafiah	Jln Raya Buntu-Gombong Km 03 Kebarongan, Kec. Kemranjen Kab.	Jawa Tengah
13	MI Ma'arif Sidomulyo	Rt. 01/03 Sidomulyo Kec. Ambal Kab. Kebumen Jawa Tengah	Jawa Tengah
14	MI Keji	Jl. Bima Sakti Raya Desa Keji, Kec. Ungaran Barat Kab. Semarang 50551	Jawa Tengah
15	MI Muhammadiyah Kartasura	Jl. Slamet Riyadi No. 80 Kartasura, Sukoharjo Tlp. (0271) 780689	Jawa Tengah
16	MI NW Tanah Beak	Jln. Hidayah Tanah Beak Timur Desa Tanak Beak Kecamatan Narmada	NTB
17	MTs. Al Fathiyah Kongpati	Dusun Kwangpati Desa Lendang Ara Kecamatan Kopang, Kab. Lombok Tengah	NTB
18	MTs Darul Anshor Batunyal	Jl. Lintas Praya Mujur Desa Batunyal Kec. Praya Tengah, Kab. Lombok Tengah	NTB
19	MI Terpadu Insan Cendekia	Jln. Nur Aqsha Berua Paccerakkang Daya, Biringkanaya, Kota Makassar	Sulawesi Selatan

20	MI Babul Muttaqin	Perum Nusa Indah Blok D No. 1 Kel. Bontoala Pallangga Kab. Gowa	Sulawesi Selatan
21	MI Muhammadiyah Parangma'lengu	Jl. Lo'moka Parangma'lengu Panakukang Pallanga Kabupaten Gowa	Sulawesi Selatan
22	MTs Bonto Cinde	Jl. Pendidikan No. 28 Bortocinde Panakukan Pallangga Kab. Gowa	Sulawesi Selatan



 DIREKTUR JENDERAL,
 KAMARUDDIN AMIN

Lampiran 16

Data umum Madrasah

Nama Sekolah	MI Keji
Alamat	Jln. Yudhistira Raya Desa Keji
Kecamatan	Ungaran Barat
Kabupaten	Semarang
Provinsi	Jawa Tengah
No. Telp Madrasah	(024) – 76914575
Alamat e-mail	mi_keji@ymail.com
Website	mimaarifkeji.sch.id
Nama Kepala Madrasah	Muchlisin S.Pd.I.
Nama dan Alamat Yayasan/ Penyelenggara Madrasah	LP. Ma'arif NU Jl. KH. Hasyim Asy'ari Ungaran
NSM	111233220137
NPSN	60712907
Jenjang Akreditasi	A
Tahun didirikan	1973
Tahun beroperasi	1978
Status Tanah	Hak milik
Surat kepemilikan tanah	Sertifikat
Luas tanah	1298 m2
Status bangunan	milik sendiri
Luas bangunan	434 m2
Titik Koordinat	
a. Latitude	-7.11550
b. Longitude	110.38885

Lampiran 17

Data Guru dan Karyawan

No	Nama	L/P	Status	Jabatan
1.	Muchlisin, S.Pd.I. NIP. 19710119200604101 2	L	DPK	Kepala Madrasah
2.	Komariyah, S.Pd.I	P	GTY	Guru Kelas VI
3.	Suci Rahayu, S.Ag	P	GTY	Guru Kelas VA
4.	Mukhlisin, S.Pd.I	L	GTY	Guru Tahfidz Al- Qur'an
5.	Hanida Karuniasari, S.Pd	P	GTY	Guru Mapel (PJOK)
6.	Retno Sayekti, S.Pd	P	GTY	Guru Kelas VB
7.	Rini Akhirotul Khasanah, S.Pd	P	GTY	Guru Kelas II
8.	M. Nurfarid Ma'ruf, S.Pd	L	GTY	Guru Pembimbing Khusus
9.	Ida Ubaidah Hidayati, S.Pd.I, M.Pd	P	GTY	Guru Mapel Bhs. Inggris
10.	Ngatinah, S.Pd.I	P	GTY	Guru Kelas 1A
11.	Ika Setiyawati, S.S., M.Pd	P	GTY	Manajer Program Inklusi
12.	Minarsih, S.Pd.	P	GTY	Guru Pembimbing Khusus
13.	Basyiroh, S.Pd.I	P	GTY	Guru Kelas

				IIIA
14.	Nila Afitri Nurisani, S.Sos.I	P	GTY	Guru Pembimbing Khusus
15.	Khusnul Fuadah, S.Pd.I	P	GTY	Guru Kelas IB
16.	Nooridha Nanik, S.Pd.	P	GTY	Guru Kelas IIIB
17.	Topik Wahyu Widayanti <i>alhafidz</i>	P	GTY	Guru Tahfidz Al-Qur'an
18.	Dwi Tanto <i>alhafidz</i>	L	GTY	Guru Tahfidz Al-Qur'an
19.	Supartini	P	PTT	Tenaga Kebersihan
20.	Sahari	L	PTT	Penjaga dan Sopir

Lampiran 18

Data Siswa

Kelas	Jenis Kelamin		Jumlah Siswa
	L	P	
I A	7	9	16
I B	10	7	17
II	16	14	30
III A	12	12	24
III B	16	9	25
IV	10	16	26
V A	21	8	28
V B	15	5	20
VI B	9	7	16
Jumlah	112	91	203

Lampiran 19

Sebaran PDBK

No	Kelas	Jumlah PDBK	Jenis Hambatan
1	I A	2	Retradasi mental
2	I B	3	ADHD, <i>Learning Difficulty</i> , Retradasasi mental
3	II	4	Retradasi mental, Autis, Tuli
4	III A	3	Gangguan pendengaran dan komunikasi, Retradasasi mental
5	III B	3	Keterlambatan bicara, Kesulitan belajar, <i>Slow learner</i>
6	IV	2	Autis
7	V A	4	Talasemia, Retradasasi Mental, ADH-D/ Gangguan Konsentrasi, Lamban Belajar
8	V B	3	Cerebar palsy, Kesulitan Belajar, Retradasasi Mental
9	VI	2	Retradasi Mental
Jumlah		26	

Lampiran 20

Data Ruang Kelas dan Ruang penunjang

No	Ruang	Jumlah	Kondisi
1.	Kelas IA	1 ruang	Baik
2.	Kelas IB	1 ruang	Baik
3.	Kelas II	1 ruang	Baik
4.	Kelas IIIA	1 ruang	Baik
5.	Kelas III B	1 ruang	Baik
6.	Kelas IV	1 ruang	Rusak Ringan
7.	Kelas VA	1 ruang	Rusak Ringan
8.	Kelas VB	1 ruang	Rusak Ringan
9.	Kelas VI	1 ruang	Baik
10.	Ruang Guru	1 ruang	Baik
11.	Ruang Kepala	1 ruang	Rusak Ringan
12.	Perpustakaan	1 ruang	Rusak Ringan
13.	Ruang Sumber	1 ruang	Baik
14.	WC Guru	1 ruang	Rusak berat
15.	WC Siswa	6 ruang	Rusak ringan, berat
16.	Gudang	1 ruang	Rusak berat
Jumlah		22 ruang	

Lampiran 21 : Dokumentasi Gambar

Capture dari beberapa slide video PPDB

PROGRAM UNGGULAN

PROGRAM PENDIDIKAN INKLUSIF

Menjadi rujukan Madrasah Inklusif Kementerian Agama RI, sasaran Pengembangan Madrasah Inklusif dan Kembaraan Pendidikan Australia Indonesia (AUSAid) 2016, dan UNICEF – LP. Ma'arif PWNU Jateng, 2018-2020

PROGRAM TAHSIN -TAHFIDZ

Kelas 1 : Tahsin Qira'ah dan Tahfidz
Kelas 2 - 4 : Tahfidz Juc. 30
Kelas 5-6 : Tahfidz pengembangan (surat-surat pilihan, sesuai dengan kemampuan siswa)

PONDIK PESANTREN SISWA (ISLAMIC BOARDING SCHOOL)

Waktu	Kegiatan
08.00-08.30	Berdoa, Shalat Subuh
08.30-08.50	Ngaji Fajr (Luhur Al-Qur'an)
08.30-08.45	Mandi, Sarapan, sholat taklimatan kemandirian dan pengabdian kepada orang tua
08.45-10.00	Pengajaran sebelum belajar
10.00-10.30	Melakukan sholat dan beres-beres
10.30-10.45	Sholat Asar
10.45-10.55	Mandi, sholat taklimatan, kegiatan pribadi dan persiapan pagi hari
10.55-11.15	Ngaji sore (Tahsin, Fikih, bahasa dan hafidz)
11.15-11.45	Pengajaran Sholat Maghrib
11.45-12.00	Sholat Maghrib di Masjidul Karamah
	Ngaji Luhur dan Tahsin Al-Qur'an
	Sholat Isya dan Tahfidz Hafidz
12.00-12.30	Makan Malam
12.30-12.45	Makan Malam
12.45-01.00	Tidur Malam

Kita-kitab yang dipelajari:
Hidayatussibyan, Al-Iala, Aqidatul Awwam, Fashailatan Risol, Mauidsurrausul Saw, dll

SYARAT PENDAFTARAN

BERUMUR 6 TAHUN PADA TANGGAL 1 JULI 2020 **01**

MENGISI FORMULIR PENDAFTARAN **02**

FOTO COPY AKTE KELAHIRAN DAN KK **03**

PASFOTO 3X4 2 LEMBAR **04**

FOTO COPY IJAZAH TK/RA/BA **05**

MEMBAWA KARTU JPS/KIP/PIK/BSM (bagi yang memiliki) **06**

*)Mem bawa hasil tes IQ dan kesiapan kemampuan belajar bagi calon peserta didik berkebutuhan khusus pada program pendidikan inklusif

WAKTU & TEMPAT PENDAFTARAN

GELOMBANG II
1 MEI – 11 JULI 2020

GELOMBANG I
25 MARET – 30 APRIL 2020
(BEBAS UANG PENDAFTARAN DAN INFAQ PENGEMBANGAN MADRASAH)

Tempat pendaftaran:

1. Datang langsung ke Kampus MI Ma'arif Keji Jl. Yudistira Raya Desa Keji Ungaran Barat Kab. Semarang
2. Online melalui:

<http://s.id/ppdbmikeji>

Gedung MI Ma'arif Keji



Ruang Kelas



Ruang Sumber



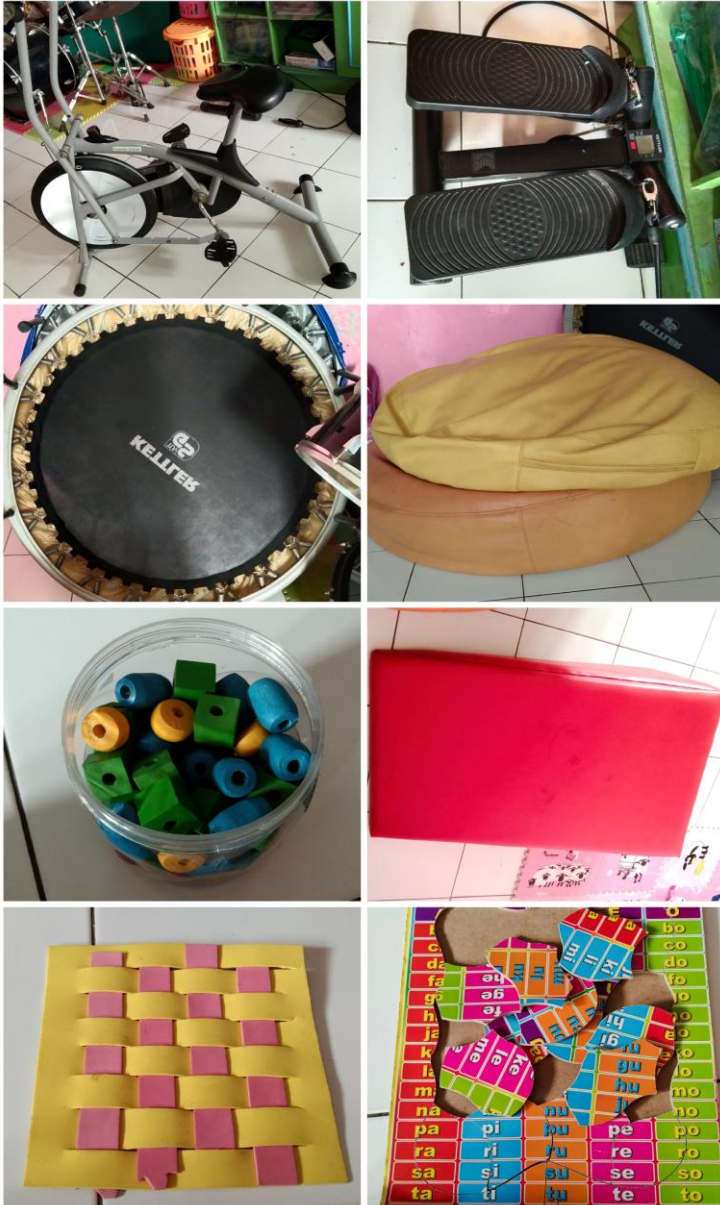
Ruang sumber tampak dalam



Lemari alat bantu belajar siswa ABK



Alat bantu terapi siswa ABK



Kegiatan terapi pada siswa ABK



Lemari piala dan penghargaan



Expo dan pameran pendidikan di GORWujil Kab.Semarang



Foto usai wawancara dengan Kepala MI Ma'arif Keji



Foto usai wawancara dengan Waka Humas MI Ma'arif Keji



Foto usai wawancara dengan Manajer Inklusif Ma'arif Keji



Foto usai wawancara dengan wali siswa, Ibu Fatimah



Lampiran 22

Surat keterangan telah melakukan penelitian di MI Ma'arif Keji



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU
MADRASAH IBTIDAIYAH (MI) KEJI UNGARAN BARAT
TERAKREDITASI A

NSM : 111233220137

NPSN : 60712907

Alamat : Jl. Yudhistira Raya Desa Keji Kec. Ungaran Barat 50551 Phone (024)76914575

e-mail: mi_keji@gmail.com, website : www.mimaarifkeji.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 90/B/MI_Keji/XII/2020

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Supriyono, S.Pd.I., M.Pd
NIP. : 19740709 200501 1 004
Jabatan : Kepala Madrasah Ibtidaiyah (MI) Keji
Unit Kerja : Madrasah Ibtidaiyah (MI) Keji
Kec. Ungaran Barat Kab. Semarang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Eni Erlina
NIM : 1603036009
Fakultas/ Jurusan : FITK/MPI

Telah menyelesaikan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Sekolah Inklusi di MI Ma'arif Keji"** pada tanggal 24 November 2020 s/d 11 Desember 2020 di lembaga kami Madrasah Ibtidaiyah (MI) Keji Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dijadikan keperluan yang semestinya.

Ungaran Barat, 11 Desember 2020
Kepala Madrasah



Supriyono, S.Pd.I., M.Pd
NIP. 197407092005011004

Daftar Riwayat Hidup

A. Data Diri

Nama : Eni Erlina
Tempat/TTL : Mesuji, 1 Maret 1998
Alamat Rumah : Ds. Kurnia Agung, RT.004 RW.010,
Kec. Rawajitu Utara, Kab.Mesuji,
Lampung
No HP : 082282299303
E-mail : enyerliana66@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:
 - a. SDN 1 Kurnia Agung, Kec.Rawajitu Utara, Kab.Mesuji, Prov.Lampung
 - b. SMPN 1 Rawajitu Selatan, Kec.Rawajitu Selatan, Kab.Tulang Bawang, Prov.Lampung
 - c. SMA TMI RQ Metro, Kota Metro, Lampung
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Roudlatul Qur'an Kota Metro

Semarang 17 April 2021

Eni Erlina
NIM. 1603036009