IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MELALUI KEGIATAN EKSTRAKURIKULER DI MTS DARUL ULUM NGABAR MOJOKERTO

SKRIPSI

Oleh :

DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO
D03215009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO

NIM : D03215009

JUDUL : IMPLEMENTASI STARTEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MELALUI KEGIATAN EKSTRAKURIKULER DI MTS DARUL ULUM NGABAR MOJOKERTO

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Surabaya,09 Juli 2019

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

D77D1AFF869248296

6000

ENAM RIBU RUPIAH

DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO

D03215009

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh :

NAMA : DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO

NIM : D03215009

JUDUL : IMPLEMENTASI STARTEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MELALUI KEGIATAN EKSTRAKURIKULER DI MTS DARUL ULUM NGABAR MOJOKERTO

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 09 Juli 2019

Pembimbing II,

Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I
NIP. 198002102011012005

Pembimbing I,

Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I
NIP. 195506041983031015

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Dyta Alvionita Indira Subagiyo ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 23 Juli 2019

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag, M.Pd.I

NIP. 196301231993031002

Penguji I,

Drs. H. Nur Kholis, N.Ed.Admin., Ph.D.

NIP. 196703111992031003

Penguji II,

Dra. Liliek Channa, AW, M.Ag.

NIP. 195712181982032002

Penguji III,

Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I

NIP. 195506041983031015

Penguji IV,

Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I.

NIP. 198002102011012005

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO
NIM : D03215009
Fakultas/Jurusan : FTK/MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
E-mail address : dytaalvio97@gmil.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :

"IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MELALUI KEGIATAN EKSTRAKURIKULER DI MTS DARUL ULUM NGABAR MOJOKERTO"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Juli 2019

Penulis

(DYTA ALVIONITA INDIRA SUBAGIYO)

ABSTRAK

Dyta Alvionita Indira Subagiyo (D03215009), 2019 : *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.* Dosen Pembimbing I Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I dan Dosen Pembimbing kedua Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I.

Hal ini dilatar belakangi oleh banyaknya persaingan dalam hal pemasaran yang dilakukan sekolah-sekolah lain untuk mendapatkan calon pendaftar peserta didik baru. Madrasah ini memiliki strategi yang berbeda untuk memasarkan sekolahnya kepada masyarakat dan calon peserta didik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan di MTS Darul Ulum Ngabar, kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar, dan implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskripstif. Dalam proses pencarian data peneliti, menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam analisis dan intrepetasi data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Sedangkan dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan trianggulasi berupa trianggulasi sumber dan teknik.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto sudah menerapkan 7P untuk keberhasilan sekolah dalam jangka panjang yakni:
1) Produk, memiliki produk yang berbeda dari sekolah lainnya yakni kegiatan baca tulis Al-Quran, kegiatan ekstrakurikuler drumband, beladiri, pramuka, futsal, voli, basket. 2) Harga yang ditetapkan tidak berubah meskipun siswa mengikuti beberapa kegiatan ekstrakurikuler tidak ada biaya tambahan lagi. 3) Tempat,untuk latihan atau pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler dapat dilaksanakan di dalam ataupun di luar sekolah. Dan lingkungan sekolah yang sangat medukung dan luas untuk dibuat latihan-latihan kegiatan ekstrakurkuler. 4) Orang, tenaga pendidik yang berkualitas.Dengan dibuktikan pihak-pihak yang mendidik atau melatih kegiatan ekstrakurikuler dipilih yang benar-benar berpengalaman, profesional dalam mengajar dan handal. 5) Promosi, strategi pemasaran promosi yang berbeda dengan sekolah yang lainnya yakni melalui kegiatan ekstrakurikuler yang dipamerkan kepada masyarakat dan juga kepada calon peserta didik baru agar tertarik untuk mendaftar disekolah tersebut.6) Proses, yang diberikan saat pelatihan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler melalui pembinaannya sudah sesuai jadwal yang telah diatur dan berjalan secara lancar mulai dari latihan setiap minggunya, persiapan untuk lomba-lomba sampai pelaksanaannya berjalan sesuai jadwal. 7)Bukti Fisik, sarana prasaran yang sudah lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan ekstrakurikuler, lapangan yang luas untuk latihan-latihan kegiatan ekstrakurikuler, alat-alat kegiatan ekstrakurikuler yang lengkap untuk dipakai.

Kata Kunci : Pemasaran, Pendidikan, Kegiatan Ekstrakurikuler

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASALIAN SKRIPSI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Defini Konseptual 7
F. Penelitian Terdahulu 10
G. Sistematika Pembahasan 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA 14
A. Strategi Pemasaran Pendidikan 14
1. Pengertian Strategi Pemasaran Pendidikan 14
2. Fungsi dan Tujuan Pemasaran Pendidikan 18
3. Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan 20
B. Ekstrakulikuler 29
1. Pengertian Ekstrakulikuler 29
2. Tujuan dan Fungsi kegiatan Ektrakulikuler 30
3. Macam-macam Kegiatan Ekstrakulikuler 32
C. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN 35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 35
B. Lokasi Penelitian 36
C. Sumber Data dan Informasi Penelitian 36
D. Teknik Pengumpulan Data 38
E. Prosedur Analisis dan Interpretasi Data 41
F. Keabsahan Data 43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... 46
1. Profil MTS Darul Ulum Mojokerto 46
2. Visi dan Misi MTS Darul Ulum Ngabar..... 48
3. Keadaan Sarana dan Prasaran MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto 49
B. Deskripsi Hasil Penelitian..... 53
C. Analisa Hasil Penelitian..... 70

BAB V PENUTUP..... 82
A. Kesimpulan 82
B. Saran..... 86

DAFTAR PUSTAKA..... 87
LAMPIRAN..... 90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya 10
Tabel 3.1 Informan Peneliti..... 37
Tabel 3.2 Data Wawancara 39
Tabel 4.1 Jumlah dan Kondisi Bangunan 49
Tabel 4.2 Sarana Prasarana Pendukung Pembelajaran 51
Tabel 4.3 Sarana Prasarana Pendukung Lainnya 52
Tabel 4.4 Daftar dan Kode Informan 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Instrumen Wawancara

Lampiran II : Transkip Hasil Wawancara

Lampiran III : Profil MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Lampiran IV : Formulir Pendaftaran Peserta Didik Baru MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Lampiran V : Surat Izin Penelitian dari Fakultas

Lampiran VI : Surat Keterangan Penelitian dari Madrasah

Lampiran VII : Surat Tugas Dosen Pembimbing

Lampiran VIII : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran IX : Dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Bekalang

Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga menarik sejumlah calon siswa.[2] Untuk itu, sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas siswa yang ada. Yang dimaksud dalam UU Nomor 9 Tahun 2009 dibentuknya badan hukum pendidikan adalah memajukan pendidikan nasional dengan menerapkan Manajemen berbasis sekolah/madrasah. [3]

Lembaga Pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa siswa dan masyarakat umum yang dikenal sebagai stakeholder. Lembaga Pendidikan pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan layanan dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut. [4]

Persaingan antar sekolah saat ini semakin kompetitif. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan

---

[2]Muhaimin, dkk., *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah,* (Jakarta: Kencana, 2009) hlm. 101.
[3]Undang-Undang RI Nomor 09 Tahun 2009
[4]Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan,* (Bandung, CV Gerlong Hilir, 2003), hlm 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan era globalisasi harus mempraktikkan pemasaran terus menerus agar mendapatkan jumlah siswa yang dikehendaki.

Pembinaan siswa yang bersifat non-akademik adalah pembinaan siswa yang tidak secara langsung berhubungan dengan pelajaran. Dalam istilah lain, pembinaan siswa yang bersifat non-akademik ini juga disebut kegiatan ekstrakulikuler. Kegiatan ekstrakurikuler dimaksudkan untuk memperluas pengetahuan siswa, menambah keterampilan mengenal hubungan antar berbagai mata pelajaran, menyalurkan bakat, minat, menunjang pencapaian tujun intrakurikuler serta melengkapi usaha pembinaan manusia Indonesia seutuhnya.

Di era milenial ini, daya saing sekolah perlu ditingkatkan, tidak hanya aspek lembaga pendidikan, tetapi juga aspek strategi pemasaran. Strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, bauran pemasaran, dan biaya pemasaran, dimana dalam meningkatkan mutu serta kualitas pendidikan diperlukan strategi pemasaran pendidikan yang tepat.

Salah satu strategi pemasaran pendidikan yang sering digunakan oleh lembaga pendidikan pada umumnya yaitu mempromosikan lembaga pendidikan dengan cara menyebarkan brosur, membuat pamflet, mendatangi lembaga-lembaga pendidikan, melalui alumni-alumni atau melalui media sosial yang sekarang banyak diminati dikalangan pelajar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan sebagainya. Dan strategi pemasaran pendidikan yang melalui kegiatan ekstrakurikuler sudah mulai berkembang saat ini.

Dengan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini diharapkan lembaga pendidikan mampu mempermudah memasarkan dan menarik minat dari pengguna jasa pendidikan. Karena orang tua ataupun para calon peserta didik akan tertarik dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan bermacam-macam dan menarik yang akan menunjang para calon peserta didik untuk lebih kejuruan dan tidak dibatasi untuk memilih kegiatan ekstrakurikuler apa yang ingin diambil yang sesuai bakat dan minatnya agar dapat untuk melanjutkan ke jenjang sekolah berikutnya.

Kegiatan ektrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto sangat banyak pilihannya dan hampir semua kegiatan ektrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar mempunyai berbagai prestasi atau juara yang sudah banyak diperoleh siswa-siswa yang berbakat. Tidak hanya siswa yang berprestasi dibidang akademik yang bisa masuk Madrasah tersebut tetapi siswa yang berbakat atau berprestasi dibidang non akademik pun juga bisa masuk melalui jalur undangan dengan mengandalkan prestasi yang dimilikinya yang berupa piagam sertifikat atas kejuaraan atau prestasi yang dimilikinya. Dan sebelum masuk akan dilakukan seleksi terlebih dahulu sesuai prestasi yang telah diperoleh.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mts Darul Ulum masuk dalam naungan Yayasan Pendidikan Islam Darul Ulum. Pendiri Yayasan Darul Ulum adalah KH Muhaimin (almarhum), didirikan pada tahun 1971. Dan didalam Yayasan tersebut memiliki lembaga pendidikan. Seperti, TK Darul Ulum, MI Darul Ulum, Mts Darul Ulum, Ma Datul Ulum. Adapun tujuan didirikannya Yayasan ini adalah untuk mendidik seorang muslim yang intelek serta bertaqwa dan sanggup memberikan bimbingan sebagai guru agama di dalam masyarakat.

Di Mts Darul Ulum ini memiliki program pendidikan kecakapan hidup *(life skill)* di Mts Darul Ulum diarahkan agar siswa dapat menguasai pelajaran melalui pelatihan ketrampilan misalnya pada pelajaran komputer, pelatihan menjahit dan otomotif yang sudah diterapkan dengan program kompetensi yang ada di sekolah tersebut. Tidak hanya itu di MTS Darul Ulum Ngabar ini memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler yang lain yakni drumband, pramuka, beladiri, qiroah baca tulis Al-Quran.

Pada penentuan paket pelatihan, pelajaran *(life skill)* di Mts Darul Ulum, dilakukan oleh siswa sendiri sesuai dengan bakat, niat dan potensi yang dimiliki. Peran guru pelatihan dan ketrampilan lebih bersifat konselor antara pilihan siswa dengan pilihan yang tersedia di sekolah.

Tujuan pendidikan *life skill* yang merupakan target dari pelaksanaan pendidikan life skill di Mts Darul Ulum yakni :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Untuk memberikan bekal dasar dan latihan-latihan yang dilakukan secara benar mengenai nilai-nilai kehidupan sehari-hari yang dapat menampikan masa depan yang syarat dengan kompetensi.
b. Memfasilitasi siswa untuk dapat memecahkan permasalahan kehidupan rill yang dihadapi sehari-hari, seperti kemiskinan, pengangguran dan kriminalitas.
c. Memberikan wawasan yang luas tentang pengembangan karir.
d. Memberikan pendidikan kemandirian dan ketrampilan pada siswa untuk mengantisipasi memasuki dunia kerja apabila mereka tidak dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Jadi tujuan dan target pelaksanaan kejuruan dimaksudkan untuk memberikan ketrampilan tertentu pada siswa yang dapat disesuaikan dengan bakat dan minat siswa itu sendiri. Program ini bersifat intra atau ekstra kurikuler sehingga siswa diberi keleluasan untuk dapat memilih sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya.

Mengacu pada latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil penelitian dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto”.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang penelitian di atas. Penelitian ini terfokus pada Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Kabupaten Mojokerto. Yang di uraikan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTS Darul Ulum Mojokerto?
2. Bagaimana kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto?
3. Bagaimana implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas penelitian dengan Imlementasi Strategi Pemasaran Pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Kabupaten Mojokerto bertujuan untuk:

1. Mengetahui implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTS Darul Ulum Mojokerto
2. Mengetahui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
3. Mengetahui implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Mojokerto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan dalam bidang pendidikan. Adanya kegunaan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini dapat menambah referensi lapangan, wawasan, dan memberikan masukan untuk mengembangkan teori-teori yang relevan pada prodi manajemen pendidikan Islam. Penelitian mengenai pemasaran pendidikan merupakan tonggak kesusksesan sekolah di masa depan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah pengetahuan bagi sekolah untuk menjadi masukan dan contoh bagi sekolah-sekolah untuk memasarkan sekolah masing-masing.

E. Definisi Konseptual

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami judul penelitian ini maka perlu penulis menjelaskan penegasan dalam judul tersebut. Adapun judul penelitian ini adalah “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto” adapun rincian definisinya sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang samatetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.[5]

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satusama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: *kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar*.[6]

Pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan, yang berlangsung di sekolah dan di luar sekolah sepanjang hayat untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat pada masa yang akan datang.[7]

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah penentuan tujuan dan sasaran suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan

---

[5] Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), Cet.1, H.155
[6] Thamrin dan Francis, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 14.
[7] Abdul Kadir, dkk.,*Dasar-dasar Pendidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan dibidang pendidikan.

2. Ekstrakurikuler

Abdul Rachman Saleh mendefinisikan bahwa program ekstrakurikulermerupakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan di luar jam pelajaran yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengembangan, bimbingan dan pembinaan siswa agar memiliki kemampuan dasar penunjang.[8]

Dengan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler, diharapkan dapat membentuk perubahan tingkah laku *(behavior action)* pada diri siswa. *Behavior action* dimaksud adalah siswa nantinya akan terampil dan terbiasa dengan suatu kegiatan, sebagai buah dari keaktifannyamengikuti suatu kegiatan ekstrakurikuler.

Program kegiatan ekstrakurikuler dapat membiasakan siswa terampil mengorganisasi, mengelola, menambah wawasan, memecahkan masalah, sesuai karakteristik ektrakurikuler yang digelutinya.

[8] Abdul Rachman Saleh, *Pendidikan Agama dan Pengembangan Watak Bangsa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Nama Penulis	Perbedaan	Persamaan
1.	Strategi Pemasaran Sekolah di SMPIP Baitul Maal Jurangmangu Kota Tangerang Selatan	Aditia Rini Kusuma Wardani	Dalam penelitian ini Aditia Rini Kusuma Wardani lebih fokus meneliti tentang strategi pemasarn pendidikan secara global dan tidak difokuskan ke kegiatan ekstrakurikuler	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang startegi pemasaran pendidikan.
2.	Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial	Mochammad Husaeni	Dalam penelitian Mochammad Husaeni ini memfokuskan penelitiannya dengan	Dalam penelitian ini Sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan di suatu sekolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	di SMP Bilingual Terpadu Pesantren Modern AL-Amanah Junwangi, Krian-Sidoarji		memasarkan pendidikan melalui media sosial	atau madrasah
3.	Implementasi Manajemen Ektrakulikuler untuk Meningkatkan Prestasi Siswa Non-Akademik di SMA Al-Multazam Mojokerto	Achmad Fahrizal Zulfani	Dalam penelitin Achmad Fahrizal Zulfani ini lebih memfokuskan kegiatan ekstrakurikuler untuk meningkatkan prestasi non akademik	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang ekstrakurikuler

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari pada laporan penelitian ini, serta isi laporan penelitian tersusun secara sistematis sehingga dapat memenuhi kriteria penulisan secara ilmiah, maka peneliti menganggap perlu untuk membuat sistematika pembahasan.

BAB I merupakan bab pendahuluan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan permasalahan, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan Kajian Pustaka. Bab ini menguraikan kajian pustaka mengenai 1)Strategi pemasaran pendidikan, bauran pemasaran 2)ekstrakurikuler, macama-macam kegiatan ekstrakurikuler 3)implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler.

BAB III merupakan bab metode penelitian. Bab ini menguraikan 1)pendekatan dan jenis penelitian 2)tempat dan waktu penelitian 3)sumber data dan informasi penelitian 4)teknik pengumpulan data 5)prosedur analisis dan interpretasi data, dan 6)keabsahan data.

BAB IV merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan membahasa tentang temuan-temuan di lapangan atau sering disebut dengan laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang subjek, penyajian data tentang 1) implementasi startegi pemasaran pendidikan di MTS Darul Ulum Mojokerto 2) kegiatan ekstrakurikuler di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto 3) implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstsrakurikuler di MTS Darul Ulum Mojokerto.

BAB V merupakan penutup. Bab ini memuatt kesimpulan, saran-saran, kemudian di lanjutkan dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran yang berkenaan dengan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.[9]

Menurut David definisi strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan kepuasan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.[10]

Secara historis, kata strategi dipakai untuk istilah dunia militer. Strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani stragos yang berarti jenderal atau komandan militer. Maksudnya adalah strategi berarti seni para jenderal, yaitu cara menempatkan pasukan atau menyusun kekuatan tentara di medan perang agar musuh dapat dikalahkan.[11]

---

[9] Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), Cet.1, H.155
[10] David Fred, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba, 2009)
[11] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti: kepemimpinan dalam ketentaraan. Konotasi ini berlaku selama perang yang kemudian berkembang menjadi manajemen ketentaraan dalam rangka mengelola para tentara bagaimana memobilisasi pasukan dalam jumlah yang besar, bagaimana mengkoordinaksikan komando yang jelas, dan lain sebagainya.[12]

Menurut Peter Drucker, salah salah seorang ahli yang terkenal dalam bidang manajemen, mengatakan sebagai berikut: Pemasaran adalah membuat agar penjualan berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya.[13]

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: *kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar.*[14]

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok

[12] Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), Cet. I, 5.
[13] Philip Kotler, *Marketing* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994), 2
[14] Thamrin dan Francis, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.[15]

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen potensial.[16]

Dari beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu upaya yang dirancang secara sistematis dan manajerial untuk mengidentifikasi pasar, merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang dan atau jasa-jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan tujuan perusahaan.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.[17]

Menurut Udin Syaefuddin Sa'ud dan Abin Syamsudin Makmun, 2009, dalam *Dictionory of Education*, pendidikan merupakan: (a) proses dimana seseorang mengembangkan kemampuan, sikap dan

[15]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Hendra Tegus dkk, Terjemahan Marketing Manajement), Jilid 1, (Jakarta: PT. Prenhallindo: 1997), 8.
[16] Thamrin Abdullah, dkk, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 2
[17] UU No. 20 Tahun 2003

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentuk-bentuk tingkah laku lainnya dalam masyarakat dimana dia hidup, (b) proses sosial dimana orang dihadapkan pada mempengaruhi lingkungan yang terpilih dan terkontrol (khususnya yang datang dari sekolah), sehingga mereka dapat memperoleh dan mengalami perkembangan kemampuan sosial dan kemampuan individual yang optimun.

Pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan, yang berlangsung di sekolah dan di luar sekolah sepanjang hayat untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat pada masa yang akan datang.[18]

Dari beberapa definisi tersebut pendidikan adalah suatu usaha yang dilakukan peserta didik melalui proses pembelajaran untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Jadi proses pendidikan yang dilakukan tidak hanya bermanfaat untuk mengembangkan kemampuan individual namun kemampuan sosial bermasyarakat.

Dari beberapa beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah penentuan tujuan dan sasaran suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan di bidang pendidikan.

[18] Abdul Kadir, dkk.,*Dasar-dasar Pendidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Fungsi dan Tujuan Pemasaran Pendidikan

Fungsi pemasaran pada organisasi yang berorientasi pada laba (perusahaan) dengan orientasi nirlaba (sekolah) sangat berbeda. Fungsi pemasaran ini secara lebih luas akan dijabarkan dalam bauran pemasaran yaitu merupakan sarana untuk mencapai tujuan pemasaran *(marketing objective).*[19] Perbedaannya fungsi terletak pada cara kedua organisasi tersebut memperoleh sumber dana yang diperlukan untuk melakukan operasinya.

Sekolah memperoleh sumber dana dari sumbangan donatur atau lembaga induk yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari sekolah. Dari anggaran yang diperolehnya, sekolah menghasilkan jasa pendidikan yang akan ditawarkan kepada pelanggannya (siswa). Apabila calon konsumen yang kita tuju adalah masyarakat golongan ekonomi lemah, maka kita harus menciptakan citra bahwa Masrasah kita itu tidak mahal. Apabila calon konsumen yang dituju adalah golongan ekonomi menengah ke atas yang berani membayar lebih untuk kualitas layanan yang lebih baik, maka citra yang harus diciptakan adalah bahwa Madrasah kita memberikan layanan yang lebih bagus dari pada sekolah lain, walaupun untuk itu mereka harus membayar lebih mahal sedikit.

Untuk memberikan citra yang baik terhadap lembaga dan dalam menarik minat sejumlah calon siswa, maka lembaga pendidikan telah

[19] Rusadi Rulan, *Manajemen Publik Relation Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 230

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan berbagai upaya strategi yang dikenal dengan strategi bauran pemasaran *(strategi marketing mix).* Dalam elemen bauran pemasaran yang terdiri atas 4P yaitu *Promotion, Place, Price, Product,* dan secara tradisional ditambah 3 elemen P lagi yaitu *Physical evidence, People,* dan *Process* yang penulis paparkan pada sub bab selanjutnya.[20]

Fungsi dari pemasaran pendidikan adalah "sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan *(costumer)*".[21]

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran pendidikan berfungsi sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global.

Tujuan pemasaran menurut Judy Strauss, ahli e-marketing menyatakan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan laba, meningkatkan pangsa pasar, atau sikap dan perilaku pihak berkepentingan itu kurang berhasil, jika perusahaan tidak membuat rencana yang efektif untuk mengelola asset mereka yang paling bernilai: relasi pelanggan.[22] Untuk menentukan tujuan maupun fungsi dari pemasaran pendidikan, tentunya tidak akan dapat terlepas dari pengertian yang telah disampaikan diatas.

---

[20] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), Cet I, H. 75
[21] Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet I, h. 75.
[22] Marian Burk Wood, *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Edisi Ketiga, h. 105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun beberapa tujuan dari pemasaran pendidikan adalah (1) memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan, (3) membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain, (4) memberikan penilaian lebih kepada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan (5) menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.[23]

Dari berbagai tujuan pemasaran pendidikan dapat disimpulkan yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang disesuaikan dengan target, baik itu yang berkaitan dengan kualitas maupun kuantitas dari calon pelanggan (siswa).

3. Bauran Pemasaran Pendidikan

Strategi ini merupakan perpaduan dari berbagai unsur yang disajikan sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan untuk mempromosikan jasa pendidikan yang dimilikinya. Untuk keberhasilan sebuah perusahaan atau lembaga dalam jangka panjang, maka perusahaan atau lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi, sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki

[23] Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet I, h. 348

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang, fasilitas fisik, dan proses, sehingga dikenal dengan istilah 7P.[24] Berikut ini strategi bauran pemasaran yang efektif:

1. **Produk *(Product)***

Strategi produk dapat dilakukan dengan cara diversifikasi produk *(product)*, merek dagang *(brand)*, cara pembungkusan atau kemasan produk (product packing), tingkat mutu atau kualitas dari produk, pelayanan *(sevices)* yang diberikan, sehingga yang nantinya dapat meningkatkan kualitas suatu usaha.[25]Strategi produk tersebut bertujuan agar bisa menambah daya saing pasar dalam mengatasi persaingan pasar serta mencapai sasaran pasar yang dituju dengan tepat.

Menurut Sofjan Assauri pada dasarnya produk yang dibeli konsumen itu dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan, yaitu:

1) Produk inti *(core product)*, yang merupakan inti atau dasar yang sesungguhnya dari produk yang ingin diperoleh atau didapat oleh seseorang pembeli atau konsumen dari produk tersebut.
2) Produk formal *(formal product)*, yang merupakan bentuk, model, kualitas/mutu, merek yang menyertai produk tersebut.

a) Merek

[24]Kotler, P & Amstrong.*Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 62
[25] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 200.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih dari unsur tersebut, yang dimaksud untuk mengidentifikasi (barang atau jasa) dari seorang penjual atau kelompok penjual dan yang membedakannya dari produk pesaing.

b) Kemasan

Kemasan atau pembungkus mempunyai arti penting, karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi juga digunakan untuk dapat menyenangkan dan menarik pembeli. Dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk, seperti pembungkusan, etiket, warna, dan lain-lain agar dapat menarik perhatian para konsumen dan dapat memberi kesan bahwa produk tersebut mutu atau kualitasnya baik.

c) Kualitas/Mutu Produk

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.Setiap perusahaan harus memiliki tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

d) Pelayanan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keberhasilan pemasaran produk sangan ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran sutau produk mencakup pelayanan suatu penawaran produk, pelayanan dalam pembelian/penjualan produk itu, dan lain-lain.

3) Produk tambahan *(augemented product)*

Adalah tambahan produk formaldengan berbagai jasa yang menyertainya, seperti pelayanan, pemeliharaan, dan pengangkutan secara cuma-cuma.[26]

2. Harga *(Price)*

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam memberikan nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.[27]Pada umumnya strategi harga yang diterapkan perusahaan biasanya disesuaikan dengan melihat pangsa pasar, situasi dan kondisi yang selalu berubah, tingkat kompetisi, dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam memenuhi pangsa pasar.

3.* Tempat *(Place)

[26] Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2015), 202-213
[27] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lokasi yang dimaksud adalah tempat penyaluran dan distribusi produk dari suatu perusahaan. Saluran distribusi yang dimaksud adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen.[28] Lokasi dan saluran distribusi untuk menyediakan jasa kepada pasar sasaran adalah kunci area keputusan yang mencakup bagaimana menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana terjadinya proses penyaluran donasi. Lokasi dan saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan strategi penyaluran distribusi yang memudahkan pelanggan dengan menjaga loyalitas pelanggan.[29]

Menurut Lupiyoadi lokasi ada tiga jenis interaksi mempengaruhi lokasi, sebagai berikut:

1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan) apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dan (harus) strategis.
2) Pemberi jasa mendatangi konsumen dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adaah menyampaikan jasa harus tetap berkualitas.
3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung berarti penyedia layanan/jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi

[28]Ibid., hal. 234
[29] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 158

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi sangat tidak penting selama komunikasi di antara kedua pihak dapat terlaksanakan.[30]

4. Orang *(People)*

Salah satu menghadapi tantangan persaingan adalah dengan sumber daya manusia (SDM). Lembaga yang sehat tentunya dengan SDM yang bagus, mumpuni, dan menempatkan karyawan pada keahlian masing-masing sesuai dengan bidangnya.[31]Kehandalan teknologi akan sia-sia tanpa peran SDM yang mumpuni. Sumber daya manusia (SDM) yang bagus tentunya diawali dari penerimaan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan dan proses penyaringan karyawan yang profesional.

Pentingnya "orang" dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Terdapat empat kriteria peran atau pengaruh dari aspek "orang" yang mempengaruhi konsumen, yaitu:

1) *Contractors* : orang yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
2) *Modifers*: orang dalam hal ini adalah yang secara tidak langsung berhubungan dengan konsumen, contoh: resepsionis
3) *Influerences* : orang yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli tetapi secara tidak langsung kontak dengan konsumen.

[30] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal 96
[31] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 194

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) *Isolated*: orang dalam hal ini secara tidak langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen. Contoh: karyawan bagian administrasi penjualan, SDM dan pemrosesan data.[32]

5. Promosi *(Promotion)*

Perangkat promosi dapat dilakukan dengan mencakup aktivitas periklanan *(adversting)*, penjualan perseorangan *(personal selling)*, promosi penjualan *(sales promotion)*, hubungan masyarakat *(humas atau public relation-PR)*, informasi dari mulut ke mulut *(word of mouth-WoM)*, pemasaran langsung *(direct marketing)*, dan publikasi pemasaran *(marketing publication)*.[33]

Dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan pada umumnya ada empat kegiatan yang bisa dilakukan, yaitu:

1) Periklanan *(advertensi)*

Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan sejumlah biaya seperti iklan melalui media sosial, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster dan sebagainya. Periklanan dilakukan untuk memasarkan produk baru, memasuki semua pasar yang baru atau tidak dijangkau oleh salesman ataupun *personal selling*. Periklanan sering dilakukan melalui

[32] Lupiyoadi dan Hamdani, *Manfaat Pemasaran Jasa*(Jakarta: Salemba Empat, 2009), 75
[33]Ibid., hal. 178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suratkabar, majalah, TV, radio, pos langsung atau bahkan mellaui biro periklanan.

2) Penjual Perseorangan *(Personal Selling)*

Personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antara individu yang sering bertemu muka dan ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3) Promosi Penjualan*(Sales Promotion)*

Promosi penjualan adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah contoh barang dan sebagainya.

4) Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Biasanya lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya sedikitpun tetapi bisa merugikan kalau lembaga yang dipublikasikan diberitakan kejelekannya.[34]

[34] Daryanto, Sari, *Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), 94-95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Proses *(Process)*

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.[35]

Dalam konteks pendidikan, proses tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa. Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan.[36]

7. Bukti Fisik *(Physical Evidence)*

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah dengan unsur-unsur wujud apapun yang diguakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.[37] Bukti fisik dibagi menjadi dua tipe untuk meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan pelanggan terhadap usaha yang didirikan, yaitu: bukti penting *(essensial evidence)* dan bukti tambahan *(peripheral evidence).* Ada berbagai macam unsur yang membentuk suatu kondisi lingkungan

[35] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 92.
[36] Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah* (Jurnal Madrasah. Vol, No. 2, Agustus 2017), 271
[37] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(ambient) yang mendukung untuk menarik konsumen, yaitu: suara, aroma, warna, tata letak tempat dan fungsionalitas.[38]

B. Ekstrakurikuler

1. Pengertian Ekstrakurikuler

Secara teori ekstrakurikuler membutuhkan semangat dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Pengertian ekstrakurikuler dapat ditemukan dalam panduan pengembangan diri yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan Nasional.

Ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan diluar jam mata pelajaran untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara khusus diselenggarakan oleh pendidik atau tenaga kependidikan yang berkemampuan dan berkewenangan di sekolah atau Madrasah.[39]

Abdul Rachman Saleh mendefinisikan bahwa program ekstrakurikuler merupakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan di luar jam pelajaran yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengembangan, bimbingan dan pembinaan siswa agar memiliki kemampuan dasar penunjang.[40]

Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan yang dilakukan di luar jam pelajaran biasa (termasuk pada waktu libur) yang dilakukan di sekolah ataupun diluar sekolah dengan tujuan untuk memperluas

---

[38]Ibid., hal. 121.
[39] Departemen Pendidikan Nasional, Panduan Lengkap KTSP, (Yogyakarta: 2007), hal. 213.
[40] Abdul Rachman Saleh, *Pendidikan Agama dan Pengembangan Watak Bangsa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan siswa mengenai hubungan antara berbagai mata pelajaran, menyalurkan bakat dan minat serta melengkapi upaya pembinaan manusia seutuhnya.[41]

Dari berbagai pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan tambahan yang diprogramkan sekolah untuk diikuti oleh para siswa diluar jam pelajaran yang telah diprogramkan, sebagai suatu upaya untuk mengembangkan potensi dan kemampuan yang ditujukan untuk menambah wawasan, keterampilan serta untuk mengembangkan bakat, minat dan kegemaran siswa.

2. Tujuan dan Fungsi Kegiatan Ekstrakurikuler

Dengan mengikuti kegiatan ektrakurikuler, diharapkan dapat membentuk perubahan tingkah laku *(behavior action)* pada diri siswa. Behavior action dimaksud adalah siswa nantinya akan terampil dan terbiasa dengan suatu kegiatan, sebagai buah dari keaktifannyamengikuti suatu kegiatan ekstrakurikuler.

Program kegiatan ekstrakurikuler dapat membiasakan siswa terampil mengorganisasikan, mengelola, menambah wawasan, memecahkan masalah, sesuai karakteristik ekstrakurukuler yang digelutinya.

Secara umum kegiatan ekstrakurikuler menurut Departemen Pendidikan Nasional bertujuan untuk:[42]

---

[41] Drs. Piet A Sahertian, *Dimensi Administrasi Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), hal. 132

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Memanfaatkan usaha pendidikan di sekolah yang materi pembinaannya belum terampung dalam kurikulum.
2. Meningkatkan dan memantapkan pengetahuan siswa.
3. Mengembangkan bakat, minat, kemampuan, dan keterampilan siswa dalam upaya pembinaan pribadi.
4. Memperluas wawasan siswa.
5. Membiasakan keterampilan dan perilaku tertentu.
6. Melatih kemandirian, kepemimpinan dan rasa kesetiakawanan sosial.
7. Memupuk rasa kebangsaan dan cinta tanah air

Mengingat manfaat dari pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler cukup besar, semestinya sekolah mengantisipasi program ekstrakurikuler ini dengan sungguh-sungguh. Upaya antisipasi bisa dilakukan secara komprahensif melalui pengadaan kegiatan ekstrakurikuler dalam berbagai bidang sesuai dengan minat dan bakat siswa.

1) Penunjukan guru pembina yang sesuai dengan kemampuan serta kesungguhannya dalam membina
2) Penentuan kurikulum yang jelas dari masing-masing bidang ekstrakurikuler
3) Evalausi secara berkelanjutan.

[42] Tim penyusun buku Departemen Pendidikan Nasional, *Kinerja Sekolah Berwawasan Budi Pekerti (Kegiatan Ekstrakulikuler/Pengembangan Diri*), Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, 2007, hal.1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Macam-Macam Kegiatan Ekstrakulikuler

Di MTS Darul Ulum ini memiliki program pendidikan kecakapan hidup *(life skill)* di MTS Darul Ulum diarahkan agar siswa dapat menguasai pelajaran melalui pelatihan keterampilan misalnya pada pelajaran komputer, pelatihan menjahit dan otomotif yang sudah diterapkan dengan program kompetensi yang ada di sekolah tersebut.

Pada penentuan paket pelatihan, pelajaran *(life skill)* di MTS Darul Ulum, dilakukan oleh siswa sendiri sesuai dengan bakat, niat dan potensi yang dimiliki. Peran guru pelatihan dan ketrampilan lebih bersifat konselor antara pilihan siswa dengan pilihan yang tersedia di sekolah.

Tujuan pendidikan *life skill* yang merupakan target dari pelaksanaan pendidikan *life skill* di Mts Darul Ulum yakni :

1. Untuk memberikan bekal dasar dan latihan-latihan yang dilakukan secara benar mengenai nilai-nilai kehidupan sehari-hari yang dapat menampikan masa depan yang syarat dengan kompetensi.
2. Memfasilitasi siswa untuk dapat memecahkan permasalahan kehidupan rill yang dihadapi sehari-hari, seperti kemiskinan, pengangguran dan kriminalitas.
3. Memberikan wawasan yang luas tentang pengembangan karir.
4. Memberikan pendidikan kemandirian dan ketrampilan pada siswa untuk mengantisipasi memasuki dunia kerja apabila mereka tidak dapat menjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi tujuan dan target pelaksanaan kejuruan dimaksudkan untuk memberikan ketrampilan tertentu pada siswa yang dapat disesuaikan dengan bakat dan minat siswa itu sendiri. Program ini bersifat intra atau ektra kurikuler sehingga siswa diberi keleluasaan untuk dapat memilih sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya.

C. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Strategi dibuat berdasarkan suatu tujuan.[43]

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: *kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar.*[44]

Pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan, yang berlangsung di sekolah dan di luar sekolah sepanjang hayat untuk

[43] Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), Cet.1, H.155
[44] Thamrin dan Francis, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat pada masa yang akan datang.[45]

Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler adalah sebuah penerapan strategi dalam dunia pendidikan yang menggunakan kegiatan ekstrakurikuler sebagai alat untuk memasarkan sebuah lembaga pendidikan. Karena dari kegiatan ekstrakurikuler dapat menjaring para calon peserta didik baru untuk masuk sesuai bakat dan minat para pesert didik tidak hanya dengan prestasi akademik saja tetapi masuk dengan jalur undangan melalui prestasi non akademik yakni dengan prestasi-prestasi yang sudah pernah diraih oleh calon peserta didik baru menjadi bekal untuk bisa masuk MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

[45] Abdul Kadir, dkk.,*Dasar-dasar Pendidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan memakai bentuk deskripstif. Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan jenis berusaha mencari data-data yang bersifat deskriptif yaitu berupa kata-kata atau ungkapan, pendapat-pendapat dari subjek penelitian, baik itu kata-kata secara lisan atau tulisan. [46] Menurut Travers sebagaimana dikutip Husein Umar menjelaskan bahwa jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.[47] Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh dari lapangan maupun leteratur kepustakaan yang berkaitan dengan pembahasan.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu berupaya menggambarkan kembali data-data yang telah terkumpul mengenai implementasi startegi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Emzir bahwasannya di dalam analisa deskriptif kita melaporkan keseluruhan aktifitas secara detail dan mendalam karena mewakili pengalaman khusus. Deskripsi

[46]Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2000), hal 3
[47]Husein Umar, *Riset Pemasaran dalam Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2002), hal. 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini ditulis dalam bentuk narasi untuk melengkapi gambaran menyeluruh tentang apa yang terjadi atau peristiwa yang dilaporkan.[48]

Jenis penelitian ini di gunakan oleh peneliti di maksudkan untuk memperoleh informasi mengenai implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di Mts Darul Ulum Ngabar Mojokerto secara mendalam dan komprehensif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan objek penelitian adalah MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto, Jl. Diponogero No. 107 Ngabar, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto Jawa Timur.

C. Sumber Data dan Informan Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data di peroleh. Untuk mendapatkan data yang tepat maka perlu ditentukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data. Adapun sumber data yang di gunakan peneliti dalam pengumpulan data adalah:

1. Sumber Data
   a. Narasumber adalah istilah umum yang merujuk kepada seseorang, baik mewakili pribadi maupun suatu lembaga, yang memberikan mengetahui secara jelas tentang suatu informasi.
   b. Arsip merupakan sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar, atau simbol lainnya.

[48]Emzir, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 175.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Informan Peneliti

Informan adalah orang-orang dalam latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah:

1. Kepala sekolah MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
2. Humas MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
3. Pengurus dan pengelola kegiatan ekstrakurikuler MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
4. Siswa MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
5. Masyarakat

Tabel 3.1

Informan Penelitian

No.	Informan	Bentuk Data
	Kepala Sekolah	Data profil sekolah Pengawasan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler.
	Humas	Pelaksanaan dan pengawasan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler.
	Pengelola dan pengurus kegiatan ekstrakurikuler	Pelaksanaan proses pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Peserta didik	Data pengalaman peserta didik dalam mencari informasi lembaga pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler.
	Masyarakat	Data pengalaman masyarakat dalam mencari informasi lembaga pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler.

D. Cara Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan agar peneliti mampu mengetahui tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.[49] Metode observasi ini meliputi proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk kajian tertentu.

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai kenyataan yang diperoleh berdasarkan observasi. Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

a. Pelaksanaan Strategi pemasaran di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.
b. Kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.

[49]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,(Bandung: Alfabeta, 2013), , 310

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatann ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.

2. Wawancara

Wawancara adalah wawancara dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[50]

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti membuat atau menyusun daftar pertanyaan yang kemudian dijadikan panduan dalam melakukan wawancara. Tujuannya yaitu agar peneliti mampu mendapatkan informasi secara jelas mengenai suatu fenomena atau kejadian yang diteliti.

Data-data yang dibutuhkan dalam wawancara ini adalah:

Tabel 3.2

Data Wawancara

No.	Informan	Kebutuhan Data
	Kepala Sekolah	Menjelaskan mengenai profil sekolah MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto. Menjelaskan pengawasan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.

[50] Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h.186

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Humas	Pelaksanaan dan pengawasan pemasaran sekolah di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.
	Pengelola dan pengurus kegiatan ekstrakurikuler	Menjelaskan mengenai Pelaksanaan proses pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.
	Peserta didik	Penjelasan mengenai data pengalaman peserta didik dalam mencari informasi mengenai MTS Darul Ulum Ngabar melalui kegiatan ektrakurikuler yang sudah banyak meraih juara dalam berbagai lomba-lomba yang telah dilakukan.
	Masyarakat	Penjelasan mengenai data pengalaman masyarakat dalam mencari informasi lembaga pendidikan di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto melalui kegiatan ekstrakurikuler yang sering dipamerkan oleh pihak sekolah kepada masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, laporan, artefak, foto dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi diwaktu silam. Manfaat dokumentasi ini adalah untuk memperkuat apa yang telah diwawancarai dan di amati. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

a. Data profil sekolah MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
b. Struktur organisasi di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto
c. Kegiatan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.

E. Prosedur Analisis Data dan Intepretasi Data

Analisis data adalah proses yang dilakukan secara sistematis untuk mencari, menemukan dan menyusun transkip wawancara, catatan-catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang telah di kumpulkan peneliti dengan teknik-teknik pengumpulan data lainnya. Peneliti diharapkan dapat meningkatkan pemahamannya tentang data yang terkumpul dan memungkinnya menyajikan data tersebut secara sistematis guna mengintrepetasikan dan menarik kesimpulan.[51]

[51]Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h.17-18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam analisis ini peneliti menggunakan analisis data kualitatif model Miles and Huberman yaitu menggunakan *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *data verification* (verifikasi data).

Langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

1) Data yang diperoleh dari laporan yang jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
2) Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel, dan bagan.
3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Keabsahan Data

Kebenaran hasil penelitian kualitatif banyak yang diragukan karena (a) subjektifitas peneliti berpengaruh besar dalam penelitian kualitatif, (b) instrumen penelitian mengandung banyak kelemahan, terutama bila melakukan wawancara secara terbuka dan tanpa control dan (c) sumber data kualitatif yang kurang dapat dipercaya sehingga mempengaruhi hasil akurasi penelitian.

Untuk mengatasi kelemahan tersebut, maka di butuhkan beberapa cara menentukan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan empat kriteria, yaitu: (a) kredibilitas *(credibility)* yaitu tingkat kepercayaan suatu proses dan hasil penelitian. Kriteria yang digunakan adalah lama penelitian, observasi detail, triangulasi, dan membandingkan dengan hasil penelitian lain. (b) keteralihan *(transferability)* yaitu apakah hasil penelitian ini dapat di terapkan pada situasi yang lain (c) keterkaitan *(depandability)* yaitu apakah hasil penelitian mengacu pada kekonsistenan peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk, dan menggunakan konsep-konsep ketika membuat interpretasi untuk menarik kesimpulan, dan (d) kepastian *(comfirmability)* adalah apakah hasil penelitian dapat di buktikan kebenarannya dimana hasil penelitian sesuai data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan. Hal ini dilakukan dengan membicarakan hasil penelitian dengan orang yang tidak ikut dan berkepentingan dalam penelitian dengan tujuan agar hasil dapat lebih objektif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam cara pengujian kredibilitas data terdapat bermacam-macam cara, diantaranya adalah perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, trianggulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan memberchek. Dalam pengujian ini peneliti memilih trianggulasi. Trianggulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu sebagai berikut.[52]

1) Trianggulasi sumber

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

2) Trianggulasi teknik

   Trianggulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3) Trianggulasi waktu

   Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Teknik pemeriksaan data digunakan dalam penelitian ini adalah trianggulasi sumber dan trianggulasi teknik. Trianggulasi sumber merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan

[52]Sugiyono, *metode pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: penerbit Alf Beta, 2015), 246

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa sumber untuk mengecek data yang diperoleh peneliti sampai mencapai titik jenuh. Sedangkan trianggulasi teknik merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mengecek data yang diperoleh dari sumber yang sama, misalnya data yang didapat dari hasil wawancara dengan seorang informan dicek ulang dengan dokumentasi atau observasi sampai diperoleh data yang sama. Apabila data yang diperoleh berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi dengan informan untuk memastikan mana data yang benar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Lembaga MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

MTS Darul Ulum berada dipedesaan dengan jarak 7 km sebelah utara kota Mojokerto, tepatnya di Desa Ngabar Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. Pada umumnya lingkungan Madrasah ini adalah lingkungan Pesantren. Hal ini terbukti adanya dua pondok Pesantren didalam lingkungan Desa Ngabar, dan tiga pondok Pesantren disekitar Desa Ngabar.

Siswa Pondok Pesantren yang sebagian besar dari luar daerah (Jombang, Gresik, Surabaya, Sidoarjo), ternyata antusias sekali terhadap pendidikan Formal. Hal ini tercermkin dari jumlah santri yang belajar di sekolah formal.

Dengan latar belakang diatas, maka dirasa amat perlu untuk didirikan sebuah Madrasah Tsanawiyah, sebagai wadah pendidikan formal yang mampu menampung lulusan Ibtidaiyah dan SD baik dari Darul Ulum sendiri maupun dari sekolah sekitar.

Karena itu pada tahun 1971, terbentuklah suatu kesepakatan antara tokoh masyarakat dan ulama yang berasal dari Desa Ngabar dan sekitarnya, yang terhimpun dalam sebuah Yayasan “DARUL ULUM”.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Identitas Sekolah:

NPSN : 20563524

NSS : 121235160055

1. Nama Madrasah : MTS Darul Ulum
2. Status Akreditasi : Akreditasi B
3. Alamat : Jalan Diponegoro No. 107 Ngabar, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto
4. Kode Pos : 61352
5. Nomor Telepon : 0321363942
6. Tahun berdiri : Tahun 1971
7. Tahun Akreditasi : Tahun : 2010
8. Email : jetisdarululum@yahoo.com
9. Jenjang : SMP
10. Status : Swasta
11. Waktu Belajar : Sekolah Pagi
12. Lintang : -7.418083828314997
13. Bujur : 112.43490681052208
14. Ketinggian : 22
15. Luas Tanah : 5.100 m^2
16. Status Tanah : Milik sendiri
17. Sumber Tanah : Waqof
18. Surat Kepemilikian : Sertifikat / Akte / 12.IV .04.1.00.353 / 21 Agustus 1984 No. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

19. Luas bangunan : 510 m^2

2. Visi dan Misi MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

a. Visi : "IMA AMIL"

IMA : Ilmu Amaliyah

AMIL : Amal Ilmiah

Indikator :

a) Unggul dalam Pengamalan IMTAQ
b) Unggul dalam perolehan NUN
c) Unggul dalam kedisiplinan Madrasah
d) Unggul dalam bidang olahraga
e) Unggul dalam bidang kesenian
f) Unggul dalam bidang berbahasa Arab
g) Unggul dalam berbahasa Inggris
h) Unggul dalam prestasi IPTEK

d. Misi :

a) Menumbuhkan sikap, tingkah laku yang Islami dalam kehidupan sehari-hari
b) Melaksanakan pembelajaran serta bimbingan secara intensif dalam bidang akademik
c) Mengembangkan potensi siswa secara optimal yang sesuai dengan bakat dan minat siswa sebagai bekal untuk hidup disiplin dan mandiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Melaksanakan pembelajaran serta bimbingan yang efektif dalam bidang penguasaan bahasa Asing

e) Melaksanakan pembelajaran serta bimbingan yang efektif dalam bimbingan penguasaan komputer.

3. Keadaan Sarana dan Prasarana MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Tabel 4.1

Jumlah dan Kondisi Bangunan[53]

No	Jenis Bangunan	Jumlah	Keterangan
1.	Ruang Kelas	9 ruang	Masih difungsikan
2.	Ruang Kepala Madrasah	1 ruang	Masih difungsikan
3.	Ruang Guru	1 ruang	Masih difungsikan
4.	Ruang Tata Usaha	1 ruang	Masih difungsikan
5.	Laboratorium IPA	1 ruang	Masih difungsikan
6.	Laboratorium Komputer	1 ruang	Masih dfungsikan
7.	Ruang Perpustakaan	1 ruang	Masih difungsikan
8.	Ruang UKS	1 ruang	Masih difungsikan
9.	Ruang Drumband	1 ruang	Masih difungsikan

[53] Data diperoleh dari pihak sekolah Waka Sarana Prasarana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10	Gudang Barang	1 ruang	Masih difungsikan
11	Toilet Guru	1 ruang	Masih difungsikan
12	Toilet Siswa	5 ruang	Masih difungsikan
13	Ruang Bimbingan Koseling (BK)	1 ruang	Masih difungsikan
14	Ruang Osis	1 ruang	Masih difungsikan
15	Ruang Pramuka	1 ruang	Masih difungsikan
16	Masjid / Musholla	1 ruang	Masih difungsikan
17	Pos Satpam	1 ruang	Masih difungsikan
18	Kantin	1 ruang	Masih difungsikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2

Sarana Prasarana Pendukung Pembelajaran[54]

No	Jenis Sarpras	Jumlah Unit	Keterangan
1.	Kursi Siswa	280 unit	Baik
2.	Meja Siswa	140 unit	Baik
3.	Kursi Guru diruang Kelas	9 unit	Baik
4.	Meja Guru diruang Kelas	9 unit	Baik
5.	Papan Tulis	9 unit	Baik
6.	Lemari diruang Kelas	9 unit	Baik
7.	Alat Peraga PAI	10 unit	Baik
8.	Alat Peraga IPA	20 unit	Baik
9.	Bola Sepak	15 unit	Baik
10	Bola Voli	15 unit	Baik
11	Bola Basket	15 unit	Baik
12	Meja Pingpong (Tenis Meja)	1 unit	Baik
13	Lapangan Sepak Bola/futsal	1 ruang	Baik
14	Lapangan Basket	1 ruang	Baik

[54] Data diperoleh dari pihak sekolah Waka Sarana Prasarana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

15	Lapangan Bola Voli	1 ruang	Baik

Tabel 4.3

Sarana Prasarana Pendukung Lainnya[55]

No	Jenis Sarpras	Jumlah Unit	Keterangan
1.	Laptop	1 unit	Baik
2.	Personal Komputer	20 unit	Baik
3.	Printer	3 unit	Baik
4.	Televisi	2 unit	Baik
5.	Mesin Scanner	3 unit	Baik
6.	LCD Proyektor	3 unit	Baik
7.	Meja Guru dan Tenag/a Kependidikan	5 unit	Baik
8.	Kuris Guru dan Tenaga Kependidikan	40 unit	Baik
9.	Lemari Arsip	3 unit	Baik
10	Kotak Obat (P3K)	1 unit	Baik
11	Pengeras Suara	2 unit	Baik

[55] Data diperoleh dari pihak sekolah Waka Sarana Prasarana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, mulai dari bulan April 2019 sampai bulan Juli 2019. Dalam kurun waktu tiga bulan ini juga mencakup penentuan objek dan juga pencarian subjek penelitian yang di anggap layak memberi informasi mengenai strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto.

Sebuah lembaga swasta yang bergerak dalam bidang pendidikan dan juga berhubungan langsung dengan masyarakat sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan pemasaran. Pada Madrasah ini masing-masing urusan administrasi yang berhubungan dengan penelitian atau laporan tugas kuliah langsung dilayani oleh unit masing-masing. Dengan begitu peneliti langsung berhadapan dengan pihak-pihak yang terkait pada kegiatan pemasaran di Madrasah.

Dalam penelitian ini, subjek yang menjadi fokus peneliti adalah beberapa pihak yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran tersebut dan juga masyarakat yang sekaligus menjadi informan dalam pengeumpulan data. Adapun data yang tersaji dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni dimulai dari tahapan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam tahap wawancara, peneliti mengambil beberapa informan yang dianggap berkopeten dalam menghasilkan data yang relevan dengan judul penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto".

Berikut adalah daftar dan kode informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini:

Tabel 4.4 Daftar dan Kode Informan

No	Nama	Kode	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	Tutut Kusuma Dewi S.Pd	TKD	Perempuan	Kepala Sekolah
2.	Muhammad Irfan S.Pd	MI	Laki-laki	Waka Humas
3.	Andika	A	Laki-laki	Pengelola kegiatan ekstrakurikuler
4.	Achmad Robin	AR	Laki-laki	Siswa
5.	Tri Yudha	TY	Laki-laki	Siswa
6.	Putri	P	Perempuan	Siswa
7.	Kasiono	K	Laki-laki	Masyarakat
8.	Sri Hartini	SH	Perempuan	Masyarakat

Dalam ini, peneliti menemukan tiga informan sebagai subjek penelitian dengan menunjuk kepala sekolah, waka humas, pengelola kegiatan ekstrakurikuler sebagai informan yang paling penting dalam pelaksanaan penelitian ini. Sedangkan informan lainnya sebagai pelengkap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi sesuai fokus penelitian, agar data yang dibutuhkan oleh peneliti dapat terkumpul.

Dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto ini adalah jawaban dari para narasumber yang sudah berhasil di wawancarai secara detail dan menghasilkan informasi yang sangat pasti. Yang peneliti lakukan dengan menjawab permasalahan yang diangkat yaitu Strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk melengkapi semua informasi yang dibutuhkan berikut pemaparan data yang sudah didapat oleh peneliti:

1. **Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto**

Strategi pemasaran pendidikan adalah penentuan tujuan dan sasaran suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan di bidang pendidikan. Sebagaimana wawancara dengan narasumber TKD selaku kepala sekolah MTS Darul Ulum Ngabar sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Menurut saya strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan pemasaran pendidikan dilakukan lembaga agar dapat menarik konsumen dan memuaskan pelanggan pendidikan."[56]

Pendapat mengenai strategi pemasaran pendidikan juga di sampaikan oleh narasumber MI sebagai waka humas MTS Darul Ulum Ngabar sebagai berikut :

> "Menurut saya strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan untuk memasarkan suatu lembaga pendidikan dari proses awal sampai pelaksanaannya pemasaran dilakukan ke semua tempat, semua orang agar lembaga tersebut dapat dikenal luas oleh banyak orang dan dapat menarik pelanggan pendidikan tersebut"[57]

Berdasarkan pendapat dari narasumber TKD dan MI yang menyampaikan strategi pemasaran pendidikan adalah proses kegiatan pemasaran suatu lembaga agar dapat menarik konsumen dan dikenal banyak luas oleh banyak orang.

Menurut narasumber MI berpendapat bahwa pentingnya pemasaran dilakukan agar banyak dikenal orang atau masyarakat setempat dengan menggunakan strategi pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler. Berikut pernyataan narasumber MI:

> "Pemasaran pendidikan sangat perlu dan penting dilaksanakan agar dapat menjaring lebih banyak lagi calon peserta didik, yakni dengan memasarkan kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar ini"[58]

---

[56]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, S.Pd, Kepala Sekolah, (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

[57]Hasil wawancara dengan Muhammad Irfan, S.Pd, Waka Humas, (Kamis, 16 Mei 2019) 11.00 WIB

[58]Hasil wawancara dengan Muhammad Irfan, S.Pd, Waka Humas, (Kamis, 16 Mei 2019) 11.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pernyataan MI diperkuat dengan narasumber TKD yang menyatakan bahwa calon peserta didik lebih naik jumlahnya dengan menerapkan pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler ini. Berikut pernyataan narasumber TKD:

> "Di MTS Darul Ulum Ngabar ini pihak sekolah kami tetap menggunakan pemasaran pendidikan dengan menggunakan brosur, pamflet, melalui alumni-alumni, dan juga bisa dari mulut ke mulut. Para calon peserta didik meningkat dalam pendaftaran peserta didik baru semenjak diterapkan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler tersebut, dikarenakan para orang tua bisa langsung tertarik karena dapat melihat langsung seperti contohnya grub drumband yang keliling-keliling disekitar sekolah sehingga warga-warga dapat melihatnya penasaran dan akhirnya cocok untuk mendaftarkan anaknya ke MTS Darul Ulum ini. Pendaftar di tahun kemarin tahun 2018 mencapai 300 peserta didik baru, target dari pihak sekolah kalau bisa 400 peserta didik yang bisa masuk"[59]

Naiknya jumlah peserta didik dengan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini sudah dibuktikan oleh pihak sekolah, karena jarang yang ada untuk memasarkan sekolahnya dengan menggunakan strategi seperti itu. Berikut pernyataan yang di ucapkan oleh A pengurus kegiatan ekstrakurikuler sebagai berikut :

> "Rata-rata sekolah yang saya mengerti menggunakan atau menerapkan pemasarannya dengan menggunakan promosi brosur, pamflet, melalui web atau pun melalui media sosial. Tetapi di MTS Darul Ulum ini sangat langka yakni menggunakan strategi pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler"[60]

Memasarkan sebuah lembaga pendidikan pasti ada langkah-langkah yang dilakukan untuk menarik calon peserta didik atau masyarakat setempat. Narasumber A menyampaikan bahwa langkah-

[59]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, S.Pd, Kepala Sekolah, (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

[60]Hasil wawancara dengan Andika, Pengurus Kegiatan Ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langkah yang dilakukan pihak sekolah yakni dengan memanfaatkan wali murid, alumni-alumni, masyarakat sekitar. Berikut penyampaian dari narasumber A:

> "Pihak sekolah memanfaatkan para alumni-alumni, wali murid, masyarakat sekitar untuk memasarkan sekolah ini agar dapat dikenal orang banyak. Sehingga orang-orang mendapatkan informasi dari mulut ke mulut karena rata-rata masyarakat orang pedesaan jarang menggunakan *handphone* (HP) sehingga informasi yang diperoleh sedikit minim maka dari itu pihak sekolah memanfaatkan tersebut dengan cara seperti tadi yang sudah saya paparkan"[61]

Pemanfaatan tersebut diperkuat oleh seorang narasumber AR siswa kelas 8 di MTS Darul ulum tersebut menyampaikan bahwa orang tua kurang update atau masih sangat awam karena masih tergolong orang-orang pedesaan. Berikut pernyataan narasumber AR:

> "Kalau orang tua saya sendiri kurang mengerti atau kurang bisa untuk menggunakan handphone (HP) karena kerjanya sebagai petani dan pergaulannya juga pasti rata-rata dengan petani yang awam pengetahuannya mengenai internet. Jadi orang tua saya mendaftarkan saya ke MTS Darul Ulum ini karena mengetahui dan tertarik akan adanya grub drumband yang keliling-keliling kampung, kalau ada acara peringatan 17 agustus warga-warga sekitar banyak juga yang di undang untuk mengikuti lomba-lombanya". [62]

Strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini dirasa sangat cocok untuk diterapkan di MTS Darul Ulum ini karena letak sekolah yang ada di pedesaan tidak di tengah kota sehingga masyarakat sekitar lebih mengenalnya, narasumber TKD sebagai kepala sekolah mengungkapkan hal yang sama yakni:

---

[61]Hasil wawancara dengan Andika, Pengurus Kegiatan Ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB

[62]Hasil wawancara dengan Achmad Robin, Siswa kelas 8 MTS Darul Ulum (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Saya rasa pihak sekolah menerapkan pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler sangat cocok untuk diterapkan di MTS Darul Ulum ini karena minimnya informasi yang di dapat para warga. Tetapi seleksi penerimaan peserta didik baru tidak hanya lewat jalur akademis tetapi juga bisa lewat jalur prestasi yang siswa-siswa miliki."[63]

Seleksi penerimaan peserta didik baru tidak hanya menggunakan nilai Ujian Nasional (UN) saja tetapi juga bisa menggunakan jalur prestasi yang dimiliki para calon peserta didik baru untuk dapat bisa masuk MTS Darul Ulum ini. Pernyataan tersebut diperkuat dengan narasumber K sebagai masyarakat sekitar sebagai berikut:

> "Saya mendaftarkan anak saya di MTS Darul Ulum ini dengan menggunakan jalur prestasi yakni dengan anak saya mempunyai sertifikat lomba Qiroah juara dua. Karena nilai ujian anak saya sangat jelek jadi tidak bisa mendaftar menggunakan nilai ujian. Dan biaya pendaftaran di MTS Darul Ulum ini gratis tidak di pungut biaya sepeserpun"[64]

Pernyataan tersebut diperkuat oleh narasumber MI selaku waka humas, bahwa seleksi penerimaan peserta didik baru ini dapat melalui jalur prestasi dan juga tidak dikenakan biaya dalam pendaftarannya. Sebagai berikut:

> "Memang di MTS Darul Ulum ini pendaftarannya dapat melalui jalur prestasi, rata-rata siswa MTS Darul Ulum ini juga bisa baca tulis Al-Quran karena sewaktu penerimaan peserta didik baru ada test baca tulis Al-Quran. Pihak sekolah mendapatkan bantuan dari dana BOS sehingga mulai pendaftaran hingga sampai masuk sekolah tidak di kenakan biaya gratis semua."[65]

---

[63]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, Kepala Sekolah (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB
[64]Hasil wawancara dengan Kasiono, Masyarakat (Kamis, 16 Mei 2019) 13.00 WIB
[65]Hasil wawancara dengan Muhammad Irfan, Waka Humas (Kamis, 16 Mei 2019) 11.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemasaran pendidikan di MTS Darul Ulum ini melibatkan beberapa dari pihak sekolah, seperti yang di paparkan oleh narasumber TKD selaku kepala sekolah sebagai berikut:

> "Tidak akan berjalan semulus ini kalau tidak di bantu oleh pihak-pihak sekolah yang lain, seperti waka humas, waka kesiswaan, pengelola kegiatan ekstrakurikuler, para staf-staf, guru-guru, dan juga para siswa."[66]

Untuk pengawasan pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini di awasi langsung oleh Kepala Sekolah, seperti yang dijelaskan narasumber TKD selaku kepala sekolah sebagai berikut:

> "Untuk melakukan pengawasan pemasaran ini yakni saya sendiri yang mengawasi langsung terlaksananya pemasaran ini dan juga dibantu oleh pihak-pihak sekolah yang lain. Sehingga ada masalah atau kurangnya bisa dapat langsung mengetahuinya dan memberikan solusi untuk masalah tersebut. Tidak ada yang ditutup-tutupi dalam pelaksanaan pemasaran di MTS Darul Ulum ini semua terbuka.

Menurut pemaparan dari SH sebagai masyarakat setempat MTS Darul Ulum ini sosialisinya dengan warga-warga sekitar sangat baik keterbukaannya sangat di utamakan, sebagai berikut:

> "MTS Darul Ulum ini lokasinya terletak dipedesaan jadi harus bisa bersosialisasi dengan warga sekitar, yang saya rasakan dan warga yang lain sudah sangat baik. Dari pembagian zakat ke warga-warga sekitar yang kurang mampu, di ikut sertakan lomba-lomba sewaktu ada acara memperingati 17 Agustus, dikasih bagian daging sewaktu ada acara Hari Raya Idul Adha menyembeli hewan di sekolah tersebut. Pokonya yang saya rasakan sosialisasinya dengan warga sekitar dijaga baik sekali." [67]

---

[66]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, Kepala Sekolah (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

[67]Hasil wawancara dengan Sri Hartini, Masyarakat (Kamis, 16 Mei 2019) 13.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Narasumber TY sebagai siswa menyampaikan bahwa bersekolah di MTS Darul Ulum sangat menyenangkan dan cocok untuknya, sebagai berikut pernyataannya:

> "Saya senang sekali bisa masuk MTS Darul Ulum ini karena saya disini lebih bisa mengaji, bisa belajar qiroah karena guru-gurunya sangat telaten mengajarinya. Dulunya saya tidak begitu bisa tetapi sekarang sudah bisa lancar mengajinya. Dan juga fasilitas yang ada di sekolah ini sangat memadai kalau saya bilang sudah lumayan lengkap. Dan juga meringankan beban kedua orang tua saya karena saya sekolah disini dari saya masuk pendaftaran sampai sekarang tidak dikenakan biaya gratis jadi orang tua saya sangat senang sekali. Saya nya bisa pintar dan juga tidak usah bayar"[68]

Pernyataan TY disambung dengan P selaku siswa juga menambahkan bahwa fasilitas yang ada di MTS Darul Ulum ini sudah terpenuhi tidak kekurangan. Ini yang di jelaskan sebagai berikut:

> "Fasilitas yang ada di MTS Darul Ulum ini sudah bagus menurut saya tidak ada kekurangannya, karena sudah layak juga seperti lapangan-lapangan bola voli, bola basket, futsal, kantin, mushola sudah ada semua dan layak untuk di gunakan sehingga saya dan teman-teman nyaman senang bisa sekolah belajar di MTS Darul Ulum ini."[69]

Pentingnya peningkatan kualitas sekolah dari segi pelayanan, fasilitas hingga kualitas peserta didik dan tenaga pendidik menjadi faktor penting agar dapat menarik minat masyarakat terhadap sekolah tersebut. Narasumber TKD selaku kepala sekolah menyampaikan hal sebagai berikut:

---

[68]Hasil wawancara dengan Tri Yudha, Siswa (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30 WIB
[69]Hasil wawancara dengan Putri, Siswa (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Saya mengharapkan agar sekolah terus berupaya meningkatkan kualitas yang dimiliki oleh sekolah. Mulai dari segi prestasi, fasilitas hingga pelayanan sekolah. Guru harus berusaha semaksimal mungkin untuk mendidik siswa menjadi siswa yang berkualitas dan nantinya mampu berperan aktif ketika berbaur dengan masyarakat. Secara tidak langsung mereka akan menjadi tolak ukur dimasyarakat mengenai kualitas sekolah kami."[70]

Di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto ini tetap menggunakan pemasaran pendidikan dengan brosur, pamflet, melalui alumni-alumni, dan juga dari mulut ke mulut dan juga dapat melalui web kalau memang ada yang mengakses karena masih jarang sekali yang mengakses mencari informasi sekolah tersebut melalui web karena sebagian besar orang tua siswa atau wali orang pedesaan yang kurang mengerti atau masih awam masalah internet jadi para orang tua lebih banyak mengetahui informasi sekolah melalui secara langsung. Brosur-brosur juga tetap disebarkan di depan sekolah kepada orang-orang yang lewat depan sekolah pasti dikasih brosur, warga-warga, dan ke sekolah SD atau MI yang ada di Mojokerto. Tetapi di MTS Darul Ulum Ngabar ini mempunyai keunikan yakni yang lebih menonjol dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler untuk memasarkan sekolahnya.

2. Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan di luar jam mata pelajaran untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara

[70]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, Kepala Sekolah (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khusus diselenggarkan oleh pihak sekolah tersebut. Kegiatan ekstrakurikuler dilakukan diluar ataupun di dalam sekolah dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan siswa mengenai hubungan antara mata pelajaran, menyalurkan bakat dan minat.

Di MTS Darul Ulum Ngabar ini mempunyai beberapa kegiatan ekstrakurikuler untuk siswa dapat mengembangkan minat dan bakatnya,berikut pemaparan narasumber A selaku pengurus kegiatan ekstrakurikuler:

> "Ada beberapa kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar ini yakni drumband, pramuka, beladiri, baca tulis Al-Quran, Qiroah. Semua siswa diwajibkan harus mengikuti beberapa kegiatan ekstrakurikuler itu karena agar siswa dapat mengembangkan bakat dan minat yang mereka miliki. Terkadang ada anak yang mengikuti lebih dari satu kegiatan ekstrakurikuler.[71]

Beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar ini memiliki beberapa ke unikan dari sekolah-sekolah lain, berikut penjelasan dari narasumber TKD selaku kepala sekolah sebagai berikut:

> "Kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar ini sedikit unik dari sekolah-sekolah yang lain karena ada beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang dibuat untuk memasarkan sekolah MTS Darul Ulum ini sendiri jadi kelihatan aneh sedikit. Tapi ya ini lah yang membedakan MTS Darul Ulum Ngabar dari sekolah-sekolah yang lain."[72]

Pemaparan tersebut diperkuat narasumber A selaku pengurus kegiatan ekstrakurikuler sebagai berikut:

---

[71] Hasil wawancara dengan Andika, Pengelola kegiatan ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB

[72] Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, Kepala Sekolah (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Iya benar sekali memang beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum ini digunakan untuk memasarkan sekolah agar masyarakat sekitar bisa tertarik karena kegiatan ekstrakurikuler yang dipamerkan. Kegiatan yang dibuat untuk pemasarannya sendiri yakni lebih mengutamakan kegiatan drumband yang keliling-keliling kampung sekitar"[73]

Rata-rata kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar ini banyak yang sudah meraih juara, narasumber SH sebagai masyarakat memaparkan hal sebagai berikut:

> "Saya bangga dengan anak saya dapat meraih juara drumband bersama teman-temannya, hasilnya dia latihan keras, rajin dalam berlatih akhirnya bisa mendapatkan juara Kecamatan.Tidak hanya itu kegiatan drumband ini juga sering di undang orang-orang kampung sekitar untuk kegiatan yang dilaksanakan dikampung tersebut.[74]

Menurut narasumber P sebagai siswa menjelaskan tentang beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar sebagai berikut:

> "Saya dan teman-teman saya banyak yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler drumband karena sangat seru sekali bisa kumpul-kumpul dan belajar bareng dengan teman-teman, tidak hanya teman sepantaran tetapi campur dengan kakak-kakak kelas jadi seru. Dan sering main drumband diluar daerah jadi semakin banyak teman dan pengalamannya pokoknya seru sekali apalagi kalau waktu libur sekolah tetapi terkadang ada undangan drumband jadi tidak bosan selama liburan tidak dirumah terus-terusan. Masih latihan-latihan ke sekolah kumpul-kumpul dengan teman-teman tidak bosan."[75]

Pernyataan narasumber P ditambahkan oleh narasumber AR sebagai siswa sebagai berikut :

---

[73] Hasil wawancara dengan Andika, pengelola kegiatan ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB
[74] Hasil wawancara dengan Sri Hartini, Masyarakat (Kamis, 16 Mei 2019) 13.00 WIB
[75] Hasil wawancara dengan Putri, Siswa (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Iya benar saya dan teman-teman saya juga banyak yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler drumband tetapi ada juga beberapa teman saya yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang lain seperti qiroah dan baca tulis Al-Quran. Memang dia pintar sekali mengajinya maka dari itu mungkin dia ingin lebih mengembangkan bakatnya agar lebih bagus dan sempurna lagi dengan didampingi oleh guru-guru yang sudah mahir."[76]

Kegiatan ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto ini ada beberapa yakni drumband, pramuka, beladiri, baca tulis Al-Quran, Qiroah, basket, voli, futsal. Semua siswa diwajibkan untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler tersebut tetapi tidak boleh diikuti semua karena waktunya tidak mungkin bisa akan mengganggu pelajaran jadi diperbolehkan hanya mengikuti beberapa saja maksimal tiga kegiatan ekstrakurikuler yang boleh diikuti agar waktunya tidak tabrakan dengan pelajaran. Kegiatan ekstrakurikuler banyak memperoleh juara-juara contohnya drumband sering sekali mendapatkan juara antar kecamatan, kabupaten dan juga sering mendapatkan undangan-undangan dari luar untuk acara kampung-kampung. Untuk kegiatan ekstrakurikuler yang lebih menonjol dari kegiatan yang lain yakni drumband karena drumband banyak sekali peminatnya untuk mengikuti kegiatan ektstrakurikuler mulai dari siswa laki-laki dan juga perempuan sama-sama banyak peminatnya.

[76] Hasil wawancara dengan Achmad Robin, Siswa (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler adalah sebuah penerapan strategi dalam dunia pendidikan yang menggunakan kegiatan ekstrakurikuler sebagai alat untuk memasarkan sebuah lembaga pendidikan.Karena dari kegiatan ekstrakurikuler dapat menjaring para calon peserta didik baru untuk masuk sesuai bakat dan minat para peserta didik.

Berikut pemaparan lebih jelas dipaparkan oleh narasumber A sebagai pengurus kegiatan ekstrakurikuler sebagai berikut:

> "Mulainya diterapkan pemasaran pendidikan dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini sejak tahun 2011, sejak itu mulai ada perubahan kenaikan pendaftar calon peserta didik baru. Meskipun tidak langsung naik banyak tetapi menunjukkan perubahan kenaikan 5% dari sebelum diterapkan pemasaran seperti ini. Selanjutnya tahun per tahun mengalami kenaikan terus menerus sehingga lebih di mantabkan lagi kegiatan ekstrakurikulernya agar lebih narik para pelanggan pendidikan untuk mendaftar di MTS Darul Ulum ini."[77]

Faktor yang paling mendukung untuk dilaksanakannya pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler ini adalah lingkungan disekitar sekolah yang sangat mendukung, penjelasan dari narasumber MI selaku waka humas sebagai berikut:

> "Lingkungan disekitar sekolah ini sangat mendukung untuk dilaksanakannya pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler ini karena sebagian besar pemikiran warga sekitar banyaknya kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah dan banyak juga yang di ikut

[77]Hasil wawancara dengan Andika, Pengelola kegiatan ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sertakan lomba-lomba dan mendapatkan juara juga sehingga masyarakat sekitar menganggap bagus dan baik karena sekolah tersebut mempunyai kegiatan ekstrakurikuler yang banyak dan banyak yang mendapatkan juara"[78]

Ada beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum ini, dijelaskan oleh narasumber A selaku pengurus kegiatan ekstrakurikuler sebagai berikut:

> "Beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum Ngabar ini yakni drumband, beladiri, pramuka, qiroah, baca tulis Al-Quran. Yang lebih menonjol yakni drumband karena sering sekali di undang ke acara-acara desa dan juga sering ikut lomba-lomba yang di adakan di kecamatan ataupun di kabupaten. Grub drumband ini juga sering mendapatkan juara ketika mengikuti lomba-lomba, seperti juara di tiga kota yakni di Jombang, Mojokerto dan Gresik. Tidak hanya itu untuk kegiatan ekstrakurikuler yang lain juga sering mendapatkan juara seperti qiroah juga sering di dapatkan siswa MTS Darul Ulum untuk kejuaraannya."[79]

Para siswa tidak mengikuti semua kegiatan yang ada tersebut karena terbatasnya waktu, jadi siswa hanya dapat memilih dua sampai tiga kegiatan saja yang dapat dipilihnya. Berdasarkan narasumber P selaku siswa sebagai berikut:

> "Saya hanya mengikuti kegiatan drumband dan baca tulis Al-Quran saja karena saya lebih menyukai kegiatan itu dan tidak mengganggu waktu pelajaran saya disekolah. Jadi saya senang menjalaninya tidak ada beban malah selalu senang bertemu teman-teman mengikuti kegiatan yang positif".[80]

---

[78]Hasil wawancara dengan Muhammad Irfan, waka humas (Kamis, 16 Mei 2019) 11.00 WIB
[79]Hasil wawancara dengan Andika, pengurus kegiatan ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB
[80]Hasil wawancara dengan Putri, Siswa (Kamis, 16 Mei 2019) 12.30WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan ekstrakurikuler tidak menganggu waktu pelajaran sekolah, jadi para orang tua atau wali mengizinkan anak-anaknya untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolahnya, berikut pemaparan dari SH selaku masyarakat:

> "Anak saya sendiri hanya mengikuti kegiatan ekstrakurikuler drumband saja karena kalau sore anak saya mengikuti belajar diluar sekolah atau les. Saya senang anak saya mengikuti drumband karena banyak sisi positifnya, jadi tidak sering bermain diluar yang tidak jelas ada kegiatan yang harus dia lakukan seperti latihan drumband. Apa lagi kalau mau ada lomba pasti sering mengikuti latihan-latihan di sekolahnya saya lebih senang karena dia mempunyai kesibukan tidak bermain kesana kemari yang tidak jelas seperti itu.[81]

Pernyataan narasumber SH di sambung dengan narasumber K selaku masyarakat sebagai berikut:

> "Iya saya juga sangat setuju ada kegiatan di luar jam sekolah yang kegiatannya membuat positif anak saya. Tetapi anak saya hanya mengikuti kegiatan ekstrakurikulernya hanya qiroah saja karena bakatnya lebih mengarah ke qiroah agar dapat bisa lagi dikembangkan karena juga ada pembimbingnya jadi lebih bisa dimantabkan lagi. Anak saya juga sudah pernah mengikuti lomba antar desa qiroah alhamdulilah mendapat juara. Meskipun hanya antar desa tapi saya sangat bangga"[82]

Semua kegiatan ekstrakurikuler ini tidak semua disukai dan diminati para siswa ada beberapa kegiatan yang tidak begitu banyak yang menyukai, berikut pemaparan dari narasumber A selaku pengurus kegiatan ekstrakurikuler:

> "Anak-anak tidak semuanya menyukai kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah ini ada beberapa yang tidak begitu diminati yakni beladiri karena kebanyakan siswa MTS Darul Ulum ini lebih banyak perempuannya dibanding laki-lakinya. Dan siswa yang

[81]Hasil wawancara dengan Sri Hartini, masyarakat (Kamis, 16 Mei 2019) 13.00 WIB
[82]Hasil wawancara dengan Kasiono, masyarakat (Kamis, 16 Mei 2019) 13.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> perempuan lebih banyak mengikuti kegiatan qiroah, baca tulis Al-Quran dan juga drumband. Kalau yang laki-laki lebih banyak yang mengikuti drumband"[83]

Narasumber TKD selaku kepala sekolah memberikan penjelasan mengenai kegiatan ekstrakurikuler beladiri yang tidak begitu diminati para siswa, berikut penjelasannya:

> "Memang kegiatan ekstrakurikuler beladiri ini tidak begiti diminati siswa mungkin karena kebanyakan siswa-siswa lebih condong ke kegiatan drumband atau yang lainnya. Namanya masih anak-anak kalau banyak temannya yang mengikuti ini itu pasti yang lain juga ikut-ikutan. Tetapi dari pihak sekolah sendiri tidak akan menghapuskan kegiatan tersebut tetapi akan melakukan sosialisasi kepada siswa-siswa, memberikan gambaran-gambaran yang positif tentang beladiri agar para siswa dapat tertarik dengan kegiatan beladiri tersebut.[84]

Lingkungan sekitar sekolah sangat cocok untuk diterapkan pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler karena sekolah yang berada dipedesaan yang jaraknya jauh dari kota. Siswa-siswa yang bersekolah di MTS Darul Ulum sebagian besar tidak jauh dari lingkungan sekolah tersebut jadi kegiatan pemasarannya melalui ekstrakurikuler dengan berkeliling kampung-kampung sekitar untuk dipamerkan ke warga-warga agar tertarik untuk mendaftarkan anaknya disekolah tersebut. Karena sebagian orang menganggap banyaknya kegiatan ekstrakurikuler yang ada disekolah dan banyaknya juara-juara yang serin diperoleh maka dari itu sekolah tersebut juga berkualitas bagus. Fasilitas yang ada di

[83]Hasil wawancara dengan Andika, Pengurus kegiatan ekstrakurikuler (Kamis, 16 Mei 2019) 12.00 WIB
[84]Hasil wawancara dengan Tutut Kusuma Dewi, Kepala Sekolah (Kamis, 16 Mei 2019) 09.45 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekolah tersebut sudah memenuhi standar mulai dari lapangan yang dipergunakan untuk latihan-latihan kegiatan ekstrakurikuler, alat-alat kegiatan ekstrakurikuler sudah mendukung dan juga pemimpin atau pelatih kegiatan ekstrakurikuler sudah dipilih yang sudah profesional dalam melatih.

C. Analisis Hasil Penelitian

Dalam pembahasan ini peneliti ini akan menyampaikan hasil analisis data tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikule di MTS Darul Ulum Ngabar. Data tersebut akan disajikan sesuai dengan deskripsi hasil penelitian diatas.

1. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis penelitian di MTS Darul Ulum Ngabar menjelaskan tentang strategi pemasaran pendidikan, narasumber TKD dan MI menyampaikan pendapat masing-masing yang sama tentang strategi pemasaran pendidikan. Keduanya berpendapat strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan pemasaran pendidikan yang dilakukan sebuah lembaga pendidikan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan pemasaran pendidikan dilakukan oleh lembaga untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan agar dapat dikenal luas lembaga tersebut dan dapat menarik dan memuaskan pelanggan pendidikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut David strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.[85] Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen potensial,[86]

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan pemasaran pendidikan mulai dari proses sampai dengan pelaksanaannya dirancang untuk dapat menarik dan memuaskan pelanggan pendidikan.

Jadi dari kedua informan atau narasumber dari MTS Darul Ulum Ngabar berpendapat yang sama dengan beberapa pendapat para ahli yang sudah dipaparkan di atas bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan pemasaran pendidikan mulai dari proses sampai dengan pelaksanaannya dirancang untuk dapat menarik dan memuaskan pelanggan pendidikan.

2. Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Untuk memasarkan sebuah lembaga pendidikan tentunya pihak lembaga pendidikan melakukan pemasaran agar tidak ketinggalan dengan sekolah-sekolah yang lain dan mampu mengikuti kemajuan yang ada sekarang ini yang banyak melakukan pemasaran dengan berbagai model.

[85]David Fred, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba, 2009)
[86]Thamrin Abdullah, dkk, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarakan uraian diatas, MTS Darul Ulum telah melakukan pemasaran dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Menurut pengurus kegiatan ekstrakurikuler perlu dilakukannya pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler karena melihat kondisi sekolah yang terletak di lingkungan pedesaan, masyarakat setempat masih jarang menggunakan internet atau HP jadi lebih baik dilakukan pemasaran dengan memamerkan kegiatan ekstrakurikuler yang banyak mendapatkan juara, dengan berkeliling kampung sekitar agar masyarakat dapat mengetahuinya dan tertarik untuk mendaftarkan anaknya untuk bersekolah di MTS Darul Ulum.

Pendapat di atas sesuai dengan pendapat dari Abdul Rachman Saleh mendefinisikan bahwa program ekstrakurikuler merupakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan di luar jam pelajaran yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengembangan, bimbingan, dan pembinaan siswa agar memiliki kemampuan dasar penunjang.[87]

Kegiatan ekstrakurikuler dilakukan di luar jam pelajaran biasa (termasuk pada waktu libur) yang dilakukan di sekolah ataupun diluar sekolah dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan siswa mengenai hubungan antara mata pelajaran, menyalurkan bakat dan minat serta melengkapi upaya pembinaan manusia seutuhnya.[88]

---

[87]Abdul Rachman Saleh, *Pendidikan Agama dan Pengembangan Watak Bangsa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), h. 70

[88]Drs. Piet A Sahertian, *Dimensi Administrasi Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h.132

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Eksktrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Dalam hubungannya dengan strategi pemasaran pendidikan, MTS Darul Ulum Ngabar mengambil bauran pemasaran jasa pendidikan sebagai acuan untuk memasarkan sekolah. Dalam bauran pemasaran jasa pendidikan memiliki beberapa perangat yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan hal yang sangat penting yang menjadi pertimbangan pilihan bagi calon peserta didik maupun masyarakat. Lembaga pendidikan harus mempunyai produk yang sangat baik sehingga dapat dinikmati oleh pelanggan dibidang pendidikan. Pelanggan utamanya para siswa dan juga wali siswa. Apabila lembaga tidak mampu memasarkan produknya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur peminta tidak ada dan akhirnya pendaftar calon peserta didik baru mengalami penurunan tidak bisa banyak lagi yang mendaftar. Maka dari itu peranan produk pemasaran didalam pendidikan sangat penting guna untuk menarik konsumen, dan meningkatkan kualitas produk-produk yang ada didalam lembaga pendidikan. Dari situlah lembaga pendidikan dituntut untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai produk yang baik berkualitas. Tertariknya konsumen dengan lembaga pendidikan tersebut tentunya ada beberapa produk yang menonjol akan keunggulannya seperti lulusan yang dihasilkan sekolah tersebut memiliki nilai yang bagus-bagus, memiliki fasilitas yang bagus, dan juga memiliki berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang banyak mendapatkan juara. Strategi produk dapat dilakukan dengan cara diversifikasi produk, merek dagang, cara pembungkusan atau kemasan produk, tingkat mutu atau kualitas dari produk, pelayanan yang diberikan, sehingga yang nantinya dapat meningkatkan kualitas suatu usaha. Strategi produk tersebut bertujuan agar bisa menambah daya saing pasar dalam mengatasi persaingan pasar serta mencapai sasaran pasar yang dituju dengan tepat.[89]

Dalam hal ini MTS Darul Ulum memiliki kegiatan yang berbeda dari sekolah lainnya yakni kegiatan baca tulis Al-Quran dan qiroah, sebenarnya itu kegiatan ekstrakurikuler tetapi semua siswa diwajibkan untuk dapat mengikuti kegiatan yang dilaksanakan setiap hari jumat di Musholla sehingga para siswa dapat dengan lancar membaca Al-Quran karena sekolah ini berbasis madrasah dan lingkungan pondok pesantren. Dan banyak produk ekstrakurikuler yang ditawarkan lainnya untuk dapat menarik calon peserta didik baru yakni kegiatan ekstrakurikuler drumband, beladiri, pramuka, futsal, voli, basket.

[89]Soffjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h.200

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Harga

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, rekasi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.[90]

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam memberikan nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan kepuasan konsumen untuk membeli. Pada umunya strategi harga yang diterapkan perusahaan biasanya disesuaikan dengan melihat pangsa pasar, situasi dan kondisi yang selalu berubah, tingkat kompetensi,

[90]Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), Jilid I Cet Ke-8 h, 439

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam memenuhi pangsa pasar.[91]

Untuk masalah harga di MTS Darul Ulum ini bukan lagi terjangkau karena harga yang ditetapkan tidak berubah meskipun peserta didik mengikuti beberapa kegiatan ekstrakurikuler tidak ada biaya tambahan lagi. Awal masuk pendaftaran sampai lulus tidak dikenakan biaya sepeserpun karena dapat bantuan langsung dari dana BOS yang langsung membantu SPP para siswa jadi para orang tua sangat senang bisa menyekolahkan anak-anaknya di MTS Darul Ulum karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membayar sekolah. Rata-rata siswa yang sekolah di MTS Darul Ulum ini dari desa semua jarang ada siswa yang dari kota.

c. Tempat

Tempat dalam konteks jasa pendidikan adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri.

Lokasi yang dimaksud adalah tempat penyaluran dan distribusi produk dari suatu perusahaan. Saluran distribusi yang dimaksud adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen.[92] Lokasi dan saluran distribusi untuk menyediakan jasa kepada pasar sasaran adalah kunci area

[91]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) h. 95
[92]Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 234

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keputusan yang mencakup bagaimana menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana terjadinya proses penyaluran donasi. Lokasi dan saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan strategi penyaluran distribusi yang memudahkan pelanggan dengan menjaga loyalitas pelanggan.[93]

MTS Darul Ulum memiliki lokasi yang sangat strategis, letak sekolah yang tidak jauh dengan jalan raya dan tidak jauh dari pemukiman warga, untuk latihan atau pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler dapat dilaksanakan di dalam ataupun di luar sekolah. Dan lingkungan di belakang sekolah yang masih banyak sawah-sawah membuat sekolah menjadi tidak terlalu panas sejuk kalau siang ada angin-angin yang lewat jadi siswa menjadi nyaman dan tenang belajarnya.

d. Orang

Orang dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan seperti kepala sekolah, guru-guru, staf-staf lembaga pendidikan, dan karyawan.

Salah satu menghadapi tantangan persaingan adalah dengan sumber daya manusia (SDM). Lembaga yang sehat tentunya dengan SDM yang bagus, mumpuni, dan menempatkan karyawan pada keahlian masing-masing sesuai dengan bidangnya.[94] Kehandalan teknologi akan sia-sia tanpa peran SDM yang mumpuni. SDM yang bagus

[93]Ibid., h.158
[94]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 194

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentunya diawali dari penerimaan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan dan proses penyaringan karyawan yang profesional.

Dalam hal ini MTS Darul Ulum memiliki tenaga pendidik yang berkualitas.Dengan dibuktikan pihak-pihak yang mendidik atau melatih kegiatan ekstrakurikuler dipilih yang benar-benar berpengalaman, profesional dalam mengajar dan handal. Seleksi guru yang mengajar di MTS Darul Ulum yang pertama harus bisa mengaji Al-Quran dengan benar dan lancar karena sekolah ini adalah masdrasah dan dikeliling banyak pondok pesantren, mempunyai ijazah sarjana S1 agar dapat mendidik peserta didik sesuai dengan kurikulum yang berlaku, dan juga para peserta didik memiliki kualitas yang baik sering mengikuti lomba-lomba olimpiade dan mendapatkan juara.

e. Promosi

Promosi dapat dilakukan dengan mencakup aktivitas periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung, dan publikasi pemasaran.[95] Promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal-hal tersebut dapat dicapai dengan menggunakan alat promosi.

[95]Lupiyoadi dan Hamdani, *Manfaat Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Promosi dalam lembaga pendidikan tentunya menjadi hal yang sangat penting dan harus dilakukan oleh lembaga tersebut karena untuk menjaring calon peserta didik baru dibutuhkan promosi agar lembaga dikenal luas oleh banyak orang. Promosi sering dilakukan menggunakan brosur, pamflet, media sodial, dan juga alumni-alumni sangat berpengaruh penting karena orang-orang akan lebih mempercayai alumni yang sudah pernah bersekolah di tempat sekolah tersebut.

Di MTS Darul Ulum Ngabar memiliki strategi pemasaran promosi yang berbeda dengan sekolah yang lainnya yakni melalui kegiatan ekstrakurikuler yang dipamerkankepada masyarakat dan juga kepada calon peserta didik baru agar tertarik untuk mendaftar disekolah tersebut dengan strategi pemasaran keliling kampug sekitar, mengikuti lomba-lomba sehingga banyak dikenal masyarakat luas dan sering di undang untuk acara-acara kampung. Karena kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MTS Darul Ulum ini banyak memiliki kejuaraan.

f. Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.[96]

Dalam konteks pendidikan, proses tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa.

[96]Daryanto, Sari, *Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), h. 94-95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan.[97]

Proses yang diberikan di MTS Darul Ulum Ngabar saat pelatihan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler melalui pembinaannya sudah sesuai jadwal yang telah diatur dan berjalan secara lancar mulai dari latihan setiap minggunya, persiapan untuk lomba-lomba sampai pelaksanaannya berjalan sesuai jadwal. Untuk penyampaian pelajaran guru kepada muridnya sudah sesuai aturan yang berlaku, penguasaan materi yang diberikan guru kepada murid juga sudah baik. Guru tidak membatasi murid untuk menyampaikan pendapat agar murid bisa aktif tanya jawab tidak diam saja.

g. Bukti Fisik

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah dengan unsur-unsur wujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.[98]

Sarana fisik atau bukti fisik pada sebuah lembaga pendidikan adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada.

[97]Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah* (Jurnal Madrasah. Vol, No.2, Agustus 2017), 271
[98]Rambat Lipiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor sarana pembelajaran yang memadai merupakan fasilitas yang sangat membantu dalam proses pembelajaran.

MTS Darul Ulum memiliki sarana prasaran yang sudah lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan ekstrakurikuler, lapangan yang luas untuk latihan-latihan kegiatan ekstrakurikuler, alat-alat kegiatan ekstrakurikuler yang lengkap untuk dipakai. Kelas-kelas yang nyaman untuk dilaksanakan proses pembelajaran sehingga membuat para siswa merasa nyaman, dan juga taman-taman kecil dibuat untuk siswa-siswa nongkrong pada waktu jam istirahat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah mengumpulkan, mengelola dan menganalisis data sebagai hasil penelitian dari pembahasan mengenai Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabark Mojoerto. Maka dapatdiambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Darul UlumNgabar Mojokerto

   Dari kedua informan atau narasumber dari MTS Darul Ulum Ngabar berpendapat yang sama dengan beberapa pendapat para ahli yang sudah dipaparkan di atas bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah kegiatan pemasaran pendidikan mulai dari proses sampai dengan pelaksanaannya dirancang untuk dapat menarik dan memuaskan pelanggan pendidikan.

2. Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

   Berdasarakan uraian diatas, MTS Darul Ulum telah melakukan pemasaran dengan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Menurut pengurus kegiatan ekstrakurikuler perlu dilakukannya pemasaran melalui kegiatan ekstrakurikuler karena melihat kondisi sekolah yang terletak di lingkungan pedesaan, masyarakat setempat masih jarang menggunakan internet atau HP jadi lebih baik dilakukan pemasaran dengan memamerkan kegiatan ekstrakurikuler yang banyak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendapatkan juara, dengan berkeliling kampung sekitar agar masyarakat dapat mengetahuinya dan tertarik untuk mendaftarkan anaknya untuk bersekolah di MTS Darul Ulum.

3. Implementasi strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto

Dalam hubungannya dengan strategi pemasaran pendidikan, MTS Darul Ulum Ngabar mengambil bauran pemasaran jasa pendidikan yakni:

a. Produk

Dalam hal ini MTS Darul Ulum memiliki kegiatan yang berbeda dari sekolah lainnya yakni kegiatan baca tulis Al-Quran dan qiroah agar siswa lancar membaca Al-Quran karena sekolah ini berbasis madrasah dan lingkungan pondok pesantren. Dan banyak produk ekstrakurikuler yang ditawarkan lainnya untuk dapat menarik calon peserta didik baru yakni kegiatan ekstrakurikuler drumband, beladiri, pramuka, futsal, voli, basket.

b. Harga

Untuk masalah harga di MTS Darul Ulum ini bukan lagi terjangkau karena harga yang ditetapkan tidak berubah meskipun peserta didik mengikuti beberapa kegiatan ekstrakurikuler tidak ada biaya tambahan lagi. Awal masuk pendaftaran sampai lulus tidak dikenakan biaya sepeserpun karena dapat bantuan langsung dari dana BOS yang langsung membantu SPP para siswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Tempat

MTS Darul Ulum memiliki lokasi yang sangat strategis, letak sekolah yang tidak jauh dengan jalan raya dan tidak jauh dari pemukiman warga, untuk latihan atau pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler dapat dilaksanakan di dalam ataupun di luar sekolah. Dan lingkungan di belakang sekolah yang masih banyak sawah-sawah membuat sekolah menjadi tidak terlalu panas sejuk kalau siang ada angin-angin yang lewat jadi siswa menjadi nyaman dan tenang belajarnya.

d. Orang

Dalam hal ini MTS Darul Ulum memiliki tenaga pendidik yang berkualitas.Dengan dibuktikan pihak-pihak yang mendidik atau melatih kegiatan ekstrakurikuler dipilih yang benar-benar berpengalaman, profesional dalam mengajar dan handal. Seleksi guru yang mengajar di MTS Darul Ulum yang pertama harus bisa mengaji Al-Quran dengan benar dan lancar karena sekolah ini adalah masdrasah dan dikeliling banyak pondok pesantren, mempunyai ijazah sarjana S1 agar dapat mendidik peserta didik sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

e. Promosi

Di MTS Darul Ulum Ngabar memiliki strategi pemasaran promosi yang berbeda dengan sekolah yang lainnya yakni melalui kegiatan ekstrakurikuler yang dipamerkankepada masyarakat dan juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada calon peserta didik baru agar tertarik untuk mendaftar disekolah tersebut dengan strategi pemasaran keliling kampug sekitar, mengikuti lomba-lomba sehingga banyak dikenal masyarakat luas dan sering di undang untuk acara-acara kampung.

f. Proses

Proses yang diberikan di MTS Darul Ulum Ngabar saat pelatihan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler melalui pembinaannya sudah sesuai jadwal yang telah diatur dan berjalan secara lancar mulai dari latihan setiap minggunya, persiapan untuk lomba-lomba sampai pelaksanaannya berjalan sesuai jadwal. Untuk penyampaian pelajaran guru kepada muridnya sudah sesuai aturan yang berlaku, penguasaan materi yang diberikan guru kepada murid sudah sesuai.

g. Bukti Fisik

MTS Darul Ulum memiliki sarana prasaran yang sudah lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan ekstrakurikuler, lapangan yang luas untuk latihan-latihan kegiatan ekstrakurikuler, alat-alat kegiatan ekstrakurikuler yang lengkap untuk dipakai. Kelas-kelas yang nyaman untuk dilaksanakan proses pembelajaran sehingga membuat para siswa merasa nyaman, dan juga taman-taman kecil dibuat untuk siswa-siswa nongkrong pada waktu jam istirahat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Kepada kepala sekolah, waka humas, dan pengurus kegiatan ekstrakurikuler MTS Darul Ulum Ngabar Mojokerto dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk terus mengembangkan strategi pemasaran pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler ini agar sekolah MTS Darul Ulum Ngabar lebih banyak dikenal masyarakat dan bisa mendapatkan peserta didik baru lebih banyak dan setiap tahun dapat meningkat pendaftarnya.
2. Kepada pengurus kegiatan ekstrakurikuler MTS Darul Ulum Ngabar disarankan untuk lebih aktif lagi dalam memasarkan pemasaran sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler ini tidak terpaku hanya pada satu kegiatan saja, kegiatan yang lain juga dapat dipasarkan kepada masyarakat sekitar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia No. 09 Tahun 2009.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003.

Fred, David. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba.

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Muhaimin. 2009. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah.* Jakarta: Kencana.

Nurlailah. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Surabaya: UINSA Press.

Kadir, Abdul. Dkk. 2012.*Dasar-dasar Pendidikan.*Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Rachman, Abdul Sholeh. 2006. *Pendidikan Agama dan Pengembangan Watak Bangsa.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wijayanti, Titik. 2014. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Startegik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

J. Lexy, Moleong. 2000. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dalam Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Emzir. 2008. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 1994. *Marketing Esentials*. Jakarta: Erlangga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kadir, Abdul, dkk. 2015. *Dasar-dasar Pendidikan.* Jakarta: Prenada Media Group.

Tim Penyusun Buku Departemen Pendidikan Nasional Kinerja Sekolah Berwawasan Budi Pekerti. 2007. *Kegiatan Ekstrakurikuler / Pengembangan Diri.* Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah.

Sahertian, Plet A. 1994. *Dimensi Administrasi Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.

Anam, Samsul. dkk. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Sidoarjo: IAIN Sunan Ampel Press.

Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, CV Gerlong Hilir.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Akdon. 2011. *Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 1996. *Edisi keenamManajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip Gary Amstrong. 1998. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Terjemahan Bahasa Indonesia.* Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Indonesia: PT Mancanan Jaya Cemerlang.

Sudrajat, Hari. 2005. *Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Melalui Implementasi KBK.* Bandung : Cipta Lekas Garafika.

Lamb, Charler W. 2011. *Pemasaran (Marketing).* Jakarta: PT Salemba Empat.

Pearce, John A. 2007. *Manajemen Strategi-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian.* Jakarta: Salemba Empat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan Cet I*. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Wood, Marian. 2009. *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Edisi Ketiga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id