

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI
MADRASAH ALIYAH YASPIA WANI
KECAMATAN TANANTOVEA
KABUPATEN DONGGALA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd) Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
(MPI) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh

**Husen Muhammad Alidrus
NIM: 21.1.03.0046**

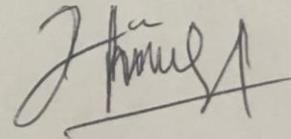
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA
PALU SULAWAESI TENGAH
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, peneliti yang bertandaangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala”** adalah hasil karya peneliti sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 07 Mei 2025 M
09 Dzulqadah 1446 H

Penyusun,

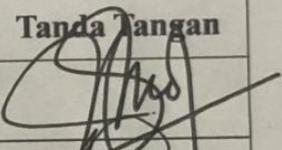
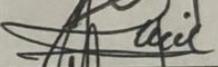
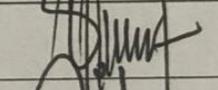
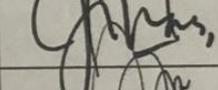
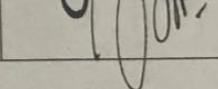


Husen Muhammad Alidrus
NIM: 21.1.030.046

PENGESAHAN SKRIPSI

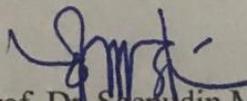
Skripsi saudara Husen Muhammad Alidrus NIM 21.1.03.0046 dengan judul **“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala”** yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada Selasa, 09 Juli 2025 M bertepatan dengan 14 Muharram 1447 H, dengan ini penguji dan pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya tulis ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dengan beberapa perbaikan.

Dewan Penguji

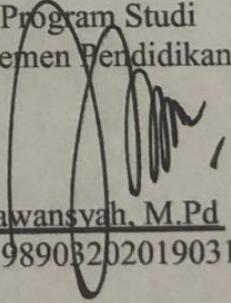
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Tim Penguji	Masmur M, S.Pd.I., M.Pd	
Penguji Utama 1	Drs. Syahril M.A	
Penguji Utama II	Dr. Samintang, M.Pd	
Pembimbing I	Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing II	Darmawansyah, M.Pd	

Mengetahui

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan


Prof. Dr. Saepudin Mashuri, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 197312312005011070

Ketua Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam


Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

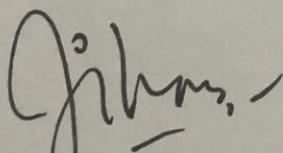
Skripsi yang berjudul “**Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala**” oleh mahaPeserta didik atas nama Husen Muhammad alidrus, NIM: 21.1.03.0046. MahaPeserta didik Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk di Ujiakan.

Palu, 03 Mei 2025M
09 Dzulqadah 1446 H

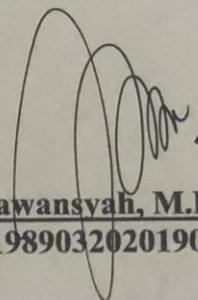
Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag.
NIP: 197708112003122001



Darmawansyah, M.Pd.
NIP: 198903202019031008

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ سَلِينُوا الْمُرُ, وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ عَيْنِ أَجْمَ

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'Ala, Tuhan Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Karena berkat izin dan ridha-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala” dengan tepat waktu. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu'Alaihi Wasallam, beserta keluarga, para sahabat, hingga para pengikutnya yang senantiasa berusaha istiqomah untuk mengikuti risalah- risalahnya, dan semoga di akhirat kelak nanti penulis menjadi salah satu umat yang mendapatkan safa'atnya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik bimbingan, masukan, dan dukungan moral dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Muhammad Idrus Alidrus dan Ibu Apriyani. Banyak hal susah dan senang yang dilalui penulis, tanpa sosok Ibu penulis tidak berarti apa-apa dan tidak sampai ke tahap yang bahagia ini. Tapi itu semua tidak mengurangi semangat, rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan yang papa berikan. Maka tulisan ini penulis persembahkan untuk sosok yang selalu dibanggakan. Terima kasih papah.
2. Bapak Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Bapak Dr. Hamka, M.Ag, Selaku Warek I, Bapak Prof. Dr. Hamlan, M.Ag, Selaku Warek II, Bapak Dr. H. Faisal Attamimi, S.Ag., M.Fil.I. Selaku Warek III Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, yang telah

memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.

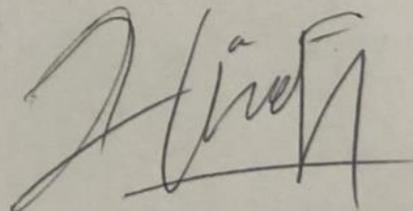
3. Bapak Prof. Saepudin Mashuri, S.Ag., M.Pd.I., Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Ibu Dr. Hj. Naima, S.Ag., M.Ag. Selaku Wadek I, Bapak Suharnis, S.Ag., M.Ag. Selaku Wadek II, Ibu Dr. Elya, S.Ag., M.Ag. Selaku Wadek III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kuguruan UIN Datokara Palu, yang senantiasa mengarahkan, memberikan masukan dan membantu sehingga penulis bisa menyelesaikan studi dengan baik.
4. Sosok tante yang paling penulis sayang, Hindun Alidrus. Yang sudah banyak memberikan penulis kebahagiaan, semangat dan mendukung penulis sampai pada tahap ini, dan juga yang sudah membiayakan pendidikan penulis. dan Johansyah Sosok kakak penulis yang juga ikut memberikan dukungan moral dan bantuan material kepada penulis, sehingga menambah motivasi penulis selama menempuh studi Manajemen Pendidikan Islam
5. Bapak Darmawansyah, M.Pd, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Bapak Masmur M, S.Pd.I., M.Pd, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, yang telah banyak membimbing penulis selama perkuliahan, yang ikhlas meluangkan waktu, pikiran serta mengarahkan penulis hingga sampai tahap ini.
6. Ibu Dr.Jihan.S.Ag.,M.Ag Selaku Dosen Pembimbing pertama,Bapak Darmawansyah, M.Pd, Selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, kritik, saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Mujarrab Selaku Kepala Madrasah MA Yaspia Wani dua, dan Seluruh Jajaranya yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian, memberikan informasi/data yang diperlukan penulis, serta memberikan sejumlah arahan sehingga proses penelitian menjadi lebih mudah.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu penulis berharap adanya segala masukan, saran, dan kritikan dari segala pihak yang bersifat membangun terhadap skripsi ini.

Terakhir, harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya dan memberikan amal jariyah bagi penulisnya. *Aamiin Ya Robbal 'Alamin.*

Palu, 03 Mei 2025M
09 Dzulqadah 1446 H

Penulis,



Husen Muhammad Alidrus

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN_PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
Error! Bookmark not defined.i	
HALAMAN_PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penegasan Istilah	8
E. Garis-Garis Besar Isi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan	17
A. Meningkatkan Minat Peserta Didik.....	25
B. Kerangka Berpikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	
C. Jenis Penelitian	31
D. Lokasi Penelitian	32
E. Kehadiran Peneliti	32
F. Data dan Sumber Data.....	33
G. Teknik Pengumpulan Data	35
H. Teknik Analisis Data.....	37
I. Pengecekan Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41

B. Manajemen Pemasaran kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MA Yaspia Wani	47
C. Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di MA Yaspia Wani	70
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	81
B. Implikasi Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

4.2 Tabel Keadaan Pendidik dan Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani	43
4.3 Tabel Keadaan Peserta Didik di MA Yaspia Wani	45
4.4 Tabel Keadaan Sarana dan Prasarana di MA Yaspia Wani.....	46

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Berpikir.....	28
4.1 Gambar Browsur PPDB	49
4.2 Gambar Postingan Media Kegiatan Pramuka	57
4.3 Gambar Postingan Media Kegiatan dramband	58
4.4 Gambar kegiatan panca silat	67
4.5 Gambar kegiatan pramuka	67
4.6 Gambar kegiatan dramband	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Pedoman wawancara
Lampiran II	: Pedoman Observasi
Lampiran III	: Daftar Informan
Lampiran IV	: Pengajuan judul Skripsi
Lampiran V	: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
Lampiran VI	: Surat Keputusan Penguji Proposal Skripsi
Lampiran VII	: Undangan Menghadir Seminar Proposal Skripsi
Lampiran VIII	: Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
Lampiran IX	: Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
Lampiran X	: Kartu Seminar Proposal Skripsi
Lampiran XI	: Surat Izin Penelitian
Lampiran XII	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran XIII	: Buku Konsultasi Bimbingan Skripsi
Lampiran XIV	: Dokumentasi
Lampiran XV	: Daftar Riwayat

ABSTRAK

NAMA : Husen Muhammad Alidrus

NIM : 211030046

Judul Skripsi : Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala

Penelitian ini membahas tentang ” Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala”. Penulisan ini berfokus pada (1) Bagaimana manajemen pemasaran meningkatkan minat peserta didik terhadap Madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani. (2) Apa saja strategi pemasaran yang diterapkan oleh madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani untuk Meningkatkan minat peserta didik secara efektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Untuk mengecek keabsahan datanya, digunakan berbagai jenis triangulasi, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Manajemen Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua, menjawab rumusan masalah yaitu, (1) manajemen pemasaran meningkatkan minat peserta didik di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua telah diimplementasikan manajemen pemasaran di madrasah ini, mengaplikasikan prinsip POAC (*Planning, Organizing, actuating, dan controlling*) secara terstruktur. Perencanaan, Madrasah menyusun strategi promosi seperti membuat brosur dan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat calon peserta didik. pengorganisasian, Madrasah membentuk tim pemasaran yang terdiri dari guru dan staf untuk menjalankan rencana yang sudah dibuat. Pelaksanaan, Madrasah Melaksanakan Kegiatan promosi melalui berbagai saluran, baik offline (seperti penyebaran brosur) maupun online (melalui media sosial). Evaluasi, Madrasah melakukan evaluasi terhadap hasil promosi dengan melihat jumlah pendaftar, respon masyarakat, dan perbaikan strategi untuk ke depannya. (2) Adapun strategi Kepala madrasah telah merancang berbagai strategi untuk meningkatkan minat peserta didik baru, termasuk perencanaan yang matang dan kolaborasi antara seluruh stakeholder. Meskipun telah ada upaya untuk memanfaatkan media sosial dan brosur sebagai sarana promosi, implementasi strategi pemasaran masih terbatas. Konten yang disajikan di media sosial lebih banyak berisi pengumuman rutin dan kurang menonjolkan keunggulan madrasah, sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian calon peserta didik.

Implikasi yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Agar kepala Madrasah lebih mengoptimalkan adanya perbaikan dalam strategi pemasaran, pengelolaan konten promosi serta pengembangan sarana dan prasarana, dan membangun kalaborasi stekholder guru, Peserta didik orang tua yang lebih baik, (2) Agar tenaga pendidik lebih meningkatkan tingkat pemahaman dan literasi mengenai Manajemen pemasaran pendidikan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan bangsa dan negara. Melalui pendidikan, setiap manusia tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mengembangkan karakter, moral, dan etika yang akan membentuk perilaku mereka di masyarakat. Sejarah panjang pendidikan di Indonesia mencerminkan upaya bangsa ini untuk mencerdaskan kehidupan rakyatnya, sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Di dunia ini, pendidikan punya peran penting buat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup, dan mengurangi kemiskinan. Negara-negara maju sudah membuktikan kalau investasi di bidang pendidikan bisa membawa dampak positif, seperti kemajuan teknologi dan inovasi. Makanya, pendidikan jadi kebutuhan dasar setiap orang dan prioritas nasional yang harus dikelola dengan serius.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional dijelaskan: “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif bisa mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara”.¹

Dalam dunia pendidikan, pendidikan tersebut dapat berubah-ubah dalam peningkatan dan pengelolaan melalui manajemen pendidikan di Madrasah. Dalam meningkatkan pendidikan tersebut, maka dibutuhkan sebuah manajemen pemasaran pendidikan. Madrasah adalah salah satu tempat pendidikan formal dan berbentuk sebuah kelompok besar manusia yang mana semua itu memerlukan

¹Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

manajemen atau pengelolaan Madrasah. Namun pemasaran Madrasah adalah sebuah proses manajemen yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dan masyarakat, sehingga dapat meningkat dan terus berkesinambungan. Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Lembaga yang dimaksud adalah sebuah madrasah. Agar bisa mempertahankan keberadaannya, madrasah dituntut untuk dapat memasarkan madrasah nya, karena se bagus apapun suatu madrasah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah Peserta Didik dan tidak dikenalnya Madrasah tersebut di kalangan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu yang sepenuhnya harus dilaksanakan oleh Madrasah, selain difokuskan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah peserta didik.²

Pendidikan merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan manusia, ini berarti bahwa setiap manusia Indonesia berhak mendapatkannya dan diharapkan untuk selalu berkembang di dalamnya, Pendidikan tidak akan ada habisnya, Pendidikan secara umum mempunyai arti suatu proses kehidupan dalam mengembangka diri tiap individ untuk dapat hidup dan melangsungkan kehidupan, Sehingga menjadi seorang yang terdidik itu sangat penting.

Peranan pendidikan sangat besar dalam mempersiapkan dan mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal yang mampu bersaing secara sehat tetapi juga memiliki rasa kebersamaan dengan sesama manusia meningkat. Dalam pengertian yang sederhana dan umum makna

²Ahmad Jalaluddin, Hilman, Nurhayati, "Manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MA Palapa Nusantara Nw selebung" *Jurnal* edukasi dan sains, Volume 5, Nomor 2, Agustus 2023; 84-96, 8.

pendidikan sebagai usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma yang ada dalam masyarakat.³

Demi mempertahankan Madrasah agar tetap hidup dan diminati masyarakat, Madrasah perlu menerapkan strategi pemasaran untuk menarik orangtua peserta didik agar mau menyekolahkan putra putrinya.

Manajemen pemasaran pendidikan adalah tentang bagaimana kita bisa mengenalkan dan menawarkan layanan pendidikan dengan cara yang menarik dan efektif. Dengan menggunakan strategi yang tepat, Madrasah bisa menarik lebih banyak peserta didik baru dan membangun reputasi yang baik dimata masyarakat, Manajemen pemasaran pendidikan itu penting buat Madrasah atau lembaga pendidikan. karena, ini adalah cara membuat mengenalin dan menjual layanan pendidikan ke masyarakat. Dengan perkembangan teknologi sekarang ini persaingan di dunia pendidikan semakin ketat. Banyak Madrasah yang berlomba-lomba menarik minat peserta didik baru, Dulu, orang tua dan Peserta Didik mungkin cuma memilih Madrasah yang dekat rumah atau yang terkenal . Tapi sekarang, mereka lebih kritis dan punya banyak pilihan. Mereka melihat tidak hanya kualitas pendidikan, tapi juga fasilitas, kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler, dan bahkan reputasi Madrasah. Sebab itu, Madrasah perlu strategi pemasaran yang baik buat menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat.

Pemasaran lembaga pendidikan dapat didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi lembaga pendidikan berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun masyarakat sosial pada umumnya. Pemasaran jasa pendidikan yang diselenggarakannya bukan

³Yayan Alpian, M.Pd., Sri Wulan Anggraeni, M.Pd., Unika Wiharti., Nizmah Maratos Soleha, "Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia" *Jurnal Buana Pengabdian* Vol. 1 No 1, 2019., 67.

bertujuan untuk mengomersialisasikan jasa pendidikan atau mengabaikan sisi humanisme di dalam pengelolaan pendidikan, tetapi pemasaran jasa pendidikan ini merupakan bentuk tanggung jawab lembaga pendidikan kepada masyarakat luas. Menurut Saiful Sagala, manajemen pemasaran pendidikan bertujuan untuk mempromosikan Madrasah agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.⁴

Menurut Elytasari yang dikutip oleh Iffah Af'idah, Asep Kurniawan, dan Bambang Suteng dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pemasaran pendidikan merupakan salah satu proses yang harus dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada *stakeholders* dan masyarakat karena kepuasan *stakeholders* dan masyarakat merupakan proses yang selalu berubah.⁵

Sementara itu, Ririn dan Bambang yang dikutip oleh Iffah Af'idah, Asep Kurniawan menyatakan dalam penelitiannya bahwa lembaga pendidikan perlu memperhatikan hal-hal yang telah, sedang, dan belum dilakukan untuk meningkatkan layanan bagi peserta didik atau masyarakat sebagai pelanggan. Dengan melakukan pemasaran pendidikan yang tepat, lembaga pendidikan dapat meningkatkan minat peserta didik untuk mendaftar di Lembaga Pendidikan tersebut.⁶

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategi bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, dalam hal ini perlunya manajemen pemasaran dalam meningkatkan kualitas suatu lembaga pendidikan, yang mana Madrasah tersebut mampu untuk bersaing dalam proses pemasaran pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya. Maka dari itu apabila lembaga

⁴Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 46

⁵Iffah Af'idah, Asep Kurniawan, "Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*. Vol 01, No 01, 2020,12.

⁶ Ibid,13

pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik, kemudian didukung fasilitas yang memadai, maka tentu kualitas suatu lembaga pendidikan akan semakin meningkat. Begitupula sebaliknya, apabila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan maka dapat dipastikan akan berkurangnya peminat Madrasah tersebut. Sehingga dari segi kualitas maupun prestasinya akan terus menerus menurun. Jadi dalam hal ini perlu adanya langkah-langkah strategis dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi atau *positioning*, serta komunikasi pendidikan, dan pelayanan lembaga pendidikan.⁷

Pemasaran jasa pendidikan dipandang perlu dilakukan sebagai upaya untuk meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa Madrasah yang dikelola mempunyai mutu yang baik, Madrasah perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar jenis jasa pendidikan yang ditawarkan dapat dipahami dan dikenal oleh masyarakat, terutama pengguna jasa pendidikan. Pemasaran pendidikan bekerja untuk meyakinkan masyarakat kearah yang benar bahwa suatu Madrasah bermutu dan unggul. Madrasah perlu meningkatkan pelayanan yang lebih baik dalam memberikan jasa pendidikan untuk kepuasan pelanggan jasa pendidikan dan kemudian dipromosikan dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik. Oleh karenanya Madrasah perlu meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan memberikan layanan yang bermutu dalam rangka peningkatan daya saing Madrasah. Strategi pemasaran jasa pendidikan dibutuhkan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas profesionalisme manajemen Madrasah. Strategi pemasaran jasa pendidikan dapat mempengaruhi setiap aspek Madrasah, salah satu manfaat dari program

⁷Arifah Amin, Armayanti Alinur.” Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Kualitas Sekolah di Mts Annurain Lonrae”,*Jurnal manajemen pendidikan islam*.Vol 12,No 02, 2022,96.

pemasaran jasa pendidikan adalah meningkatnya minat calon peserta didik baru pada Madrasah.⁸ “Untuk menumbuhkan minat pengguna jasa pendidikan Madrasah harus mempunyai keunggulan tertentu. Minat dari pengguna jasa pendidikan harus selalu diperhatikan dengan cermat, karena peminat sebenarnya melihat dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Madrasah tersebut.

Berdasarkan observasi awal di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua banyak hal yang menjadi acuan penulis dalam meneliti. di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua itu sendiri Jumlah Peserta didiknya kelas 12,25 Peserta didik ,kelas 11,19 Peserta didik,kelas 10,11 Peserta didik, sehingga memunculkan banyak pertanyaan dari penulis, bagaimana kinerja dan strategi kepala madrasah dalam meningkatkan Minat peserta didik di madrasah pada masa mendatang. Dan yang melatar belakangi penelitian ini muncul dari kesadaran akan pentingnya peran manajemen pemasaran dalam mengelola sebuah lembaga pendidikan, khususnya Madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani Dua. Sebagai sebuah madrasah yang berperan dalam memberikan pendidikan kepada peserta didiknya, Madrasah Aliyah Yaspia memiliki tanggung jawab besar untuk tidak hanya memberikan pendidikan berkualitas, tetapi juga untuk memastikan bahwa peserta didiknya merasa tertarik dan termotivasi untuk bergabung. Di era yang semakin kompetitif ini, penting bagi Madrasah Aliyah Yaspia Wani untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif.

Manajemen pemasaran yang baik akan membantu madrasah untuk memahami kebutuhan dan keinginan calon peserta didik serta orang tua mereka. Dengan demikian, Madrasah dapat menyusun program-program pendidikan dan fasilitas yang sesuai dengan harapan mereka.

⁸Wijaya,“ Pemasaran Jasa Pendidikan,” (Cet I : Jakarta: Bumi Aksara, 2016, 13.).

Peran manajemen pemasaran juga penting dalam memperkuat citra dan reputasi Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua di masyarakat. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut, sehingga lebih banyak orang akan tertarik untuk mendaftarkan putra putrinya. Dengan demikian, manajemen pemasaran yang efektif akan berkontribusi secara langsung pada peningkatan jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Yaspia wani dua.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini. Permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Manajemen pemasaran meningkatkan minat peserta didik terhadap Madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani ?
2. Apa saja strategi pemasaran yang diterapkan oleh madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani untuk Meningkatkan minat peserta didik secara efektif?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Manajemen Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di Madrasah Aliyah Yaspia wani .
 - b. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di Madrasah Aliyah Yaspia wani.
- #### 2. Manfaat Penelitian
- Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat:
- a. Secara Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemikiran keilmuan dan mengembangkan wawasan dalam perkembangan ilmu Manajemen Pendidikan Islam khususnya tentang Manajemen Pemasaran Madrasah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Madrasah Aliyah Yaspia di Desa Wani
 - 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dimasa yang akan datang.
- b. Secara Praktis
- 1) Bagi Kepala Madrasah
Sebagai bahan masukan maupun referensi bagi kepala madrasah tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala
 - 2) Bagi Tenaga Pendidik
Sebagai referensi maupun bahan evaluasi bagi pendidik dalam menambah wawasan sekaligus penerapan Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala Bagi Masyarakat
Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat terkait Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk menambah wawasan serta meningkatkan kualitas sebagai tenaga profesional dalam bidang pendidikan.

D. Penegasan Istilah

Sebelum melangkah lebih jauh dan memudahkan pembaca memahami judul Skripsi ini maka penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam judul Skripsi ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam memahami. Juga memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca apa yang hendak dicapai dalam penelitian. Penegasan istilah-istilah itu adalah sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik

Manajemen pemasaran pendidikan berasal dari istilah manajemen dan pemasaran pendidikan, ini merupakan ilmu yang kemudian dipadukan dalam satu kegiatan. Artinya, fungsi-fungsi yang ada dalam kedua ilmu tersebut digabung dalam satu bentuk kerja sama. Manajemen pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengarahan dan pengendalian pendayagunaan sumberdaya yang dilakukan secara efektif dan efisien guna menawarkan jasa pendidikan.

Menurut Menuur Philip Kloter yang dikutip Imam Junaris, Manajemen Pemasaran Pendidikan adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.⁹

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran Pendidikan adalah Merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Madrasah untuk mempromosikan diri, menarik minat calon Peserta didik, mempertahankan Peserta didik yang sudah ada, serta memperkuat citra dan reputasi Madrasah di mata masyarakat, yang memungkinkan dan membantu madrasah mencapai tujuan Madrasah Aliyah Yaspia Wani.

Menurut Suryabrata yang dikutip oleh Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah Supriyanto Minat yaitu rasa ketertarikan terhadap suatu kegiatan yang berada di sekelilingnya yang dapat menarik keinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut. Pada dasarnya minat merupakan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang

⁹Imam Junaris, Nik Haryanti, Manajemen Pemasaran Pendidikan, (Jawa Tengah: Cv.Eureka Media Aksara, 2022). 1.

terdapat dalam luar dirinya, apabila semakin besar dan semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar pula minatnya.¹⁰

Meningkatkan ketertarikan atau minat peserta didik terhadap Madrasah adalah suatu strategi yang berfokus pada upaya menciptakan lingkungan belajar yang merangsang, memikat, dan menginspirasi. Tujuannya adalah untuk membangun rasa ingin tahu yang tinggi, semangat belajar yang berkobar, dan keterlibatan Peserta didik yang aktif dalam kegiatan pembelajaran. Melalui pendekatan ini, Madrasah berkomitmen untuk menyediakan pengalaman belajar yang menarik, relevan, dan bermakna bagi semua Peserta didik, serta memperhatikan kebutuhan individual mereka. Dengan menciptakan suasana yang inklusif, interaktif, dan mendukung, Madrasah memberikan kesempatan bagi setiap Peserta didik untuk tumbuh, berkembang, dan meraih potensi maksimalnya dalam mencapai prestasi akademis dan pengembangan pribadi, yang peneliti maksud tentang meningkatkan minat peserta didik adalah meningkatkan minat atau ketertarikan peserta didik baru terhadap madrasah aliyah yaspia wani dua.

Judul penelitian Manajemen pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanatovea Kabupaten Donggala, adalah penelitian yang mengkaji tentang strategi kepala madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik, dengan adanya manajemen strategi pemasaran pendidikan mampu meningkatkan nilai minat ketertarikan peserta didik terhadap madrasah Aliyah Yaspia Wani. Hal ini akan menunjang lembaga pendidikan dan mencapai tujuan lembaga pendidikan.

¹⁰Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah Supriyanto “Peran Humas Dalam Upayah Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru” *Jurnal Manajemen Pendidikan* Vol 08 No 04 Tahun 2020, 332-343

E. Garis-Garis Besar Isi

Sistematika isi Skripsi penelitian ini memuat suatu kerangka pemikiran yang akan dituangkan dalam lima bab yang disusun secara sistematis. Untuk mempermudah pembaca tentang pembahasan dalam Skripsi penelitian ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada dalam komposisi proposal penelitian. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal-hal yang di dalam materi pembahasan tersebut antara lain, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah dan garis-garis besar Skripsi.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil penelitian

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang ada pada bab 1

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup dari skripsi ini. Berisikan tentang beberapa kesimpulan yang tentunya mengacu pada rumusan masalah yang dikaji serta saran yang merupakan input dari peneliti yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah YASPIA Wani Dua.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau disebut juga dengan kajian pustaka, merupakan cara untuk mempertajam metodologi, memperkuat kajian teoritis dan memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya berdasarkan metode yang digunakan pada penelitian tersebut. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan referensi untuk membandingkan antara penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua Berikut ini adalah beberapa penelitian ini :

Pertama, Penelitian terdahulu yang dilakukan Siti Nur Azizah

“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di MI Salafiyah Bangilan Tuban”. Dari hasil penelitiannya Strategi pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik sebagai berikut:

Bahwa Madrasah tersebut melalui 4 kegiatan pemasaran yaitu yang pertama *product* mengenai lulusan yang berkompeten, pendidik yang profesional, dan lain-lain. *Price*, di awal berdirinya tidak mematok biaya untuk peserta didik baik untuk uang gedung maupun SPP setiap bulannya. *Place*, untuk perencanaan tempat madrasah awalnya berada di depan pasar Bangilan dan sekarang berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan. *Promotion*, untuk perencanaan promosi melalui sosialisasi kegiatan. Dari masing-masing kegiatan tersebut membawa peningkatan peserta didik untuk madrasah yang awalnya hanya 1 kelas 1

rombongan belajar, namun sekarang 1 kelas bisa 3 rombongan belajar.¹ penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian penulis dikarenakan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran Madrasah dalam upaya meningkatkan minat peserta didik, perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, penelitian ini di madrasah ibtidayah sedangkan penelitian penulis di madrasah aliyah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito , Suti'ah , Muliyadi, tentang “*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Sd Islam Surya Buana*”. Dari Hasil Penelitian strategi pemasaran di SD Islam Surya Buana. Strategi pemasaran pendidikan di SD Islam Surya Buana juga dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Strategi langsung yaitu dengan tehnik promosi dengan Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah menggunakan media cetak maupun media elektronik dan juga berita mulut ke mulut terkait pelayanan yang diberikan oleh SD Islam Surya Buana. Strategi tidak langsung dilakukan seiring dengan terlaksananya berbagai even baik sifatnya lokal atau internasional. Strategi pemasaran selanjutnya di SD Islam Surya Buana adalah strategi differensiasi. Dalam strategi ini Madrasah berusaha menjadi unik dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan Madrasah sebagai strategi bersaing untuk menarik hati pelanggan yaitu masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan, Keunggulan-keunggulan tersebut berupa prestasi prestasi yang diraih Perguruan Surya Buana baik di tingkat kota sampai tingkat internasional, Keunggulan lainnya yang ada di SD Islam Surya Buana adalah menerapkan konsep Triple “R” *Reasoning* (penalaran), *Research* (penelitian), dan *Religius* (Agama). Keunggulan visi dan misi serta penerapan konsep triple “R”

¹Siti nurazizah, *skripsi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MI salafiyah bangilan tuban*, (universitas islam negeri sunan ampel : surabaya), 2021.

tersebut mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan jasa pendidikan di Perguruan Surya Buana. Tidak banyak Madrasah yang memiliki keunggulan seperti yang ada di SD Islam Surya Buana, ini menjadi pertimbangan bagi orang tua Peserta didik menyekolahkan anak-anaknya di lembaga tersebut.² Perbedaan pada penelitian ini yaitu peneliti lebih memfokuskan pada bagaimana Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Sd Islam Surya Buana pada madrasah yang diteliti, sedangkan penulis pada Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan tanantovea Kabupaten Donggala .

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Ahmad dalam penelitian yang berjudul “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas*“, dari hasil penelitiannya sebagai berikut:

MI Darul Hikmah Bantarsoka menggunakan empat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan. Pada tahap perencanaan MI Darul Hikmah mengadakan rapat dengan ketua yayasan, komite, guru dan karyawan untuk merencanakan program kerja dan menyusun perangkat pemasaran yaitu waktu dan tempat, target yang dituju dan lain-lain. Pada tahap pengorganisasian, MI Darul Hikmah menyusun struktur organisasi penerimaan peserta didik baru membagi tugas dan mengelompokkan kegiatan, dan menetapkan besarnya setiap wewenang personil. Pada tahap pergerakan MI Darul Hikmah menggunakan bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, SDM, bukti fisik, dan proses. Dan terakhir tahap pengawasan, MI Darul Hikmah setiap

²Aditia Fradito ,Suti’ah , Mulyadi,“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Sd Islam Surya Buana” *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* Volume 10 Nomor 1, 2020

bulan mendapatkan laporan kegiatan baik lisan maupun tulisan, mereka mengawasi langsung kegiatan yang dilakukan.³ penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian penulis dikarenakan penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemasaran Madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik, perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, penelitian ini di madrasah ibtidayah sedangkan penelitian penulis di madrasah aliyah.

B. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Terry, yang dikutip oleh M, Munir bahwa “manajemen adalah usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.” Dengan demikian untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui proses manajemen tersebut, tentunya dimulai dari bagaimana memahami dirinya sendiri sebagai manajer atau pimpinan tentang gaya atau seni yang akan ditetapkannya, bagaimana kemampuan dan kecakapan yang dimilikinya dan strategi apa yang digunakan untuk mempercepat proses pelaksanaan pencapaian tujuan tersebut, yang pada akhirnya capaian yang diinginkan tersebut dapat berjalan secara efisien dan efektif atau berdaya-guna dan berhasil-guna. Dengan penjelasan tersebut secara umum, pengertian manajemen ialah kegiatan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan terlebih dahulu dengan memanfaatkan orang lain (*getting things done through the effort of other people*).⁴

³Fitriana ahmad, skripsi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik di MI darul hikmah bantarsoka kecamatan purwokerto barat kabupaten banyumas, (institut agama islam negeri : purwokerto), 2016.

⁴M. Munir, “Manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik” *Jurnal Al-intizam* Vol. 1, No.2, 2018,8.

Manajemen lembaga pendidikan didefinisikan sebagai pengelolaan bersama akan unsur-unsur yang terdapat didalamnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Manajemen dalam Lembaga Pendidikan Islam pada hakikatnya dilaksanakan melalui kegiatan fungsi manajemen yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* yang biasa disingkat POAC.⁵

Menurut Sondang P yang dikutip oleh Malayu S. P Hasibun. Sebagian fungsi-fungsi manajemen mencakup:

1. Perencanaan (*Planning*) dapat didefinisikan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga menciptakan suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.
3. Penggerakan (*Motivating*) dapat didefinisikan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis.
4. Pengawasan (*Controlling*) adalah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.
5. Penilaian (*Evaluation*) adalah fungsi organik administrasi dan manajemen yang terakhir. Defenisinya ialah proses pengukuran dan

⁵Mukhamad Ilyasin dan Nanik Nurhayato, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Jogjakarta: Aditya Media Publishing, 2012), 126

perbandingan hasil-hasil pekerjaan yang nyatanya dicapai dengan hasil-hasil yang seharusnya dicapai.⁶

Beberapa fungsi-fungsi manajemen menurut beberapa ahli di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa fungsi-fungsi manajemen yaitu:

1) *Planning* merupakan fungsi manajemen yang berkaitan dengan rencana yang akan dikinerjakan lembaga pendidikan Islam dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan

2) *Organizing* merupakan yang dilakukan oleh lembaga Pendidikan Islam untuk mengimpelemntasikan rencana yang sudah disusun untuk mencapai tujuan;

3) *actuating* merupakan kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai;

4) *controlling* merupakan kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana, pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik.

Menurut Lockhart yang dikutip oleh Abdillah Mundir, pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu dimana Peserta didik, orang tua, karyawan Madrasah, dan masyarakat menganggap Madrasah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan. Kemudian Kotler dan Fox yang dikutip oleh Abdillah Mundir, mengemukakan definisi pemasaran yang diguna-kan secara khusus

⁶ Malayu S. P Hasibun, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cet. IX; Jakarta: PT Bumi Aksara), 3.

pada Madrasah, yaitu analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pen-gendalian program yang dirumuskan secara hati-hati, yang dirancang untuk mengha-silkan pertukaran nilai secara sukarela dengan pasar sasaran pasar target (target market) jasa pendidikan untuk mencapai tujuan Madrasah. Kotler dan Fox yang dikutip oleh Abdillah Mundir,lalu mendefinisikan tujuan utama pemasaran jasa pendidikan adalah untuk :

- 1.Memenuhi misi Madrasah dengan tingkat keberhasilan yang besar;
- 2.Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan;
- 3.Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan;
- 4.Meningkatkan efisiensi pada aktifitas pemasaran jasa pendidikan.⁷

Gray yang dikutip oleh Abdillah Mundir menjelaskan lima tahap penting dalam menerapkan pemasaran jasa pendidikan, yaitu:

- 1.Mengidentifikasi kebutuhan atau masalah pemasaran jasa pendidikan
- 2.Melakukan riset atau audit pemasaran jasa pendidikan
- 3.Melakukan perencanaan pemasaran jasa pendidikan
- 4.Menentukan bauran pemasaran jasa pendidikan
- 5.Menentukan strategi dan taktik pemasaran jasa pendidikan.⁸

Definisi pemasaran secara sosial adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain Definisi pemasaran secara menejerial pemarsaran sering digambarkan sebagai seni menjual produk. Menurut Peter Drucker yang dikutip oleh Yayan Fauzi tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri.⁹

yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang disesuaikan dengan target,baik itu yang berkaitan dengan kualitas

⁷Abdillah Mundir, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah” *Jurnal malia* Vol 7, No 1,2016.,37.

⁸ibid.38

⁹Yayan fauzi, “manajemen pemasaran prespektif maqasid syariah” *Jurnal ilmiah ekonomi islam* VOL. 01 NO. 03, 2015.

maupun kuantitas dari calon pelanggan (Peserta didik) Sedangkan fungsi dari pemasaran pendidikan adalah sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan (*customer*). pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global.¹⁰

2. Fungsi Dan Tujuan Pemasaran Pendidikan

Peranan pemasaran bukan hanya sebatas mengkonfirmasi produk yang berupa jasa kepada Pelanggan pendidikan tetapi jauh lebih penting dari itu adalah memberikan kepuasan. kepuasan tercipta ketika adanya kesadaran dari pihak pemberi jasa untuk selalu berbuat secara optimal atas aspek internal organisasi yang bermuara pada hasil yang maksimal.

Pemasaran pendidikan memiliki sasaran pada aspek penarikan pelanggan dengan menawarkan nilai jual melalui citra lembaga (*brand image*). seperti penjelasan pada bagian sebelumnya bahwa citra lembaga tidak akan tercipta ketika unsur internal organisasi tidak dibenahi dan selalu mengedepankan kebutuhan dari pelanggannya. dengan demikian dapat dipahami dalam pandangan sederhana ketika pemasaran pendidikan diterapkan maka semua unsur dalam lembaga pendidikan islam tersebut juga harus satu tujuan dan satu pemahaman. satu tujuan dan satu pemahaman ini mengarah pada unsur standar layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Adapun jika melihat dari sisi fungsinya, pemasaran dapat berfungsi sebagai media penyalur barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen melalui kegiatannya. fungsi pemasaran ini secara lebih luas akan dijabarkan dalam bauran pemasaran yaitu merupakan sarana mencapai tujuan

¹⁰ Buchari Alma, "Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan", *Jurnal Alfabet*, 2003. 45.

pemasaran, berdasarkan konteks pendidikan, pemasaran berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan atau mengkonfirmasi citra lembaga kepada pelanggannya.¹¹

Adapun tujuan dari pemasaran pendidikan itu sendiri yaitu dapat membantu lembaga dalam menjaga ketenarannya pada lembaga pendidikan dan dapat meningkatkan jumlah dan loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Peter Drucker yang dikutip oleh seorang ahli manajemen mengatakan bahwa, tujuan dari pemasaran yaitu dapat meningkatkan penjualan serta memahami apa kebutuhan dari konsumen sehingga konsumen merasa puas dan laku dengan sendirinya¹²

Lebih lanjut Kotler dan Fox yang diikuti oleh Khairul Azan, DKK juga memberikan pandangan pentingnya pemasaran dalam pendidikan. ia mengatakan bahwa pemasaran berkembang di Madrasah, lembaga pendidikan, universitas dan insitusi pendidikan lainnya yang mencari cara untuk meningkatkan efektivitas mereka untuk menarik dan melayani peserta didik untuk memperoleh sumber daya yang mereka butuhkan.

Selain itu dalam pandangan lain juga merinci tentang adanya pemasaran pendidikan bertujuan

1. Informasi produk

Orang tidak akan tahu tentang kita ketika tidak diinformasikan atau diberitahu. begitu juga dengan lembaga pendidikan. suatu lembaga tidak akan diketahui masyarakat sebagai pelanggannya ketika tidak diinformasikan. pemasaran hadir sebagai bagian dalam proses menginformasikan

¹¹ Khairul Azan, DKK, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, (cet 1 penerbit Samudra Biru, Yogyakarta 2021), 50

¹² Ibid. 69

apa yang dimiliki oleh masing masing lembaga.terutama produk yang dimiliki dan keunggulan keunggulan yang ada.

2. Meningkatkan daya tarik

Proses pemasaran yang tadinya sebagai bagian dari proses informasi maka pada bagian kedua ini akan berlanjut pada dampak setelah dininformasikan.ketika masyarakat sebagai pelanggan telah mengetahui tentang lembaga tersebut dan ketika produk serta keunggulan yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan atau keiinginan dari mereka maka akan meningkatkan animo atau minat dari masyarakat.

3. Informasi bagi pengguna tentang perbedaan antar produk

Seperti penjelasan sebelumnya,bahwa saat ini lembaga pendidikan bias dikatakan menjamur. masing masing lembaga tumbuh sangat cepat dengan tawaran produk yang beragam sesuai keunggulannya masing masing. hadirnya pemasaran juga sebagai bagian dalam menginformasikan kepada masyarakat tentang keunggulan masing masing lembaga.keunggulan tersebut menjadi daya tawar bagi calon pelanggan dalam menentukan keputusan,lembaga mana yang akan dipilih.

4.Penilaian pengguna

Hadirnya pemasaran adalah sebagai sumber informasi bagi lembaga tentang citra yang dimiliki berdasarkan tanggapan setiap pelanggan. apakah mendapat tanggapan baik atau sebaliknya.jika baik maka lembaga akan terus meningkatkan citranya, jika tidak baik maka lembaga akan mengambil keputusan strategis bagaimana kondisi tersebut bisa berubah.selain itu, dengan adanya pemasaran pendidikan, masyarakat juga akan memberikan penilain lebih dibandingkan lembaga lain yang tidak menerapkannya.

5. Eksistensi lembaga

Pemasaran pendidikan sebagai bagian dalam menentukan eksistensi lembaga. meski bukan satu satunya tapi tanpa pemasaran masing masing lembaga pendidikan akan sulit untuk berkembang dan diminati masyarakat. selain itu, dengan adanya pemasaran secara otomatis juga berdampak pada perbaikan dari internal organisasi terlebih dahulu.¹³

3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Pendidikan

Pemasaran adalah suatu pekerjaan yang melibatkan beberapa faktor didalamnya. faktor tersebut membentuk suatu system yang saling mempengaruhi. ketika satu faktor tidak bekerja dengan optimal maka akan berdampak pada hasil dari faktor lain yang tidak akan maksimal dan tentunya akan berdampak pada keseluruhan aktivitas pemasaran itu sendiri. faktor yang dimaksud dalam konteks pemasaran seringkali para pakar menyebutnya sebagai bauran.

Faktor atau elemen bauran pemasaran pendidikan yang sering digunakan terdiri dari 7p, yaitu: produk, biaya, lokasi yang dikutip oleh Khairul Azan, DKK ,promosi, sdm, bangunan fisik dan proses. Hal senada juga diungkapkan kotler dan fox yang menyebutnya bauran pemasaran pendidikan itu terdiri dari program atau produk, biaya atau harga ,tempat, (lokasi dan system layanan), promosi, (iklan, humas, kontak personal,dan aktivitas lainnya,) proses aktivitas fisik dan manusia atau sdm

1. Produk Aktivitas pemasaran melibatkan factor produk yang dihasilkan.agar pemasaran mampu menarik calon pelanggan hendaknya lembaga pendidikan menghasilkan produk yang berbeda dengan lembaga lainnya.

2. Biaya Faktor biaya menjadi sesuatu yang penting dalam lembaga pendidikan islam. begitu juga bagi para pelanggan. pelanggan akan lebih tertarik pada biaya yang dibebankan mereka untuk mendapatkan layanan jasa dengan taraf

¹³ Ibid.70

yang bisa dijangkau. tentunya dengan harga terjangkau tersebut bukan berarti meninggalkan kualitas. kualitas tetap menjadi bagian utama

3. Lokasi dan system layanan jasa Lokasi strategis adalah bagian dari pemasaran. agar diminati maka keberadaan lembaga pada suatu lokasi menjadi penentu. lokasi sebagai tempat dimana suatu lembaga beroperasi menjadi pertimbangan khusus melalui analisa yang tepat.

4. Promosi banyaknya calon pelanggan yang berminat tentunya tak terlepas dari promosi yang dilakukan. promosi melibatkan komunikasi yang intensif. intensifnya komunikasi menuntut lembaga pendidikan islam harus menggunakan istilah menjemput bola, bukan menunggu bola.

5. Sumber daya manusia Citra lembaga akan meningkat ketika layanan dari unsur internal kepada pelanggan juga ditingkatkan. pelayanan prima membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas.

6. Bangunan fisik Bangunan fisik yang ada di suatu lembaga pendidikan menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas pemasaran. komponen bangunan fisik yang dimaksud mulai dari keindahan bentuk hingga fasilitas didalamnya.

7. Proses, Selain beberapa faktor yang disebutkan diatas tadi ada factor lain yang menjadi prioritas yaitu proses yang terjadi. proses yang dimaksud adalah aktivitas dalam proses pembelajaran yang secara langsung menjadi komponen inti dalam memasarkan produk pendidikan.¹⁴

A. Meningkatkan Minat Peserta Didik

1. Pengertian minat

Pengertian minat menurut Tidjan yang dikutip oleh Suci Trismayanti adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu

¹⁴Ibid.71

obyek sebab ada perasaan senang. Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa minati itu sebagai pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu obyek seperti benda tertentu atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap obyek tersebut.¹⁵

Hamdudkk yang dikutip oleh Suci Trismayanti ,menyatakan bahwa minat adalah sebagai sebab yaitu kekuatan pendorong yang memaksa seseorang menaruh perhatian pada orang situasi atau aktifitas tertentu dan bukan pada yang lain, atau minat sebagai akibat yaitu pengalaman efektif yang distimular oleh hadirnya seseorang atau sesuatu obyek, atau karena berpartisipasi dalam suatu aktifitas.¹⁶

Definisi minat menurut Suryabrata yang dikutip oleh Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah Supriyanto yaitu rasa ketertarikan terhadap suatu kegiatan yang berada di sekelilingnya yang dapat menarik keinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut. Pada dasarnya minat merupakan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang terdapat dalam luar dirinya, apabila semakin besar dan semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar pula minatnya. Dalam usaha meningkatkan minat harus dilalui proses pembelajaran yang dilakukan dalam bentuk kegiatan bekerja. Dalam kelompok tersebut menjadi interaksi antar seseorang yang dapat menumbuhkan minat terhadap suatu kegiatan. Minat peserta didik merupakan ketertarikan peserta didik terhadap Lembaga Pendidikan dikarenakan adanya rasa suka dan tanpa adanya paksaan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam peserta didik.¹⁷

¹⁵Suci Trismayanti, “Strategi Guru dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik di Sekolah Dasar” *jurnal pendidikan islam* V ol. 17 | No. 2 2019

¹⁶Suci Trismayanti, “Strategi Guru dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik di Sekolah Dasar” *jurnal pendidikan islam* V ol. 17 | No. 2 2019

¹⁷Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah Supriyanto “Peran Humas Dalam Upayah Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru” *Jurnal Manajemen Pendidikan* Vol 08 No 04 Tahun 2020,338-339.

2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Suatu kegiatan yang ada di sekelilingnya yang dapat menarik keinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut secara tiba-tiba. Rasa minat juga dapat timbul dari berbagai interaksi yang dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu hal.

Menurut Crow and Crow yang dikutip Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah Supriyanto yang mengatakan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

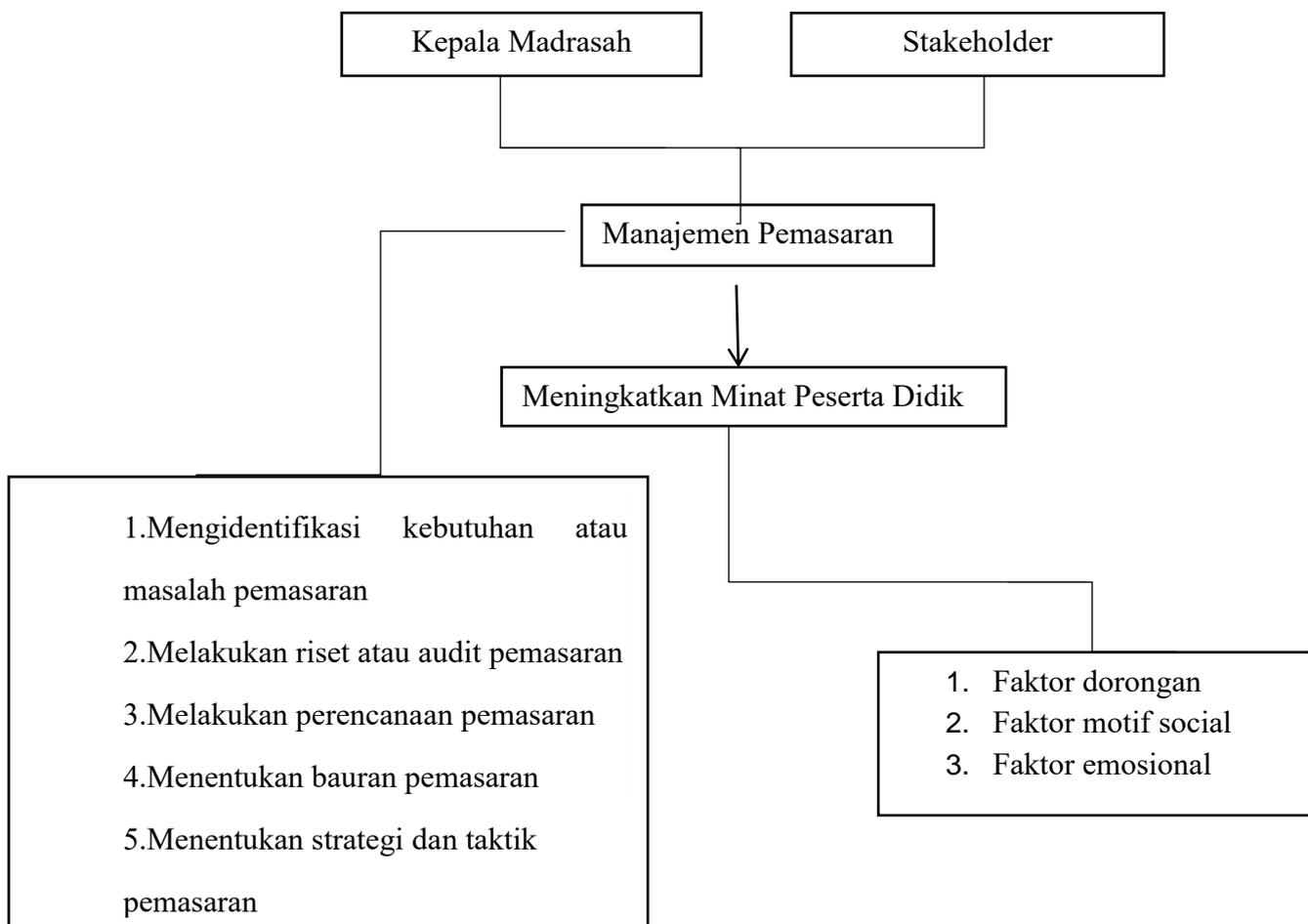
- 1) Faktor dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan suatu objek yang dianggapnya tertarik untuk melakukannya.
- 2) Faktor motif sosial yang timbul akibat adanya dorongan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.
- 3) Faktor emosional yang dapat diartikan sebagai tolak ukur seseorang untuk memberikan perhatian pada objek tertentu.¹⁸

¹⁸Ibid. 339

B. Kerangka Berpikir

Penulis memerlukan sebuah kerangka pemikiran yang akan digunakan sebagai landasan untuk mengetahui apa yang akan diteliti. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada bagian bawah ini.

**GAMBAR 2.1
KERANGKA BERPIKIR**



1. Peran Kepala Madrasah

Dalam Peraturan Menteri Agama (PMA No 58 tahun 2017), Kepala madrasah memiliki peran penting dalam memimpin dan mengelolah madrasah, termasuk dalam aspek manajerial, kepemimpinan, dan pengembangan profesi.¹⁹

2. Stakeholder

adalah pihak-pihak yang berperan penting dalam mendukung madrasah, yaitu:

- a. Guru dan Tenaga Pendidik: Mereka yang mengajar dan mendidik Peserta didik setiap hari.
- b. Orang Tua/Wali Murid: Mereka yang mendukung anak-anak mereka di rumah.
- c. Peserta didik: Mereka yang menjadi fokus utama dari semua upaya ini.
- d. Komite Madrasah: Mereka yang membantu menghubungkan madrasah dengan masyarakat.
- e. Pemerintah dan Lembaga Pendidikan: Mereka yang memberikan aturan dan dukungan untuk madrasah.

3. Manajemen Pemasaran di Madrasah

Gray yang dikutip oleh Abdillah Mundir ada lima tahap penting dalam menerapkan pemasaran jasa pendidikan, yaitu:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan atau masalah pemasaran jasa pendidikan
- b. Melakukan riset atau audit pemasaran jasa pendidikan
- c. Melakukan perencanaan pemasaran jasa pendidikan
- d. Menentukan bauran pemasaran jasa pendidikan
- e. Menentukan strategi dan taktik pemasaran jasa pendidikan.²⁰

4. Meningkatkan Minat Peserta didik

¹⁹Peraturan Menteri Agama PMA No 58 tahun 2017, "Tentang Peran Kepala Madrasah"

²⁰ibid.38

Untuk meningkatkan minat Peserta didik, beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain: tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- a. Faktor dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan suatu objek yang dianggapnya tertarik untuk melakukannya.
- b. Faktor motif sosial yang timbul akibat adanya dorongan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.
- c. Faktor emosional yang dapat diartikan sebagai tolak ukur seseorang untuk memberikan perhatian pada objek tertentu

Dengan peran aktif kepala madrasah, dukungan dari stakeholder, penerapan manajemen pemasaran yang efektif, dan mengembangkan strategi yang tepat, penelitian ini bertujuan untuk menemukan cara terbaik dalam meningkatkan minat Peserta didik di madrasah. Kerangka pemikiran ini akan membantu peneliti dalam mengarahkan penelitian dan mencapai tujuan yang diharapkan

BAB III METODE PENELITIAN

C. Jenis Penelitian

Metode penelitian pendidikan dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan.¹

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan memakai bentuk deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis yang dikumpulkan terutama data kualitatif. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptis, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki. Selain itu penelitian deskriptif ini berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, proses yang sedang berlangsung, akibat dan efektifitas yang berlangsung).

Menurut Bogdan dan Taylor seperti dikutip oleh Tohirin dalam bukunya bahwa metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²

¹Nusa Putra, *Metode Penelitian*, (Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 75.

²Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Cet. 3; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 2.

Penelitian bertujuan untuk memperoleh data ilmiah yang bersifat alamiah dan tidak menimbulkan hipotesis yang sifatnya menduga-duga berbagai hal. Metode ini lebih mendekati kesesuaian dengan topik kajian proposal skripsi ini, yang menitikberatkan kepada kegiatan penelitian di lokasi objek dalam melakukan penelitian yang menyangkut manajemen pemasaran Madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik di Madrasah Aliyah Yaspia Wani dua.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Aliyah Yaspia Wani dua. Alasan penulis menjadikannya sebagai lokasi penelitian karena madrasah itu sendiri masih memiliki jumlah peserta didik yang sedikit sehingga memunculkan banyak pertanyaan dari penulis bahwa bagaimana kinerja dan strategi kepala madrasah sehingga sampai saat ini madrasah tersebut masih memiliki jumlah peserta didik yang sedikit. Penulis menganggap madrasah ini menjadi salah satu madrasah yang dapat dijadikan representasi sebagai madrasah yang harus dikaji mengenai manajemen pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik madrasah yaspia wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala

Kondisi inilah yang menjadi dasar pertimbangan sehingga penulis memilih lokasi penelitian tersebut, selain itu lokasinya juga sangat mudah untuk dijangkau. Sehingga memudahkan bagi penulis untuk mengumpulkan data sesuai kebutuhan rencana penyusunan skripsi. Penulis sangat berharap agar dapat memperoleh nilai tambah dalam melakukan penelitian ini dan sebagai langkah awal bentuk pengabdian dan aplikasi keilmuan selama melakukan studi.

E. Kehadiran Peneliti

Kehadiran penulis dalam penelitian sebagai instrumen penelitian sekaligus sebagai pengumpul data. Oleh karena itu, kehadiran penulis di lokasi dalam usaha

melakukan penelitian. Penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

Kehadiran penulis di lokasi penelitian bertindak selaku instrumen penelitian sekaligus sebagai pengumpul data. S. Margono mengemukakan bahwa kehadiran penulis di lokasi selaku instrumen utama adalah sebagai berikut:

Manusia merupakan alat (instrumen) terutama mengumpulkan data. Penelitian kualitatif menghendaki peneliti atau dengan bantuan orang lain sebagai alat utama mengumpul data. Hal ini dimaksudkan agar lebih mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan.³

Berdasarkan pada pandangan di atas, maka kehadiran peneliti suatu hal yang penting pada lokasi yang dijadikan objek penelitian. Kehadiran penulis juga harus diadakan secara resmi yakni dengan cara terlebih dahulu mendapatkan izin penelitian dari pihak kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Dengan izin tersebut peneliti melaporkan maksud kehadirannya kepada pihak Madrasah Aliyah Yaspia Wani dua, yang diawali dengan penyerahan surat penelitian. Berdasarkan surat izin tersebut peneliti mendapatkan izin dan diterima oleh pihak madrasah untuk melakukan penelitian di madrasah tersebut, serta melakukan penelitian terhadap pokok masalah sesuai data yang diperlukan.

F. Data dan Sumber Data

Data bagi seorang penulis adalah sebagai alat atau dasar utama dalam pembuatan keputusan atau pemecahan masalah. Oleh karena itu, data yang diambil harus benar-benar memenuhi kriteria yang dijadikan alat dalam mengambil keputusan. Kriteria data yang lebih sebagaimana dikemukakan oleh J.Supranto dalam buku metode riset aplikasinya dalam pemasaran: “Data yang baik adalah data yang bisa dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu (*up to*

³S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet . 2; Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 38.

date) dan mencakup ruang lingkup yang luas atau bisa memberikan gambaran tentang suatu masalah secara menyeluruh (*comprehensive*).⁴

Sedangkan sumber data menurut Suharsini Arikunto bahwa “Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh”.⁵ Pencatatan sumber utama melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Jenis data yang diperlukan penulis pada prinsipnya terdiri atas data kepustakaan dan data lapangan. Data-data pustaka adalah data yang dipakai pada pembahasan tentang kajian pustaka. Sedangkan data lapangan terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer (*primary data*) yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi, maupun laporan dalam bentuk dokumen yang kemudian diolah oleh peneliti. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian dan hasil pengujian tertentu.⁶

Data primer adalah data yang bersumber dari para informan yang ada di lokasi penelitian, seperti kepala madrasah, tenaga pendidik, dan peserta didik yang mengetahui secara jelas permasalahan yang diteliti. Sehingga peneliti mudah dalam mendapatkan informasi dan data yang valid serta akurat dari penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung data utama. “Data ini dapat bersumber dari literatur-literatur yang mendukung operasionalisasi penulisan

⁴J. Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, (Edisi baru 2012; Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 2.

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Revisi, Cet. 12; Jakarta: 2002), 107.

⁶Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 106.

hasil penelitian”.⁷Data sekunder bisa berupa data yang diperoleh melalui dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian yang menunjukkan gambaran umum tentang Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanatovea Kabupaten Donggala, seperti Sarana dan Prasarana, keadaan tenaga pendidik dan peserta didik serta data yang berhubungan terhadap objek penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang objektif, maka dalam penelitian tersebut penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang dianggap representatif dalam mendukung terselenggaranya penelitian antara lain:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti. Teknik observasi yang digunakan adalah teknik observasi secara langsung sebagaimana yang dijelaskan oleh Winarno Surakhmad:

Yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan yang dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan situasi buatan yang khusus diadakan.⁸

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis mengumpulkan data di lapangan dengan melaksanakan pengamatan langsung terhadap objek data yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat peserta didik di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala yang dibarengi dengan aktivitas pencatatan sistematis terhadap hal-hal

⁷Amiruddin dan Zl Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 106.

⁸Winarno Surahmad, *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2015), 155.

yang dilihat berkenaan dengan data yang dibutuhkan. Instrumen penelitian yang digunakan dalam observasi langsung adalah alat tulis menulis untuk mencatat data yang didapat di lapangan.

2. *Interview* (wawancara)

Interview atau wawancara adalah suatu metode dalam pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkap pertanyaan-pertanyaan pada informan.⁹ Jadi wawancara dapat diartikan sebagai kegiatan tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih dengan bertatap muka. Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara dengan kepala madrasah, wakil kepala madrasah, tenaga pendidik, dan masyarakat yang berada di wilayah Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala, dengan cara bertatap muka dan tanya jawab dengan menggunakan pedoman wawancara dan bahan yang dibutuhkan terkait dengan manajemen strategi kepala madrasah dalam meningkatkan nilai akreditasi.

Wawancara dengan informan dilakukan dengan pertanyaan yang tercantum pada pedoman yang sudah dipersiapkan, tetapi tidak menutup kemungkinan penulis dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan itu agar mendapatkan informasi yang diperlukan sebagai penjelasan dari konsep yang telah diberikan.

Informan yang dipilih adalah para pengelola lembaga pendidikan yang bersangkutan meliputi; kepala madrasah, tenaga pendidik dan peserta didik. Karena mereka dianggap memiliki pengetahuan dan mendalami situasi serta lebih mengetahui informasi yang peneliti perlukan.

3. Dokumentasi

⁹Joko Subagiyono, *Metode Penelitian Dalam Teori Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 39.

Teknik lain yang dapat digunakan penulis selama mengadakan penelitian untuk memperoleh data di lapangan adalah menghimpun dokumen-dokumen di lingkungan Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala. Serta dalam teknik dokumentasi ini penulis juga menggunakan kamera sebagai bukti bahwa penelitian benar-benar dilakukan di lokasi tersebut. Dokumen penting yang menunjang kelengkapan data dan kondisi objektif di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Kecamatan Tanantovea Kabupaten Donggala seperti sejarah berdirinya madrasah, letak geografis, keadaan tenaga pendidik dan pegawai, sarana dan prasarana, serta dokumentasi wawancara bersama informan.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Setelah pengumpulan data dilaksanakan maka selanjutnya peneliti melakukan analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman bahwa reduksi data yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan perhatian, dan penyederhanaan, pengabsahan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertentu di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.¹⁰

Reduksi data yaitu penulis merangkum beberapa data yang diperoleh di lapangan, kemudian mengambil dari beberapa data yang dianggap mewakili untuk dimasukkan dalam pembahasan ini.

2. Penyajian Data

¹⁰Matthew B. Milles, et at, *Qualitative data analisis diterjemahkan oleh Tjetjep Rohidi dengan Judul Analisis Data Kualitatif*, (Buku Sumber Tentang Metode Baru, Cet. 1; Jakarta: UI-Press, 2014), 16.

Setelah data direduksi maka selanjutnya penyajian data yang ditandai sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Penyajian data maksudnya adalah menyajikan data yang telah direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran terhadap data tersebut.

3. Verifikasi Data

Dalam kegiatan memverifikasi, penulis mengambil kesimpulan dengan mengacu pada hasil dari reduksi data. Data-data yang terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, penulis pilih yang mana sesuai dengan judul dan membuang yang tidak perlu.

Jadi jelas bahwa uraian-uraian dari teknik analisis data ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menjabarkan uraian-uraian analisis data dan bukan dalam bentuk statistik inferensia, sehingga teknik analisis data adalah menguraikan beberapa hal yang diperoleh selama penelitian dan tidak dijabarkan dalam bentuk statistik.

I. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data yang sah, agar data yang diperoleh terjamin validitas dan kredibilitasnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Lexi J. Moleong dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”, bahwa:

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas) menurut versi “positisme” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri”.¹¹

Berdasarkan keterangan di atas pengecekan keabsahan data diterapkan dalam penelitian ini agar data yang diperoleh terjamin validitasnya dan

¹¹Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Edisi Revisi; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 171.

kredibilitasnya. Pengecekan keabsahan data juga dimaksudkan agar tidak terjadi keraguan terhadap data yang diperoleh baik itu dari penulis sendiri maupun para pembaca sehingga dikemudian hari nantinya tidak ada yang dirugikan terutama penulis yang telah mencurahkan segenap tenaganya dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Peneliti Pada tahap ini menggunakan teknik pengecekan keabsahan suatu data dengan cara triangulasi. Yaitu teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan.

1. Triangulasi dengan sumber data

Dalam menggunakan sumber data yang beragam dengan membandingkan data yang diperoleh dari suatu sumber yang berkaitan. Maka dengan paparan tersebut, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal yang demikian dapat dicapai dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pandangan orang, seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; dan (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹²

2. Triangulasi dengan metode

Triangulasi metode dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Dengan demikian, strategi yang harus

¹²Djunaidi Ghony, Sriwahyuni dan Fauzan Almanshur, *Analisis dan Interpretasi Data Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2020), 204.

dilakukan adalah (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.¹³

3. Tringulasi dengan teori

Tringulasi dengan teori, bahwasannay fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan suatu teori atau lebih, hal ini dipertegas bahwasannay yang demikian dinamakan penjelasan banding. Maka tringulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan adanya perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks studi ketika penelitian mengumpulkan data tentang berbagai kejadian atau peristiwa dan hubungan dari berbagai pendapat. Dengan kata lain, bahwa dengan tringulasi peneliti kualitatif dapat melakukan *chek and recheck* hasil temuannya dengan jalan membanding-bandingkan berbagai sumber, metode, dan teori. Untuk itu, maka peneliti dapat melakukannya dengan cara: (1) mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan; (2) melakukan pengecekan dengan berbagai macam sumber data; dan (3) memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan.¹⁴

¹³Ibid.

¹⁴Ibid, 205.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MA Yaspia Wani. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan, data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi Bersama kepala madrasah, dua orang guru, wakamad,peserta didik dan orang tua peserta didik untuk mendapatkan keterangan serta informasi terkait Manajemen Srtategi Pemasaran Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di MA Yaspia Wani. Dengan itu Peneliti akan menguraikan dalam pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Singkat MA Yaspia Wani

MA Yaspia Wani merupakan salah satu lembaga pendidikan islam dibawah naungan yayasan pendidikan islam yaspia wani yang berlokasi didesa wani II kecamatan tanantovea kabupaten donggala, provinsi Sulawesi tengah. Madrasah ini hadir sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan menengah berbasis islam yang berkualitas dan terjangkau. Secara historis, keberadaan MA Yaspia Wani telah telah berdiri pada tahun 2018.

2. Profil MA Yaspia Wani

a. Identitas madrasah

Nama Madrasah	: MA YASPIA WANI
NPSN / NSM	: 40209850/131272030045
Jenjang Pendididkan	: MA YASPIA WANI
Status Madrasah	: Swasta
Akreditasi	: B

b. Lokasi Madrasah

Alamat	: JL. PEMBAURAN NO. 45 WANI II
--------	--------------------------------

Desa/Kelurahan : Wani II
 Kode Pos : -
 Kecamatan : Tanantovea
 Kabupaten/Kota : Donggala
 Lintang/Bujur :

c. Data Pelengkap Madrasah

Status kepemilikan : Yayasan
 SK Izin Operasional : 213. TAHUN 2022
 SK Akreditasi : 749/BAN-SM/SK/2019
 Luas Tanah : 970 m²
 Status Tanah : Milik Madrasah

d. Kontak Madrasah

Nomor Telepon :
 Email :

3. Visi dan Misi MA Yaspia Wani Dua

Madrasah terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan menciptakan peserta didik yang tidak hanya beriman dan bertakwa, tetapi juga berakhlak mulia serta terampil dalam menghadapi persaingan di bidang ilmu pengetahuan. Maka Madrasah Aliyah Yaspia wani memiliki visi dan misi yaitu:

a. Visi Madrasah

Terwujudnya Madrasah yang Unggul dalam prestasi terampil dalam berkarya dan Berakhlak mulia

b. Misi Madrasah

Madrasah aliyah Menyelenggarakan Pendidikan dan Pengajaran secara kontekstual, aktif, kreatif, efektif, dan berkualitas.

4. Kondisi Kepala Madrasah, Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PTK)

Kepala madrasah adalah salah satu komponen pendidikan yang berperan dalam meningkatkan kualitas pendidikan, disamping itu kepala madrasah juga sebagai penanggung jawab atas penyelenggaraan pendidikan, administrasi madrasah, pembinaan tenaga pendidik lainnya, pendayagunaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana juga sebagai supervisor pada madrasah yang dipimpinnya. Administrasi tidak hanya dilakukan dalam waktu tertentu saja tetapi setiap hari secara berulang ulang. Untuk mengetahui lebih jelas tentang kondisi tenaga pendidik dan kependidikan yang ada di MA Yaspia wani sebagai berikut:

Tabel 1
Keadaan Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan MA Yaspia Wani
2024/2025

No	Nama	Jenjang	Prodi	Jabatan
1.	Mujarrab,S,Ag	S1		Kepala Madrasah
2.	Ridwan,S,Pd	S1	PPKN	PKN
				Ekonomi
				Guru Mulok
3.	Sri Lestari S,Pd.i	S1	PAI	Ski,Sb,dan prakarya
4.	Rahmayanti S,Pd	S1	Bahasa Inggris	Bahasa Inggris
				Biologi
5.	M.Syahril S,Pd	S1	Bahasa Inggris	geografi
6.	Ustad Fathul	Alumni MA YASPIA WANI	-	Ushul fikih,Fikih

				Guru Akida Akhlik
7.	Aina S,Pd	S1	Bahasa indonesia	Bahasa indonesia

Sumber data: Dokumen MA Yaspia Wani, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar tenaga pendidik yang ada di Madrasah Yaspia Wani telah memiliki gelar sarjana (S1). Hal ini berpotensi memberikan dampak positif terhadap strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan minat peserta didik. Pendidikan yang tinggi pada tenaga pendidik dapat memperkuat kualitas pengajaran dan menjadi salah satu faktor utama dalam menarik perhatian calon peserta didik.

Dengan kondisi tenaga pendidik yang berpendidikan tinggi, seperti yang tercermin pada mayoritas tenaga pendidik di Madrasah Aliyah Yaspia Wani, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Strategi manajemen pemasaran yang mengedepankan keunggulan kualitas pengajaran ini tentu akan menarik minat lebih banyak peserta didik.

5. Keadaan Peserta Didik

Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi didiknya melalui jalur jenjang, dan jenis Pendidikan. Peserta didik usia MA adalah semua anak yang berada pada rentan usia 16-18 tahun. Keadaan pesera didik merupakan faktor penting dan inti dalam penyelenggaraan pendidikan dan proses pembelajaran, bahkan salah satu ukuran maju tidaknya suatu madrasah.

Peserta didik merupakan individu yang belajar dan memperoleh pendidikan yang baik sehingga harus diberikan berupa pembinaan, arahan, dan kegiatan bernilai positif yang berkaitan dengan Pendidikan dan pengajaran pada

dasarnya bertolak pada upaya bagaimana mengoptimalkan proses pengajaran dan pembelajaran peserta didik tersebut.

Untuk mengetahui jumlah peserta didik yang ada di MA Yaspia Wani Dua, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2

Jumlah Peserta Didik MA Yaspia Wani 3 (tiga) Tahun Terakhir

No	Kelas	Jumlah Peserta Didik		
		2022-2023	2023-2024	2024-2025
1.	XII	22	25	25
2.	XI	20	19	19
3.	X	10	11	11
Jumlah		52	45	45

Sumber data: Dokumen MA Yaspia Wani, 2025

Idealnya, suatu satuan pendidikan di jenjang madrasah aliyah memiliki jumlah peserta didik sebanyak 30 hingga 35 peserta didik perkelas, Ma Yaspia Wani saat ini belum memenuhi jumlah ideal tersebut, karena mengalami penurunan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun. Kondisi ini menunjukkan perlu nya upaya strategi dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Ma Yaspia Wani.

Dari tabel diatas menunjukan bahwa keadaan peserta didik dari tahun ketahun mengalami penurunan di MA Yaspia Wani. Tabel di atas memperlihatkan jumlah keseluruhan peserta didik yang terbagi menjadi tiga kelas.

6. Keadaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah Lembaga Pendidikan, guna meningkatkan kualitas dalam proses belajar mengajar. Kondisi sarana dan prasarana di MA Yaspia Wani Dua tidak memadai.

Tabel 3

Keadaan Sarana dan Prasarana MA Yaspia Wani 2024/2025

No	Nama	Panjang	Lebar	Kondisi	Status kepemilikan
1	Kantor			Kurang baik	Yayasan
2	Ruang Kelas X			Baik	Yayasan
3	Ruang Kelas XI			Baik	Yayasan
4	Ruang Kelas XII			Baik	Yayasan
5	Ruang Perpustakaan	-	-	-	-
6	Ruang UKS	-	-	-	-
7	Mushola			Kurang baik	Yayasan
8	WC Guru Laki-laki	-	-	Baik	Yayasan
9	WC Guru Perempuan			-	-
10	WC Peserta didik laki-laki			Baik	Yayasan
11	WC Peserta didik perempuan			-	-
12	Gudang	-	-	Baik	Yayasan
13	Dramband			Baik	Yayasan

14	Kursi/Meja			Baik	Yayasan
15	Papan Tulis			Baik	Yayasan

Sumber data: Dokumen MA Yaspia Wani, 2024

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan bahwa kondisi sarana dan prasarana yang dimiliki oleh MA Yaspia Wani tidak memadai, ini dapat dikatakan bahwa MA Yaspia Wani tidak setara dengan Madrasah SMA/SMK/MA pada umumnya yang berada di kecamatan Tanantovea, ini dapat dilihat dengan kurangnya ketersediaan fasilitas-fasilitas serta gedung yang tidak mendukung adanya laboratorium serta perpustakaan yang merupakan bagian terpenting dalam menambah wawasan peserta didik.

B. Manajemen Pemasaran kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MA Yaspia Wani

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat dilapangan bahwa MA Yaspia Wani telah merancang berbagai strategi untuk meningkatkan minat peserta didik baru, Kepala madrasah bersama seluruh tenaga pendidik dan kependidikan bekerja sama secara intensif untuk merumuskan kebijakan yang dapat menarik perhatian calon peserta didik. Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan kualitas pendidikan, penguatan program ekstrakurikuler, serta pengoptimalan sarana dan prasarana madrasah. Dengan strategi yang matang dan kolaborasi yang solid, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar baru serta memperkuat citra positif madrasah di mata masyarakat, sehingga tercapailah tujuan untuk memajukan pendidikan dan memperoleh hasil yang optimal dalam rangka meningkatkan minat peserta didik baru.

Hasil penelitian ini menjelaskan kondisi yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu, subjek informan dalam penelitian ini melibatkan Kepala Madrasah, Guru, Murid dan Orang tua peserta didik, yang memberikan informasi

penting terkait dengan manajemen strategi dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MA Yaspia Wani.

1. Manajemen Pemasaran Kepala Madrasah

Berikut ini dipaparkan hasil penelitian yang didapatkan peneliti di lapangan. Dari itu, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan kepala madrasah MA Yaspia Wani, beliau menyatakan bahwa:

Dalam menghadapi tantangan pemasaran madrasah, kami mulai melakukan berbagai persiapan sejak jauh-jauh hari. Kami menyadari pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat peserta didik baru. Pertama, saya menginformasikan kepada seluruh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan mengenai pentingnya peran mereka dalam upaya ini. Kami kemudian mengadakan beberapa pertemuan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif, termasuk menentukan target pasar, memperkenalkan program unggulan, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk menarik calon peserta didik.¹

Demikian pernyataan Bapak bapak Fathul selaku tenaga pendidik MA Yaspia Wani, dalam wawancara beliau menyatakan;

Dalam implementasi manajemen pemasaran di madrasah ini, kami mengaplikasikan prinsip POAC (Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Evaluasi) secara terstruktur. Pertama, menyusun strategi promosi seperti membuat brosur, media social, Tujuannya agar lebih banyak calon peserta didik yang tertarik masuk. Selanjutnya, dalam tahap pengorganisasian, kami membentuk tim pemasaran yang terdiri dari tenaga pendidik dan tenaga kependidikan untuk melaksanakan rencana tersebut. Pada tahap pelaksanaan, kami mengoptimalkan berbagai saluran komunikasi, baik offline maupun online, untuk memperkenalkan madrasah kepada masyarakat. Terakhir, kami melakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana strategi yang diterapkan berhasil, dan apakah ada area yang perlu diperbaiki untuk pemasaran yang lebih efektif di masa mendatang.²

berdasarkan observasi langsung di lapangan, ditemukan belum adanya pemanfaatan media sosial secara aktif dan sistematis sebagai sarana pemasaran Madrasah. Hal ini terlihat dari tidak ditemukannya akun resmi Madrasah Aliyah

¹Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

²Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

Yaspia Wani Dua yang dikelola secara rutin di platform seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Jika pun terdapat akun media sosial, penggunaannya masih sangat terbatas pada unggahan-unggahan tidak terstruktur dan tidak bersifat promosi yang menarik bagi calon peserta didik maupun orang tua, Selain itu, tim pemasaran yang disebut telah dibentuk ternyata belum didukung oleh Surat Keputusan (SK) resmi dari kepala Madrasah Aliyah Yaspia Wani.

Begitu pula yang dikatakan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di di MA Yaspia Wani:

Kami juga mengikuti arahan dari kepala madrasah mengenai strategi pemasaran yang telah dirancang. Setelah menerima informasi tersebut, kami segera mengadakan pertemuan dengan seluruh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan untuk membahas langkah-langkah yang perlu diambil agar pemasaran madrasah dapat berjalan dengan optimal. Fokus kami adalah memastikan bahwa perencanaan pemasaran kami matang, terstruktur, dan melibatkan seluruh pihak terkait. Kami percaya bahwa dengan perencanaan yang baik, setiap aspek pemasaran, baik itu melalui media sosial, brosur, atau kegiatan lainnya, akan dapat berjalan dengan lancar dan efektif, sehingga dapat menarik lebih banyak peserta didik baru. Kami juga secara rutin melakukan evaluasi terhadap setiap tahap pemasaran untuk memastikan bahwa kami dapat mencapai hasil yang sesuai dengan harapan.³



Gambar 4.1 Brosur Penerimaan peserta didik baru

³Rahmayanti, Wa MA Yaspia Wani Dua “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

Peneliti menyimpulkan bahwa dalam meningkatkan minat peserta didik baru, diperlukan perencanaan yang matang dan kolaborasi yang solid antara seluruh stakeholder madrasah. Keberhasilan dalam pemasaran madrasah tidak hanya bergantung pada strategi yang dirancang, tetapi juga pada pelaksanaan yang konsisten dan sinergi antara kepala madrasah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan. Meskipun fokus utama adalah menarik peserta didik baru, setiap stakeholder, termasuk tenaga pendidik, harus tetap menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab dalam memberikan pendidikan yang berkualitas kepada peserta didik yang ada. Namun demikian, pelaksanaan strategi pemasaran masih belum berjalan secara optimal. bahwa media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi Madrasah Aliyah Yaspia Wani. Tidak ditemukan akun resmi yang aktif menyajikan informasi dan konten yang mendukung promosi, seperti dokumentasi prestasi Peserta didik, program unggulan, suasana belajar, atau kegiatan ekstrakurikuler yang relevan. Demikian pula dengan media promosi cetak seperti brosur, yang kontennya masih bersifat umum dan belum mampu mencerminkan kekuatan unik atau nilai lebih dari madrasah dibandingkan lembaga lain. Selain itu, dalam hal pengorganisasian tim pemasaran, ditemukan bahwa belum ada Surat Keputusan (SK) resmi yang diterbitkan sebagai dasar pembentukan tim tersebut. Hal ini menyebabkan belum adanya kejelasan struktur, tanggung jawab, dan arah kerja tim pemasaran secara formal. Ketiadaan SK ini juga berdampak pada kurangnya koordinasi dan keberlanjutan dalam pelaksanaan strategi promosi yang lebih sistematis.

Oleh karena itu, keberhasilan strategi pemasaran juga bergantung pada keseimbangan antara promosi madrasah dan kualitas pengajaran yang diberikan.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA Yaspia Wani beliau mengatakan:

Dalam pengimplementasian manajemen pemasaran, kami telah merancang beberapa strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pertama, kami fokus pada pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk memperkenalkan madrasah kepada masyarakat luas. Kami juga menyusun materi promosi yang menarik, seperti brosur dan video profil madrasah, yang dapat menggambarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Selain itu, kami melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat melalui kegiatan seperti pameran pendidikan dan seminar yang melibatkan orang tua dan calon peserta didik. Tidak hanya itu, kami juga melibatkan seluruh tenaga pendidik dalam promosi, di mana mereka dapat berbagi pengalaman dan testimoni tentang kualitas pendidikan di madrasah. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan dapat menarik minat calon peserta didik baru.⁴

Senada dengan apa yang dikatan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA Yaspia Wani:

Kami, sebagai tenaga pendidik yang terlibat dalam pengimplementasian manajemen pemasaran, dipilih oleh kepala madrasah berdasarkan keahlian dan pengalaman kami dalam bidang pendidikan dan pemasaran. Setiap anggota tim memiliki peran yang sesuai dengan kompetensinya. Misalnya, saya sendiri yang memiliki keahlian dalam bidang komunikasi dan media sosial, ditempatkan untuk menangani promosi melalui saluran tersebut. Selain itu, pengalaman saya dalam berbagai kegiatan pemasaran sebelumnya, termasuk berinteraksi dengan orang tua dan calon peserta didik, juga memberikan kontribusi dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk madrasah ini.⁵

Begitu pula yang dikatakan oleh Ibu Rahmayanti,S,Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani dua di MA Yaspia Wani:

Kami, sebagai tenaga pendidik yang terlibat dalam pengimplementasian manajemen pemasaran di madrasah, dipilih oleh kepala madrasah berdasarkan keahlian dan pengalaman kami di bidang pendidikan serta pemasaran. Setiap anggota tim pemasaran memiliki peran yang disesuaikan dengan kompetensinya. Misalnya, saya sendiri yang memiliki keahlian dalam bidang komunikasi dan media sosial, diberi tanggung jawab untuk menangani promosi melalui saluran media sosial. Pengalaman saya dalam berinteraksi langsung dengan orang tua dan calon peserta didik selama kegiatan pemasaran sebelumnya juga sangat membantu dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk madrasah kami.⁶

⁴Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, “Wawancara” Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

⁵Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁶Aina, MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

Berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan, Meskipun disebutkan bahwa teknologi dan media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana utama promosi, observasi menunjukkan bahwa akun media sosial Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua Tidak di temukan dan tidak menampilkan konten promosi yang menarik, seperti video profil atau informasi program unggulan. Bahkan, tidak ditemukan adanya penjadwalan rutin atau strategi konten yang jelas, Brosur yang ada terkesan standar dan belum menonjolkan keunikan atau keunggulan madrasah secara efektif. Video profil yang disebutkan belum tersedia secara publik atau tidak digunakan dalam kegiatan promosi digital.

Peneliti Menyimpulkan bahwa dalam proses pengorganisasian Tim pemasaran di Madrasah Aliyah Yaspia Wani, pemilihan anggota Tim didasarkan pada kompetensi dan pengalaman yang relevan dengan bidang pemasaran yang akan dijalankan. Selain kompetensi, pengalaman sebelumnya dalam menjalankan strategi pemasaran juga sangat berperan penting. berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan, Meskipun disebutkan bahwa media sosial dan teknologi telah dimanfaatkan sebagai sarana promosi utama, pada kenyataannya akun media sosial resmi Madrasah Aliyah Yaspia Wani tidak ditemukan. tidak ditemukan adanya strategi konten, penjadwalan rutin, atau tim pengelola media sosial yang aktif, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial belum menjadi bagian integral dari strategi pemasaran madrasah. Materi promosi cetak seperti brosur pun terkesan standar dan belum mampu menampilkan ciri khas atau keunggulan madrasah secara efektif.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA Yaspia Wani:

Untuk mempromosikan madrasah kepada masyarakat dan calon peserta didik, kami sebenarnya belum memanfaatkan banyak saluran dan media yang ada. Kami memang memiliki akun media sosial, tetapi penggunaannya masih sangat terbatas. Kami jarang memperbarui informasi atau membagikan kegiatan yang ada di madrasah melalui platform seperti Instagram atau Facebook. Selain itu, kami belum memproduksi brosur atau materi promosi lainnya untuk disebar. Untuk kegiatan seperti seminar atau pameran pendidikan, kami juga belum mengadakan banyak acara semacam itu. Kami lebih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum begitu aktif dalam menggunakan berbagai media untuk menarik perhatian masyarakat atau calon peserta didik.⁷

Begitupun yang dikatan bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA Yaspia

Wani:

Untuk mempromosikan madrasah, kami hanya mengandalkan brosur sebagai sarana utama. Kami belum memanfaatkan media sosial atau saluran promosi lainnya seperti seminar atau pameran pendidikan. Brosur yang kami buat sebenarnya berisi informasi dasar mengenai madrasah, namun distribusinya juga terbatas. Kami lebih banyak mengandalkan pembagian brosur secara langsung kepada orang tua dan calon peserta didik tanpa ada upaya lebih lanjut untuk memperkenalkan madrasah melalui media yang lebih luas.⁸

Selaras dengan apa yang dikatakan oleh Rio Syaputra selaku Peserta didik

di Ma Yaspia Wani:

Untuk informasi tentang madrasah, kami hanya menerima brosur sebagai sarana utama. Kami tidak begitu banyak mendengar tentang kegiatan atau program madrasah melalui media sosial atau saluran lainnya. Bahkan, kami juga tidak pernah mengikuti seminar atau acara pameran yang diadakan oleh madrasah. Informasi yang kami dapatkan sebagian besar berasal dari orang tua atau langsung dari teman-teman yang sudah berMadrasah di sini. Rasanya, promosi madrasah ini masih terbatas dan tidak banyak yang kami ketahui melalui media yang lebih luas.⁹

Selaras dengan apa yang dikatakan oleh oleh ibu Meneng selaku Orang Tua

Peserta didik MA Yaspia Wani:

Sejauh ini, informasi yang kami terima tentang madrasah lebih banyak berasal dari brosur yang dibagikan. Kami belum terlalu banyak

⁷Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

⁸Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁹Rio Syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang kelas, 14 Februari 2025

mendapatkan informasi melalui media sosial atau saluran promosi lainnya. Kami juga belum pernah mengikuti seminar atau acara pameran yang diselenggarakan oleh madrasah. Banyak informasi yang kami dapatkan lebih melalui mulut ke mulut dari orang tua lain atau teman-teman yang sudah memiliki anak di sini. Kami merasa bahwa promosi madrasah masih terbatas dan kurang maksimal dalam menjangkau orang tua calon peserta didik.¹⁰

Begitu pula yang dikatakan oleh Ibu Aina S, Pd Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani dua di MA Yaspia Wani:

Sejauh ini, informasi yang kami terima tentang madrasah lebih banyak berasal dari brosur yang dibagikan langsung kepada orang tua atau calon peserta didik. Kami menyadari bahwa kami belum memanfaatkan media sosial atau saluran promosi lainnya secara maksimal. Selain itu, kami juga belum pernah mengadakan seminar atau ikut serta dalam pameran pendidikan yang dapat memperkenalkan madrasah lebih luas kepada masyarakat. Banyak informasi yang diterima orang tua calon peserta didik lebih banyak datang dari mulut ke mulut, baik itu dari orang tua lain atau teman-teman yang sudah memiliki anak di madrasah ini.¹¹

hasil observasi bahwa upaya promosi madrasah masih sangat terbatas, Media sosial Tidak ditemukan seperti Instagram, Facebook, yang sebenarnya sangat potensial dalam memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Informasi mengenai madrasah sejauh ini hanya bersumber dari brosur yang dibagikan secara langsung kepada orang tua atau calon peserta didik, Dan spanduk penerimaan peserta didik baru yang dipasang di depan Madrasah Yaspia Wani Dua, Spanduk tersebut memuat informasi dasar mengenai proses pendaftaran.

Peneliti menyimpulkan bahwasanya strategi promosi yang dilakukan oleh Madrasah Yaspia Wani masih terbatas dan belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau calon peserta didik. Selama ini, promosi lebih mengandalkan brosur sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi tentang madrasah kepada

¹⁰Meneng, Orang tua Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Rumah Kediaman, 13 Februari 2025

¹¹Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

masyarakat, orang tua, dan calon peserta didik. Meskipun brosur tersebut berfungsi sebagai media informasi, penyebarannya terbatas hanya melalui kontak langsung dan belum mencakup berbagai saluran yang lebih luas. Selain itu, tidak adanya penggunaan media sosial sebagai platform promosi, padahal saat ini media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam menyebarluaskan informasi memperkenalkan kegiatan, program unggulan, serta prestasi yang ada di madrasah. Tidak ada upaya signifikan yang dilakukan untuk membuat akun media dan konten menarik yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama calon peserta didik yang aktif di dunia maya.

Berikut wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala Ma Yaspia Wani:

Sejauh ini, kami memang sudah memiliki akun media sosial, namun pemanfaatannya belum maksimal dalam menarik minat peserta didik. Kami hanya sesekali memposting informasi tentang kegiatan Madrasah, seperti acara peringatan hari besar atau pengumuman kegiatan tertentu. Namun, kami belum mengembangkan strategi konten yang lebih terencana untuk menunjukkan keunggulan madrasah, seperti prestasi akademik atau program unggulan yang ada. Kami juga belum memanfaatkan fitur-fitur interaktif di media sosial seperti Instagram Stories, video pendek, atau siaran langsung untuk menjangkau lebih banyak audiens, terutama calon peserta didik. Memang kami memiliki keinginan untuk lebih aktif di media sosial, tetapi terbatas pada waktu dan sumber daya. Kami menyadari bahwa media sosial adalah alat yang sangat efektif untuk menjangkau calon peserta didik di era digital ini. Kedepan, kami berencana untuk lebih serius dalam mengelola akun media sosial dengan membuat konten yang lebih menarik dan informatif, seperti testimonial dari peserta didik dan orang tua, video profil Madrasah, serta memperkenalkan kegiatan-kegiatan yang mendukung pengembangan potensi peserta didik.¹²

Senada yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di Ma Yaspia Wani:

¹²Mujarrab, Kamad MA Yaspia wani Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

Saat ini, penggunaan media sosial di madrasah masih sangat terbatas. Kami memang memiliki akun media sosial, tetapi kami tidak terlalu aktif dalam memanfaatkannya untuk menarik minat calon peserta didik. Informasi yang kami bagikan lebih sering berupa pengumuman rutin atau kegiatan yang tidak terjadwal. Kami belum membuat konten yang menarik seperti video profil Madrasah atau kegiatan Peserta didik yang bisa lebih menggugah minat orang tua dan calon peserta didik.¹³

Selaras dengan yang dikatakan oleh Rio Syaputra selaku Peserta didik di

Ma Yaspia Wani:

Sebenarnya, kami mengetahui beberapa informasi tentang madrasah dari media sosial, tetapi kontennya tidak terlalu banyak. Akun media sosial madrasah memang ada, namun jarang di-update dan lebih banyak berisi informasi umum, seperti pengumuman atau jadwal kegiatan. Kami merasa bahwa madrasah bisa lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan hal-hal menarik, seperti prestasi Peserta didik atau kegiatan ekstrakurikuler yang ada di Madrasah. Kalau ada konten yang lebih menarik dan sering diperbarui, kami yakin itu bisa menarik lebih banyak perhatian calon peserta didik.¹⁴

Selaras dengan yang dikatakan oleh ibu Meneng selaku Orang tua Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

Walaupun kami mendapatkan informasi tentang madrasah melalui media sosial, kami merasa bahwa informasi yang disampaikan masih sangat terbatas. Akun media sosial madrasah ada, namun konten yang diposting tidak terlalu sering dan lebih banyak berisi pengumuman rutin daripada menampilkan hal-hal menarik seperti, prestasi akademik. Jika madrasah bisa lebih aktif dan kreatif dalam membagikan cerita atau prestasi yang dimiliki Peserta didik, kami yakin hal tersebut dapat meningkatkan minat orang tua dan calon peserta didik untuk lebih mengenal madrasah ini.¹⁵

Begitu pula yang dikatakan oleh oleh Ibu Aina S, Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani:

Iya, meskipun kami sudah memiliki akun media sosial untuk madrasah, kami sadar bahwa pemanfaatannya belum maksimal. Konten yang ada saat ini lebih banyak berisi pengumuman atau jadwal kegiatan rutin. Kami belum terlalu banyak menunjukkan kegiatan menarik seperti prestasi Peserta didik, lomba-lomba, atau kegiatan ekstrakurikuler yang sebenarnya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik dan orang tua. Kami menyadari pentingnya memperbarui media sosial secara lebih sering

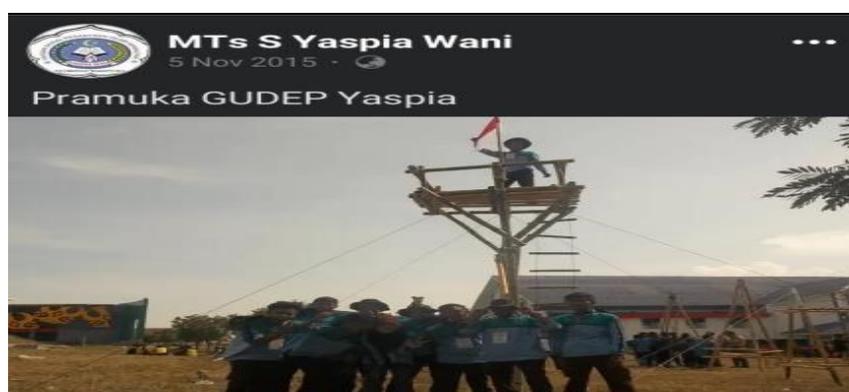
¹³Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

¹⁴Rio syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang kelas, 14 Februari 2025

¹⁵Meneng, Orang tua Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Rumah Kediaman, 13 Februari 2025

dengan konten yang lebih beragam dan menarik agar lebih banyak orang yang tahu tentang keunggulan madrasah kami. Dengan cara ini, kami berharap bisa menjangkau lebih banyak calon peserta didik dan memberi mereka gambaran yang lebih jelas tentang apa yang kami tawarkan.¹⁶

Hasil observasi, bahwa Madrasah Aliyah Yaspia Wani belum memiliki akun resmi media sosial seperti Instagram atau Facebook yang dikelola secara langsung untuk kepentingan promosi lembaga. Selama observasi, tidak ditemukan aktivitas digital yang mendokumentasikan kegiatan madrasah, menyampaikan informasi penting, maupun menampilkan konten promosi, seperti prestasi Peserta didik, program unggulan, atau video profil madrasah. Adapun informasi yang selama ini diterima oleh peserta didik atau orang tua melalui media sosial, sebenarnya berasal dari akun media sosial MTs, yang merupakan salah satu unit pendidikan di bawah naungan yayasan madrasah tersebut. Akun tersebut memang aktif, namun kontennya masih sangat terbatas dan bersifat umum. Tidak ditemukan informasi mengenai penerimaan peserta didik baru (PPDB) pada akun tersebut. Sebagian besar unggahan hanya berupa dokumentasi kegiatan ekstrakurikuler bersama, seperti pramuka dan drumband, tanpa adanya konten promosi yang menonjolkan identitas, keunggulan, atau daya tarik Madrasah Aliyah secara khusus.



¹⁶ Ibid., di MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 13 Februari 2025

Gambar 4.2 Postingan Media Kegiatan Pramuka



Gambar 4.3 Postingan Media Kegiatan drumband

Peneliti Menyimpulkan meskipun Madrasah Aliyah Yaspia Wani berada di bawah naungan lembaga yang telah memiliki akun media sosial, hingga saat ini Madrasah Aliyah tersebut belum secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran. Informasi yang selama ini muncul di media sosial lebih banyak berasal dari akun MTs, yang merupakan unit pendidikan lain dalam satu lingkungan, dan kontennya masih terbatas pada pengumuman serta jadwal kegiatan rutin. Belum ditemukan konten yang secara khusus menampilkan aktivitas Madrasah Aliyah, seperti prestasi Peserta didik, kegiatan lomba, atau ekstrakurikuler, padahal hal-hal tersebut sangat potensial untuk menjadi daya tarik bagi calon peserta didik dan orang tua. Pihak madrasah menyadari bahwa untuk meningkatkan daya tarik dan memperluas jangkauan informasi, perlu ada pembaruan konten secara lebih sering dengan variasi yang lebih menarik dan relevan dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki madrasah. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kualitas

pendidikan dan fasilitas yang ada di madrasah, serta menarik lebih banyak calon peserta didik yang berminat untuk bergabung.

Berdasarkan hasil wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA

Yaspia Wani:

Sejauh ini, kami belum benar-benar memiliki kegiatan atau program unggulan yang dirancang khusus untuk menarik peserta didik baru. Kami memang melaksanakan beberapa kegiatan, seperti kegiatan ekstrakurikuler, namun tidak ada program yang benar-benar menonjol atau dibuat untuk tujuan khusus dalam menarik peserta didik baru. Masyarakat, sejauh ini, tidak banyak memberikan tanggapan khusus terhadap kegiatan yang kami jalankan, karena mungkin mereka merasa program-program yang ada kurang menarik atau belum cukup berbeda dari Madrasah lain.¹⁷

Senada dengan apa yang dikatakan oleh Bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MAYaspia Wani:

memang ada beberapa kegiatan yang dilakukan di madrasah, tetapi kegiatan tersebut lebih banyak bersifat umum dan tidak secara khusus dirancang untuk menarik peserta didik baru. Kami tidak memiliki program unggulan yang menonjol. Mengenai tanggapan dari masyarakat, saya rasa tidak banyak yang mengomentari program-program kami, karena mungkin mereka tidak melihat keunikan atau kelebihan yang signifikan. Banyak masyarakat yang lebih tertarik pada informasi yang berasal dari Madrasah-Madrasah lain yang menawarkan program-program yang lebih menarik.¹⁸

Selaras dengan yang dikatakan oleh Rio Syaputra selaku Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

Saya pribadi tidak terlalu melihat adanya program unggulan di madrasah kami. Kegiatan yang ada cukup rutin dan tidak ada yang terasa istimewa. Saya tidak mendengar banyak orang tua atau teman-teman yang tertarik dengan program yang ditawarkan. Program-program yang ada seperti tidak memberikan daya tarik lebih, dan saya rasa masih banyak hal yang bisa ditingkatkan untuk membuat kegiatan ini lebih menarik bagi calon peserta didik.¹⁹

Selaras dengan yang dikatakan oleh ibu Meneng selaku Orang tua Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

¹⁷Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

¹⁸Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

¹⁹ Rio Syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang kelas, 14 Februari 2025

Saya belum terlalu mendengar atau mendapatkan informasi mengenai program unggulan di madrasah ini. Kalau pun ada kegiatan, tidak terlalu banyak yang saya rasa bisa menjadi daya tarik khusus untuk mendaftar di sini. Masyarakat sepertinya lebih tertarik dengan Madrasah-Madrasah yang memiliki program khusus atau kegiatan ekstrakurikuler yang lebih Bagus.²⁰

Begitupula yang dikatakan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani:

Memang, sejauh ini kami belum memiliki program unggulan yang secara spesifik dirancang untuk menarik peserta didik baru. Kami masih melaksanakan kegiatan yang sifatnya lebih umum, seperti pelatihan atau kegiatan ekstrakurikuler yang ada, tetapi tidak ada program yang sangat menonjol. Tanggapan masyarakat terhadap kegiatan kami juga terbilang biasa saja, tidak ada yang menunjukkan antusiasme khusus terhadap program yang kami tawarkan. Mungkin, kami perlu berpikir lebih kreatif untuk menghadirkan kegiatan yang lebih menarik dan sesuai dengan minat masyarakat dan calon peserta didik.²¹

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Madrasah Aliyah Yaspia Wani belum memiliki program unggulan yang dirancang secara khusus untuk menarik peserta didik baru. Program yang ada saat ini terkesan kurang menonjol dan tidak begitu menarik bagi masyarakat, orang tua, atau Peserta didik. Hal ini berdampak pada kurangnya antusiasme dan tanggapan positif terhadap kegiatan madrasah. Perlu adanya pengembangan program yang lebih kreatif dan menarik untuk dapat bersaing dengan Madrasah-Madrasah lain dan menarik lebih banyak calon peserta didik.

Berdasarkan hasil wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala madrasah di MAYaspia Wani:

Sejauh ini, kami melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan dengan cara mengumpulkan umpan balik dari berbagai pihak. Kami melakukan rapat rutin untuk mengevaluasi hasil dari pemasaran yang sudah dilakukan, termasuk hasil dari promosi yang kami lakukan melalui media sosial dan brosur. Kami juga mengamati jumlah pendaftar baru setiap tahunnya untuk menilai apakah strategi yang diterapkan sudah efektif. Namun, kami menyadari bahwa kami masih

²⁰ Meneng, Orang tua Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Rumah Kediaman, 13 Februari 2025

²¹ Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

perlu lebih mendalami metode evaluasi yang lebih terstruktur dan mendalam agar bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas strategi pemasaran yang telah kami terapkan.²²

Senada dengan apa yang dikatakan oleh Fathul selaku tenaga pendidik di

MA Yaspia Wani:

Evaluasi yang kami lakukan terhadap strategi pemasaran lebih banyak berdasarkan pada hasil yang langsung terlihat, seperti jumlah pendaftar baru setiap tahun dan seberapa banyak informasi yang diterima oleh masyarakat tentang madrasah kami. Kami memang belum memiliki sistem evaluasi yang terstruktur dan lebih terfokus pada hasil langsung. Seringkali, evaluasi hanya dilakukan dalam rapat-rapat internal tanpa adanya alat ukur yang jelas untuk menilai apakah pemasaran yang kami lakukan sudah efektif atau tidak. Mungkin kami perlu lebih memperhatikan umpan balik dari calon peserta didik dan orang tua untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari strategi yang telah diterapkan.²³

Begitupula yang dikatakan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani:

Untuk evaluasi, kami sering kali melihat hasil dari proses pendaftaran peserta didik baru. Jika pendaftarannya meningkat, kami anggap bahwa strategi pemasaran yang kami terapkan berjalan dengan baik. Namun, kami juga menyadari bahwa ini tidak cukup, karena hanya melihat hasil akhir tanpa ada proses evaluasi yang lebih mendalam selama pelaksanaannya. Kami belum memiliki sistem evaluasi yang komprehensif, dan seharusnya kami lebih sering mengadakan pertemuan untuk menganalisis efektivitas setiap langkah pemasaran yang telah dilakukan, termasuk menganalisis feedback dari masyarakat dan peserta didik terkait promosi yang kami lakukan.²⁴

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa evaluasi terhadap strategi pemasaran yang diterapkan oleh MA Yaspia Wani masih bersifat sederhana dan kurang terstruktur. Evaluasi lebih banyak dilakukan berdasarkan hasil yang terlihat langsung, seperti jumlah pendaftar baru setiap tahunnya, tanpa adanya sistem evaluasi yang lebih mendalam dan komprehensif. Kepala Madrasah, guru, dan Wakasek sepakat bahwa meskipun hasil pendaftaran bisa

²²Mujarrab, Kepsek MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

²³Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

²⁴Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

menjadi indikator, masih diperlukan metode evaluasi yang lebih sistematis, seperti mengumpulkan umpan balik dari masyarakat, orang tua, dan peserta didik, serta menganalisis efektivitas tiap langkah pemasaran yang diterapkan agar dapat memperbaiki dan mengoptimalkan strategi pemasaran ke depannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, Guru, dan Wakasek Bidang KePeserta didikan, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen strategi pemasaran yang diterapkan di MA Yaspia Wani masih dalam tahap pengembangan dan belum sepenuhnya terstruktur dengan baik. masih ada banyak ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal penggunaan teknologi dan saluran media sosial yang lebih efektif, serta evaluasi yang lebih mendalam dan terstruktur untuk meningkatkan daya tarik madrasah terhadap calon peserta didik baru.

2. Meningkatkan Minat Peserta Didik

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti peroleh di lapangan, implementasi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh kepala madrasah MA Yaspia Wani masih terbatas dan belum maksimal. Meskipun telah ada tim pemasaran yang dibentuk, pemanfaatan saluran komunikasi seperti media sosial dan brosur masih kurang optimal. Konten yang ada di media sosial tidak terlalu menarik dan jarang diupdate, sehingga tidak banyak menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Selain itu, promosi melalui saluran lain seperti seminar atau pameran pendidikan juga belum dijalankan secara rutin. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang diterapkan saat ini belum dapat secara efektif meningkatkan minat calon peserta didik atau memberikan gambaran yang jelas tentang keunggulan madrasah kepada masyarakat.

Berikut hasil wawancara Bersama bapak Mujarrab Selaku Kepala MA Yaspia Wani beliau mengatakan:

kami belum melihat peningkatan minat yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Walaupun kami sudah mencoba untuk memperkenalkan madrasah melalui media sosial dan brosur, namun sepertinya promosi yang kami lakukan belum cukup menarik perhatian calon peserta didik. Kami juga belum bisa mengoptimalkan media sosial dengan baik karena keterbatasan waktu dan tenaga. Selain itu, meskipun kami sudah berusaha meningkatkan kualitas pengajaran, hal tersebut belum cukup mempengaruhi minat masyarakat secara signifikan..²⁵

Selaras yang dikatakan oleh bapak Fathul selagu tenaga pendidik di MA

Yaspia wani dalam wawancara beliau menyampaikan bahwa:

meskipun kami sudah melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan, belum ada peningkatan yang berarti dalam jumlah peserta didik. Kami memang menyadari pentingnya promosi, tetapi media sosial kami jarang diupdate, dan informasi yang kami bagikan juga terbatas pada hal-hal umum. Kami belum bisa memberikan gambaran yang lebih menarik mengenai kegiatan dan prestasi Peserta didik, yang mungkin bisa menarik lebih banyak perhatian calon peserta didik..²⁶

Begitupula yang dikatakan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani dalam wawancara beliau mengatakan bahwa:

Untuk saat ini, kami belum melihat adanya perubahan besar dalam hal peningkatan minat peserta didik. Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi adalah kurangnya kegiatan yang bisa mempromosikan madrasah secara lebih efektif..²⁷

Selaras dengan yang dikatakan oleh ibu Meneng selaku Orang tua Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

Saya belum merasa banyak perbedaan terkait minat orang tua dalam memilih madrasah ini. Saya tahu ada beberapa kegiatan, tetapi saya belum pernah melihat promosi yang cukup menarik. Informasi yang saya dapatkan lebih sering dari mulut ke mulut, dan kadang-kadang saya merasa kurangnya informasi resmi yang memadai..²⁸

Senada dengan yang dikatakan oleh Rio Syaputra selaku Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

²⁵Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

²⁶Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

²⁷Aina, Wakamad MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

²⁸Meneng, Orang tua Peserta didik MA Yaspia Wani "Wawancara" Rumah Kediaman, 13 Februari 2025

Sepertinya tidak ada perubahan dalam jumlah teman-teman baru yang masuk ke madrasah ini. Saya jarang melihat informasi yang menarik di media sosial. Madrasah sepertinya belum maksimal dalam memperbarui informasi yang menarik.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas Bersama kepala madrasah, tenaga pendidik, tenaga kependidikan, peserta didik, dan orang tua peserta didik, peneliti menyimpulkan bahwasanya MA Yaspia Wani belum mengalami peningkatan minat peserta didik yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Faktor utama yang menghambat peningkatan minat ini antara lain adalah kurangnya upaya yang maksimal dalam pemanfaatan media sosial dan promosi yang terbatas. Selain itu, meskipun kualitas pendidikan dan kegiatan ekstrakurikuler terus ditingkatkan, promosi yang kurang efektif dan kurangnya inovasi dalam memperkenalkan madrasah kepada masyarakat menjadi faktor penghambat utama.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA Yaspia wani beliau mengatakan bahwa:

Saya rasa Sebenarnya, kualitas pendidikan yang diberikan di MA Yaspia Wani sudah cukup standar, tetapi mungkin belum cukup menarik minat calon peserta didik. Kami sudah berusaha memberikan yang terbaik, namun banyak orang tua yang lebih memilih Madrasah lain yang lebih dikenal atau lebih banyak menawarkan program-program unggulan. Saya rasa kami perlu banyak melakukan perbaikan, baik dalam pengajaran maupun dalam cara kami mempromosikan madrasah.³⁰

Senada dengan yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA Yaspia Wani yaitu:

Menurut saya, kualitas pendidikan yang diberikan memang sudah cukup, tetapi masih banyak yang perlu ditingkatkan, terutama dalam metode pengajaran yang lebih menarik. Kami terkadang kesulitan untuk menghadapi tantangan baru, seperti perkembangan teknologi atau metode pengajaran yang lebih modern. Mungkin banyak calon peserta didik yang

²⁹Rio Syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang kelas, 14 Februari 2025

³⁰Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

kurang tertarik karena kami belum memberikan pembaruan yang cukup dalam hal cara belajar dan fasilitas yang ada.³¹

Begitupula yang dikatakan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani beliau mengatakan bahwa:

Menurut saya, kualitas pendidikan di MA Yaspia Wani sudah cukup baik, tapi memang ada tantangan dalam hal menarik minat calon peserta didik. Salah satu faktor yang menjadi perhatian kami adalah meskipun pengajaran kami sudah sesuai standar, tetapi cara kami mempresentasikan atau mempromosikan keunggulan-keunggulan pendidikan yang ada masih terbatas. Kami belum cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kualitas pendidikan ini, sehingga banyak orang tua yang mungkin tidak mengetahui betapa banyak fasilitas dan potensi yang kami miliki.³²

Selaras dengan yang dikatakan oleh oleh ibu Meneng selaku Orang tua Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

Saya sebenarnya tidak terlalu tahu banyak tentang kualitas pendidikan di madrasah ini sebelum anak saya masuk. Saya memilih madrasah ini lebih karena faktor biaya yang sangat memadai. Setelah anak saya masuk, saya melihat bahwa pengajaran dan fasilitas yang ada memang cukup, tetapi saya rasa masih ada banyak hal yang bisa ditingkatkan. Banyak teman-teman saya yang memilih Madrasah lain yang lebih dikenal dan memiliki program unggulan yang lebih menarik. Saya pikir madrasah perlu lebih sering menunjukkan keunggulannya, agar lebih banyak orang tua yang tertarik untuk memilihnya.³³

Senada dengan yang dikatakan oleh Rio Syaputra selaku Peserta didik di Ma Yaspia Wani:

Menurut saya, kualitas pendidikan di sini sebenarnya cukup biasa saja. Tidak ada hal yang benar-benar menonjol atau spesial, apalagi dalam hal kegiatan ekstrakurikuler atau prestasi Peserta didik. Saya sendiri juga tahu tentang madrasah ini lebih karena faktor kebetulan, bukan karena ada promosi atau informasi yang menarik. Kalau dibandingkan dengan Madrasah lain, saya rasa madrasah ini tidak banyak memiliki program atau kegiatan yang bisa menarik perhatian teman-teman atau calon peserta didik lainnya.³⁴

³¹Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

³²Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

³³ Meneng, Orang tua Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Rumah Kediaman, 13 Februari 2025

³⁴Rio Syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang kelas, 14 Februari 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas Bersama kepala madrasah, tenaga pendidik, Peserta didik, dan orang tua peserta didik, peneliti menyimpulkan bahwasanya, dapat disimpulkan bahwa meskipun kualitas pendidikan di Madrasah Aliyah Yaspia Wani dapat dikatakan standar, namun hal ini belum cukup menarik minat calon peserta didik. Kurangnya promosi yang efektif, baik melalui media sosial maupun saluran lainnya, menyebabkan banyak orang tua dan calon peserta didik kurang tertarik untuk memilih madrasah ini. Selain itu, metode pengajaran dan fasilitas yang tersedia juga dinilai kurang dapat menonjol dibandingkan dengan Madrasah lain yang lebih dikenal. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan baik dalam kualitas pendidikan maupun dalam cara mempromosikan keunggulan madrasah agar lebih banyak menarik perhatian calon peserta didik.

Berikut wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku Kepala Ma Yaspia Wani dalam hal ini beliau mengataka:

Menurut saya, untuk menarik minat calon peserta didik dan orang tua, kami perlu meningkatkan kualitas pengajaran dan fasilitas di madrasah. Kami sudah memiliki kurikulum yang baik, namun perlu adanya inovasi dalam metode pengajaran yang lebih relevan dengan perkembangan zaman, seperti memperkenalkan teknologi dalam pembelajaran. Selain itu, fasilitas madrasah juga perlu diperbaiki, seperti ruang kelas yang lebih nyaman dan fasilitas olahraga yang lebih lengkap. Hal ini akan memberikan kesan positif kepada orang tua dan meningkatkan daya tarik madrasah.³⁵

Begitupula yang dikatan bapak bapak Fathul selaku tenaga pendidik di Ma Yaspia Wani:

Untuk meningkatkan daya tarik madrasah, saya rasa penting bagi kami untuk terus mengembangkan kualitas pengajaran. Meskipun kami memiliki berbagai program ekstrakurikuler, seperti beladiri (Silat), pramuka, dan dramband, yang sebenarnya bisa menarik minat Peserta didik, sayangnya beberapa program tersebut sudah lama tidak berjalan. Kami perlu lebih aktif untuk menghidupkan kembali program-program ini, atau mungkin menambahkan variasi kegiatan lainnya agar Peserta didik dapat memilih sesuai dengan minat mereka. Selain itu, kami juga harus

³⁵Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

lebih giat dalam melakukan promosi melalui media sosial dan website madrasah, agar calon peserta didik dan orang tua dapat lebih mudah mengakses informasi tentang kegiatan dan prestasi Peserta didik.³⁶



Gambar 4.4 Kegiatan panca silat



Gambar 4.5 Kegiatan Pramuka



Gambar 4.6 Kegiatan Drumband

Berdasarkan hasil wawancara Bersama kepala madrasah dan tenaga pendidik dapat disimpulkan bahwasanya meskipun Madrasah Aliyah Yaspia Wani telah memiliki beberapa program ekstrakurikuler seperti beladiri (Silat), pramuka, dan drumband, sebagian besar program tersebut belum berjalan dengan optimal karena sudah lama tidak aktif. Untuk meningkatkan daya tarik madrasah bagi calon peserta didik dan orang tua, penting untuk mengembangkan kualitas pengajaran serta menghidupkan kembali kegiatan ekstrakurikuler yang ada, atau menambah variasi program yang lebih sesuai dengan minat Peserta didik. Selain itu, promosi yang lebih aktif melalui media sosial dan website madrasah juga

³⁶Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

menjadi aspek yang perlu diperhatikan, agar informasi tentang kegiatan dan prestasi Peserta didik dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat. Dengan demikian, melalui langkah-langkah tersebut, madrasah diharapkan dapat menarik lebih banyak perhatian calon peserta didik dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keunggulan yang dimilikinya.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala madrasah di MA Yaspia wani:

Ya, saya merasa kegiatan ekstrakurikuler memiliki peran yang cukup signifikan dalam menarik minat peserta didik. Kami memiliki beberapa kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, merawis, band, dan dran band. Walaupun beberapa di antaranya sudah lama tidak aktif, namun saya percaya bahwa kegiatan ekstrakurikuler ini memberikan kesempatan bagi Peserta didik untuk mengembangkan bakat dan minat mereka. Khususnya, band dan dran band biasanya menarik perhatian Peserta didik yang berminat di bidang seni dan musik. Kami berharap ke depannya kegiatan-kegiatan ini bisa lebih diaktifkan kembali untuk memberikan lebih banyak pilihan bagi peserta didik.³⁷

Begitu pula yang dikatakan bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA Yaspia wani:

Menurut saya, kegiatan ekstrakurikuler memang mempengaruhi minat Peserta didik. Di antara kegiatan yang ada, pramuka dan band biasanya cukup diminati. Banyak Peserta didik yang menyukai kegiatan di luar kelas yang dapat mengasah kemampuan mereka di bidang tertentu. Namun, perlu ada pembaruan dan pengembangan lebih lanjut untuk menarik lebih banyak minat, seperti menambah kegiatan atau kompetisi yang lebih beragam.³⁸

Senada yang dikatan oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani:

Untuk menarik minat peserta didik, saya rasa kegiatan ekstrakurikuler sangat penting. Kegiatan seperti band dan pramuka memang menarik bagi Peserta didik karena mereka bisa belajar lebih banyak selain di dalam kelas. Namun, saya juga melihat bahwa kami perlu menggali lebih banyak jenis kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan tren zaman, misalnya kegiatan yang berhubungan dengan teknologi atau seni digital. Dengan memperkenalkan lebih banyak pilihan, Peserta didik bisa menemukan

³⁷Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

³⁸Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

sesuatu yang mereka minati dan ini tentu dapat menjadi daya tarik bagi calon peserta didik.³⁹

Selarasa yang dikatakan Rio Syaputra selaku peserta didik di MA Yaspia wani:

Menurut saya, kegiatan ekstrakurikuler sangat berpengaruh dalam menarik minat saya untuk berMadrasah di sini. Kegiatan seperti pramuka dan band sangat menyenangkan dan memberi kesempatan untuk belajar hal baru. Saya pribadi suka ikut band karena saya bisa mengembangkan kemampuan bermain musik. Meskipun saya tahu ada beberapa kegiatan lain seperti merawis dan dramband, tapi sepertinya itu sudah lama tidak aktif. Saya berharap kegiatan seperti itu bisa dihidupkan lagi.⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara Bersama kepala madrasah, tenaga pendidik tenaga kependidikan dan peserta didik, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ekstrakurikuler memegang peranan penting dalam menarik minat peserta didik. Meskipun kegiatan seperti pramuka dan band menjadi favorit dan cukup menarik bagi Peserta didik, beberapa kegiatan lain seperti merawis dan dramband sudah lama tidak aktif, yang mempengaruhi keberagaman pilihan ekstrakurikuler yang tersedia. Peserta didik berharap agar kegiatan tersebut dapat diaktifkan kembali untuk memberikan lebih banyak pilihan dan kesempatan bagi mereka untuk mengembangkan minat dan bakat.

Berdasarkan hasil penilaian Meningkatkan minat peserta didik, terdapat beberapa upaya yang telah dilakukan dalam meningkatkan minat peserta didik, Namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki untuk lebih menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua, Pihak madrasah telah melakukan beberapa upaya untuk menarik minat peserta didik, antara lain dengan meningkatkan kualitas pengajaran dan memperkenalkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, dramband, dan merawis. Meskipun demikian,

³⁹Aina, Wakamad MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

⁴⁰Rio Syaputra, Peserta didik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang kelas, 14 Februari 2025

kegiatan ekstrakurikuler tersebut belum maksimal dilaksanakan karena beberapa kegiatan sudah lama tidak aktif. Hal ini menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat peserta didik, karena mereka membutuhkan lebih banyak pilihan kegiatan di luar pelajaran yang dapat menyalurkan bakat dan minat mereka. Selain itu, meskipun Madrasah sudah memiliki akun media sosial, pengelolaan dan pemanfaatannya masih kurang optimal. Konten yang ada lebih banyak berisi pengumuman atau jadwal kegiatan rutin tanpa menampilkan kegiatan menarik, prestasi Peserta didik, atau informasi lainnya yang dapat menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Pihak madrasah menyadari pentingnya memperbarui media sosial dengan konten yang lebih beragam dan menarik untuk meningkatkan daya tarik Madrasah. Dapat disimpulkan bahwa meskipun Madrasah Aliyah Yaspia Wani telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan minat peserta didik, masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler dan pemanfaatan media sosial. Dengan perbaikan di kedua aspek tersebut, diharapkan dapat lebih menarik minat peserta didik dan orang tua untuk memilih madrasah ini sebagai tempat pendidikan bagi anak-anak mereka.

C. Strategi Pemasaran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di MA Yaspia Wani

Implementasi manajemen strategi pemasaran kepala madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik tentunya mempunyai prospek atau harapan kedepannya dan jangka Panjang agar minat peserta didik dan masyarakat semakin meningkat dari sebelum-sebelumnya. Adapun prospek manajemen strategi kepala madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik dan masyarakat di MA Yaspia

Wani sebagaimana di ungkapkan oleh kepala madrasah dalam wawancara sebagai berikut:

Menurut saya, implementasi strategi pemasaran di Madrasah Aliyah Yaspia Wani masih kurang. Kami memang sudah mencoba menggunakan beberapa saluran seperti media sosial dan brosur, tetapi belum ada perubahan signifikan. Konten yang kami bagikan di media sosial lebih banyak berisi pengumuman dan informasi rutin yang tidak terlalu menarik bagi calon peserta didik. Saya rasa kami belum benar-benar memanfaatkan media sosial dengan baik, dan promosi yang dilakukan masih terbatas. Ke depannya, saya berharap bisa ada peningkatan dalam hal ini, meski kami masih bingung bagaimana cara yang tepat untuk melakukannya..⁴¹

Sama halnya yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA

Yaspia Wani yaitu:

saya rasa strategi pemasaran yang dilakukan di madrasah masih belum optimal. Kami memang punya akun media sosial, tapi tidak ada banyak pembaruan atau informasi menarik di dalamnya. Kebanyakan hanya berisi pengumuman kegiatan atau jadwal rutin saja. Saya merasa kurang ada upaya untuk menampilkan keunggulan-keunggulan madrasah yang bisa menarik calon peserta didik, seperti prestasi atau kegiatan ekstrakurikuler yang ada. Menurut saya, jika kami lebih sering meng-update informasi yang lebih variatif dan menarik, mungkin ini akan lebih membantu dalam menarik perhatian masyarakat dan calon Peserta didik.⁴²

Selaras dengan yang dikatakn oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani beliau mengatakan bahwa:

implementasi strategi pemasaran di madrasah ini masih kurang maksimal. Memang sudah ada beberapa upaya menggunakan media sosial, tapi sejauh ini kurang efektif. Kami hanya menampilkan hal-hal yang bersifat umum, seperti pengumuman jadwal atau informasi rutin lainnya, tanpa menunjukkan keunggulan madrasah secara spesifik. Saya rasa kurangnya promosi yang menarik dan terbatasnya pemanfaatan media sosial menjadi hambatan dalam memperkenalkan madrasah kepada masyarakat dan calon peserta didik.⁴³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah, Guru, dan Wakil Kepala Madrasah (Wakasek) di Madrasah Aliyah Yaspia Wani, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang diterapkan saat ini masih kurang

⁴¹Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

⁴²Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁴³Aina, Wakamad MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

efektif. Meskipun madrasah telah mencoba menggunakan saluran media sosial dan brosur, promosi yang dilakukan terbatas pada pengumuman dan informasi rutin, tanpa menampilkan konten yang menarik atau mengedepankan keunggulan madrasah. Kepala Madrasah mengungkapkan bahwa mereka belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial dengan baik, sementara guru juga merasa bahwa kurangnya variasi dan pembaruan informasi di media sosial menjadi kendala. Wakasek menambahkan bahwa promosi yang ada masih bersifat umum dan belum menonjolkan prestasi atau keunikan madrasah yang bisa menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa Madrasah Aliyah Yaspia Wani perlu meningkatkan strategi pemasaran mereka, dengan lebih aktif menggunakan media sosial dan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk memperkenalkan keunggulan dan prestasi madrasah secara lebih menarik dan efektif.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala madrasah di

MA Yaspia wani :

Tantangan terbesar yang kami hadapi dalam hal pemasaran pendidikan di madrasah ini adalah keterbatasan sumber daya dan pemahaman tentang pemasaran yang efektif. Kami tidak memiliki tim pemasaran khusus yang dapat fokus pada strategi promosi. Selain itu, keterbatasan anggaran juga menjadi penghalang kami dalam mengoptimalkan media sosial dan kegiatan promosi lainnya. Meski ada niat untuk menarik lebih banyak peserta didik, kami masih kesulitan dalam menentukan metode pemasaran yang paling efektif dan tepat sasaran.⁴⁴

Sama halnya yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA

Yaspia Wani yaitu:

Menurut saya, tantangan terbesar yang kami hadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial secara maksimal. Meskipun kami sudah memiliki akun-akun media sosial, pengelolaannya masih sangat minim dan kurang menarik. Banyak orang tua

⁴⁴Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

dan calon peserta didik yang belum sepenuhnya mengetahui tentang keunggulan yang dimiliki madrasah kami. Kami juga kesulitan untuk menarik perhatian masyarakat karena promosi yang kami lakukan masih terbatas pada pengumuman rutin dan kurangnya variasi konten yang bisa lebih menarik. Selain itu, adanya banyak Madrasah di sekitar wilayah Wani yang terlalu berdekatan juga menjadi tantangan tambahan, karena hal ini membuat kami kesulitan untuk bersaing dan membedakan diri di mata masyarakat.⁴⁵

Selaras dengan yang dikatakn oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani beliau mengatakan bahwa:

Tantangan terbesar yang kami hadapi adalah kurangnya waktu dan tenaga untuk fokus pada pemasaran pendidikan secara efektif. Semua pihak di Madrasah, baik tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan, sudah terfokus pada tugas utama mereka, yaitu pendidikan di kelas. Akibatnya, kegiatan pemasaran dan promosi sering kali terabaikan.⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwasanya Madrasah Aliyah Yaspia Wani menghadapi beberapa tantangan dalam pemasaran pendidikan. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Meskipun sudah memiliki akun media sosial, pengelolaannya masih minim dan kurang menarik bagi masyarakat, terutama orang tua dan calon peserta didik. Selain itu, promosi yang dilakukan masih terbatas pada pengumuman rutin, sehingga belum mampu menunjukkan keunggulan madrasah secara maksimal. Selain masalah internal terkait pengelolaan media sosial, keberadaan banyak Madrasah yang terlalu berdekatan di wilayah Wani juga menjadi tantangan besar. Persaingan yang ketat dengan Madrasah-Madrasah lain membuat Madrasah Aliyah Yaspia Wani kesulitan dalam menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa madrasah perlu lebih mengembangkan

⁴⁵Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁴⁶Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif untuk meningkatkan daya tariknya di mata masyarakat.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA Yaspia

Wani:

Kami menyadari bahwa pemasaran melalui media sosial dan brosur yang kami lakukan selama ini belum cukup efektif. Untuk mengatasi tantangan tersebut, kami berencana untuk meningkatkan kualitas dan variasi konten yang dibagikan di media sosial. Kami juga ingin melibatkan lebih banyak pihak dalam pengelolaan media sosial agar konten yang dibagikan lebih beragam dan menarik, seperti menampilkan prestasi Peserta didik dan kegiatan ekstrakurikuler yang ada di madrasah. Meskipun kami masih mencari cara yang tepat untuk meningkatkan hal ini, kami berharap bisa mengoptimalkan pemasaran di masa depan.⁴⁷

Sama halnya yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA

Yaspia Wani yaitu:

Menurut saya, untuk mengatasi tantangan ini, kami perlu lebih sering meng-update informasi di media sosial dengan konten yang lebih bervariasi, seperti menonjolkan prestasi Peserta didik dan kegiatan ekstrakurikuler. Saya juga berpikir bahwa pengelolaan media sosial bisa melibatkan lebih banyak orang, baik dari tenaga pendidik maupun peserta didik, agar lebih banyak ide yang bisa dibagikan. Kami juga perlu memanfaatkan lebih banyak saluran promosi lain yang lebih menarik, bukan hanya pengumuman rutin saja.⁴⁸

Selaras dengan yang dikatakn oleh Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA

Yaspia Wani beliau mengatakan bahwa:

Untuk mengatasi tantangan ini, kami akan fokus pada strategi pemasaran yang lebih kreatif dan menampilkan keunggulan-keunggulan yang ada di madrasah. Kami sudah mulai merencanakan untuk mengadakan kegiatan yang bisa menarik perhatian calon peserta didik dan masyarakat, seperti seminar atau acara promosi lainnya. Selain itu, kami juga berencana untuk memperbaiki pemanfaatan media sosial dengan konten yang lebih menarik, seperti memperkenalkan kegiatan ekstrakurikuler dan prestasi yang diraih Peserta didik. Kami berharap dengan cara ini bisa menarik lebih banyak perhatian dan meningkatkan minat masyarakat terhadap madrasah kami.⁴⁹

⁴⁷Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

⁴⁸Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁴⁹Aina, Wakamad MA Yaspia Wani "Wawancara" Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwasanya Madrasah Aliyah Yaspia Wani berencana untuk mengatasi tantangan pemasaran dengan meningkatkan variasi dan kualitas konten di media sosial, melibatkan lebih banyak pihak dalam pengelolaan media sosial, serta memanfaatkan saluran promosi lainnya yang lebih menarik. Dengan melakukan langkah-langkah ini, mereka berharap dapat menarik perhatian calon peserta didik dan masyarakat serta meningkatkan efektivitas pemasaran madrasah.

Selanjutnya wawancara Bersama bapak Mujarrab selaku kepala MA Yaspia wani:

Saya berharap ke depan, Madrasah Aliyah Yaspia Wani dapat meningkatkan dan memodernisasi strategi pemasaran kami, terutama dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial secara lebih efektif. Saat ini, meskipun kami sudah memiliki beberapa platform media sosial, kami menyadari bahwa pemanfaatannya masih jauh dari maksimal. Konten yang ada saat ini lebih banyak berisi pengumuman rutin, padahal kami perlu menampilkan berbagai pencapaian dan kegiatan menarik yang ada di madrasah, seperti prestasi akademik maupun kegiatan ekstrakurikuler. Untuk itu, rencana kami ke depan adalah merancang pendekatan pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif. Kami ingin lebih fokus dalam membuat konten yang interaktif dan mengundang perhatian, seperti video dokumentasi kegiatan, wawancara dengan Peserta didik berprestasi, atau live streaming acara penting. Selain itu, kami juga berencana melibatkan lebih banyak orang tua dan alumni untuk berbagi pengalaman mereka, yang tentunya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah kami.⁵⁰

Sama halnya yang dikatakan oleh bapak Fathul selaku tenaga pendidik di MA Yaspia Wani yaitu:

Saya sangat berharap strategi pemasaran madrasah dapat lebih berkembang dan lebih menasar kepada aspek yang lebih kreatif dan menarik. Saat ini, kami memiliki beberapa saluran media sosial, tetapi pemanfaatannya masih kurang optimal. Saya rasa ke depan kami bisa melakukan lebih banyak hal, seperti mengadakan kegiatan atau acara yang bisa menampilkan keunggulan-keunggulan madrasah, baik dalam bidang akademik maupun kegiatan

⁵⁰Mujarrab, Kamad MA Yaspia Wani, "Wawancara" Ruang Guru Madrasah, 10 Februari 2025

ekstrakurikuler. Salah satu hal yang saya rasa bisa sangat membantu adalah jika kami lebih sering berbagi kisah sukses Peserta didik, atau bahkan melakukan kegiatan online yang dapat memperkenalkan madrasah kami ke lebih banyak orang.⁵¹

Selaras dengan yang dikatakn Ibu Aina S,Pd selaku Wakamad di MA Yaspia Wani beliau mengatakan bahwa:

Ke depan, saya berharap strategi pemasaran kami bisa lebih inovatif. Kami perlu memperbaiki cara kami dalam menyampaikan informasi tentang keunggulan madrasah, bukan hanya dengan mengandalkan pengumuman rutin, tetapi dengan konten yang lebih menarik, seperti video kegiatan, prestasi Peserta didik, atau bahkan cerita tentang kehidupan di madrasah. Salah satu hal yang kami rencanakan adalah meningkatkan interaksi melalui media sosial dengan lebih banyak postingan tentang kegiatan ekstrakurikuler atau acara penting yang melibatkan Peserta didik dan guru,Kami juga ingin mencoba pendekatan pemasaran yang lebih personal, misalnya dengan mengundang orang tua untuk berbagi pengalaman mereka tentang pendidikan di madrasah ini. Melalui cara-cara ini, kami yakin bisa lebih menarik perhatian calon peserta didik dan masyarakat. Saya berharap, dalam beberapa tahun ke depan, strategi pemasaran kami akan lebih efektif dan membawa dampak positif bagi madrasah.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwasanya Madrasah Aliyah Yaspia Wani baik kepala Madrasah guru maupun wakasek memiliki harapan yang sama terkait pengembangan strategi pemasaran madrasah di masa depan. Mereka berharap pemasaran bisa lebih inovatif, dengan memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk menampilkan prestasi Peserta didik, kegiatan ekstrakurikuler, dan keunggulan lainnya. Mereka juga menekankan pentingnya melibatkan orang tua dan masyarakat dalam proses promosi, serta memperkenalkan madrasah dengan cara yang lebih menarik dan personal. Kedua pihak yakin bahwa jika strategi pemasaran diperbaiki dan

⁵¹Fathul, Tenaga Pendidik MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang guru madrasah, 11 Februari 2025

⁵²Aina, Wakamad MA Yaspia Wani “Wawancara” Ruang TU madrasah, 12 Februari 2025

diperbaharui, hal ini akan membantu menarik lebih banyak calon peserta didik dan meningkatkan citra madrasah di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwasanya Madrasah Aliyah Yaspia Wani, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan manajemen strategi pemasaran yang diterapkan di madrasah ini sangat penting dalam mendorong perubahan dan meningkatkan daya tarik calon peserta didik. Meskipun beberapa upaya telah dilakukan, seperti penggunaan media sosial dan distribusi brosur, masih terdapat banyak tantangan yang harus dihadapi, terutama dalam hal pengelolaan konten yang lebih menarik dan variatif. Kepala Madrasah, guru, dan wakasek sepakat bahwa strategi pemasaran yang lebih inovatif dan aktif sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing madrasah ini.

Pentingnya strategi pemasaran yang efektif di Madrasah Aliyah Yaspia Wani adalah dengan memaksimalkan penggunaan media sosial dan platform digital untuk menampilkan prestasi Peserta didik, kegiatan ekstrakurikuler, serta keunggulan lainnya. Sebagai tenaga pendidik, mereka memiliki peran penting dalam mendukung promosi madrasah melalui kegiatan pembelajaran yang berkualitas dan juga berkontribusi dalam pengelolaan informasi yang lebih menarik. Hal ini akan membantu memperkenalkan madrasah kepada masyarakat dan calon peserta didik dengan cara yang lebih relevan dan efektif. Wakasek menekankan bahwa keberlanjutan dan konsistensi dalam penerapan strategi pemasaran akan sangat bergantung pada kolaborasi erat antara seluruh pihak di madrasah, termasuk kepala Madrasah, tenaga pendidik, serta orang tua dan masyarakat. Komitmen dari semua pihak untuk bekerja sama dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik madrasah sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang lebih inovatif, menarik, dan efektif menjadi hal yang harus diperhatikan dalam jangka panjang untuk memperkenalkan Madrasah Aliyah Yaspia Wani secara lebih luas dan menarik lebih banyak peserta didik. Dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan strategi pemasaran ini sangat bergantung pada konsistensi, kreativitas, dan komitmen dari seluruh pihak terkait. Dengan adanya upaya bersama dan peningkatan dalam pemanfaatan teknologi dan media sosial, madrasah ini diharapkan dapat lebih menarik minat calon peserta didik dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keunggulan yang dimiliki.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di MA Yaspia wani yang telah diuraikan, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Manajemen pemasaran di madrasah ini, mengaplikasikan prinsip POAC (Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Evaluasi) secara terstruktur. Perencanaan, Madrasah menyusun strategi promosi seperti membuat brosur dan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat calon peserta didik. pengorganisasian, Madrasah membentuk tim pemasaran yang terdiri dari guru dan staf untuk menjalankan rencana yang sudah dibuat. Pelaksanaan, Madrasah Melaksanakan Kegiatan promosi melalui berbagai saluran, baik offline (seperti penyebaran brosur) maupun online (melalui media sosial). Evaluasi, Madrasah melakukan evaluasi terhadap hasil promosi dengan melihat jumlah pendaftar, respon masyarakat, dan perbaikan strategi untuk ke depannya.
2. Adapun strategi Kepala madrasah telah merancang berbagai strategi untuk meningkatkan minat peserta didik baru, termasuk perencanaan yang matang dan kolaborasi antara seluruh stakeholder. Meskipun telah ada upaya untuk memanfaatkan media sosial dan brosur sebagai sarana promosi, implementasi strategi pemasaran masih terbatas. Konten yang disajikan di media sosial lebih banyak berisi pengumuman rutin dan kurang menonjolkan keunggulan madrasah, sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian calon peserta didik.

B. Implikasi Penelitian

1. Perlunya Penguatan Implementasi Strategi Pemasaran, bahwa strategi pemasaran masih terbatas dalam implementasinya menunjukkan perlunya tindakan nyata untuk mengoptimalkan perencanaan yang telah disusun. Madrasah perlu membentuk tim khusus pemasaran yang bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan platform digital secara lebih kreatif dan strategis.
2. Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi pentingnya pelatihan atau pendampingan teknis bagi staf madrasah dalam membuat konten digital. Konten yang menonjolkan keunggulan madrasah, seperti prestasi Peserta didik, kegiatan unggulan, fasilitas modern, atau testimoni alumni, akan lebih menarik bagi calon peserta didik dan orang tua mereka dibandingkan hanya memuat pengumuman rutin.
3. Penguatan Kolaborasi Stakeholder keterlibatan semua pihak guru, tenaga kependidikan, Peserta didik, dan orang tua—merupakan kunci sukses dalam pengelolaan strategi pemasaran. Maka, perlu dibangun budaya kolaboratif yang berkelanjutan agar seluruh elemen Madrasah merasa memiliki peran dalam mempromosikan lembaga.
4. Peningkatan Kualitas dan Sarana sebagai Bagian dari Strategi Pemasaran Tidak hanya promosi, kualitas pengajaran dan fasilitas juga merupakan bagian dari strategi pemasaran jangka panjang. Oleh karena itu, madrasah perlu terus berinovasi dalam metode pembelajaran, memperbarui sarana dan prasarana, serta memastikan bahwa layanan pendidikan yang diberikan mampu memenuhi harapan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Arifah, Alinur Armayanti.” *Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Kualitas Madrasah di Mts Annurain Lonrae*”, *Jurnal manajemen pendidikan islam*.
- Amiruddin dan Asikin ZI, *Pengantar Metode Penelitian Hukum, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 106*.
- Alma Buchari, “*Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*”, *Jurnal Alfabeta*, 2003. 45.
- ahmad Fitriana, *skripsi manajemen pemasaran dalam penerimaan peserta didik di MI darul hikmah bantarsoka kecamatan purwokerto barat kabupaten banyumas, (institut agama islam negeri : purwokerto), 2016*.
- Af’idah Iffah, Kurniawan Asep, “*Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam. Vol 01, No 01, 2020*”.
- Dwi Zuhriyo, Supriyanto Yazid Zamakhsyah “*Peran Humas Dalam Upayah Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru*” *Jurnal Manajemen Pendidikan Vol 08 No 04 Tahun 2020, 332-343*.
- Fradito Aditia , Suti’ah , Muliyadi, “*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Sd Islam Surya Buana*” *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam kecamatan Lowokwaru Kota Malang 2020*.
- fauzi Yayan, “*manajemen pemasaran prespektif maqasid syariah*” *Jurnal ilmiah ekonomi islam VOL. 01 NO. 03, 2015*.
- Ghony Djunaidi, Sriwahyuni dan Fauzan Almanshur, *Analisis dan Interpretasi Data Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Refika Aditama, 2020), 204*.
- Hidayah Rahmad, Wijaya Candra, *Ayat-Ayat Al-Qur’an Tentang Manajemen Pendidikan Islam, (Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia Medan), 2017, Hlm. 250 & 251*.

- Jalaluddin Ahmad, Hilman, Nurhayati, "Manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di ma palapa nusantara nw sebung" *Jurnal edukasi dan sains, Volume 5, Nomor 2, Agustus 2023; 84-96.*
- Mundir Abdillah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah" *Jurnal malia Vol 7, No 1, 2016.*
- Moleong Lexi J., *Metodologi Penelitian Kualitatif, (Edisi Revisi; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 171.*
- Milles B Matthew. Milles, et at, Qualitative data analisis diterjemahkan oleh Tjetjep Rohidi dengan Judul *Analisis Data Kualitatif, (Buku Sumber Tentang Metode Baru, Cet. 1; Jakarta: UI-Press, 2014), 16.*
- Munir M., "Manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik" *Jurnal Al-intizam Vol. 1, No.2, 2018*
- Margono S., *Metode Penelitian Pendidikan, (Cet . 2; Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 38*
- nurazizah Siti, *skripsi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MI salafiyah bangilan tuban, (universitas islam negeri sunan ampel : surabaya), 2021.*
- Putra Nusa, *Metode Penelitian, (Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 75.*
- Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 46*
- Subagiyono Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Praktek, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 39.*
- Supranto J., *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran, (Edisi baru 2012; Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 2.*
- DKK Khairul Azan, *Isu-Isu global Manajemen Pendidikan Islam, (cet 1 penerbit samudra biru, yogyakarta 2021)*
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Revisi, Cet. 12; Jakarta: 2002), 107.*

Trismayanti Suci, "*Strategi Guru dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik di Madrasah Dasar*" *jurnal pendidikan islam* Vol. 17 | No. 2 2019

Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Cet. 3; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 2.

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 *Tentang Sistem Pendidikan Nasional*.

Wijaya, "*Pemasaran Jasa Pendidikan*," (Cet I : Jakarta: Bumi Aksara, 2016, 13.).

Winarno Surahmad, *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2015), 155.

Yayan Alpian, M.Pd., Sri Wulan Anggraeni, M.Pd., Unika Wiharti., Nizmah Maratos Soleha, "*Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia*" *jurnal Buana Pengabdian* Vol. 1 No 1, 2019.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Trans Palu-Palolo Desa Pombewe Kec. Sigi Biromaru Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.uindatokarama.ac.id, email : humas@uindatokarama.ac.id

Nomor : 432 /Un.24/F.I/PP.00.9/02/2024
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian Untuk
Menyusun Skripsi

Palu, 06 Februari 2025

Yth. Kepala MA Yasria Wani II

di
Tempat

Assalamualaikum wr.wb

Dengan hormat, dalam rangka Penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) oleh Mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu :

Nama : Husen Muhammad Al Idrus
NIM : 211030046
Tempat Tanggal Lahir : Wani, 16 agustus 2002
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Jl. Kh. Mahmud
Judul Skripsi : "MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DALAM
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI MADRASAH
ALIYAH YASPIA WANI II"
No. HP : 085757692840

Dosen Pembimbing :
1. Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
2. Darmawansyah, M.Pd

maka bersama ini kami mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin untuk melaksanakan penelitian di Kantor yang Bapak/Ibu Pimpin

Demikian, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalam,
Dekan,



Dr. Saepudin Mashuri, S.Ag, M.Pd.I

NIP. 19731931 200501 1 070

PEDOMAN OBSERVASI

Melakukan penelitian ini, Penulis juga menggunakan pedoman observasi yang disusun dengan bertujuan mempermudah saat melakukan penelitian. Pedoman observasi mengenai “**Manajemen Pemasaran Madrasah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua**”, sebagai berikut yaitu:

1. Data keadaan MA. Yaspia Wani dua.
2. Letak geografis MA. Yaspia Wani dua.
3. Mengamati keadaan Guru dan kepala Madrasah MA. Yaspia Wani dua.
4. Mengamati Peran Kepala Madrasah dalam pengimplementasian Dan Strategi Manajemen Pemasaran Madrasah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua.

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Kondisi fisik, sarana dan prasarana di MA. Yaspia Wani dua.
2. Struktur Organisasi di MA. Yaspia Wani dua.
3. Data Tenaga Administrasi MA. Yaspia Wani dua.
4. Dokumentasi wawancara Bersama informan di MA. Yaspia Wani dua.

PEDOMAN WAWANCARA

Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan
Minat peserta Didik Di Madrasah
Aliyah Yaspia Wani Dua

Pertanyaan Untuk Kepala Madrasah MA. Yaspia Wani dua :

1. Apa visi dan misi Madrasah dalam pengimplementasian Manajemen Pemasaran Madrasah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua.?
2. Bagaimana POAC bagi kepala (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi) dalam implementasi Manajemen Pemasaran di Madrasah ini?
3. Strategi apa saja yang telah dirancang dalam pengimplementasian Manajemen Pemasaran?
4. Bagaimana cara Madrasah mempromosikan diri kepada masyarakat atau calon peserta didik,Apakah menggunakan saluran atau media (Misalnya : media sosial, brosur, seminar, atau lainnya) ?
5. Sejauh mana pemanfaatan teknologi khususnya media sosial yang digunakan oleh Madrasah dalam menarik minat peserta didik?
6. Apakah Madrasah mengadakan kegiatan atau program unggulan untuk menarik peserta didik baru,jika iya.bagaimana tanggapan dari masyarakat terhadap program-program tersebut ?
7. Bagaimana Madrasah mengevaluasi Manajemen strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Madrasah ?
8. Apakah Madrasah melihat adanya peningkatan minat peserta didik selama beberapa tahun terakhirJika, iya, faktor apa yang menurut Madrasah paling berpengaruh?
9. Menurut Bapak/Ibu, apakah kualitas pendidikan yang diberikan di Madrasah

Aliyah Yaspia Wani Dua sudah cukup menarik minat calon peserta didik?

10. Apa saja aspek yang dapat ditingkatkan di Madrasah agar lebih menarik bagi calon peserta didik dan orang tua?
11. Apa tantangan terbesar yang dihadapi oleh Madrasah dalam hal pemasaran pendidikan?
12. Bagaimana Madrasah mengatasi tantangan tersebut?
13. Apa harapan kepala Madrasah terkait pengembangan strategi pemasaran di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua ke depan, Apakah ada rencana untuk menerapkan pendekatan pemasaran baru yang lebih inovatif dalam beberapa tahun ke depan?

Pertanyaan Untuk Tenaga Pendidik MA. Yaspia Wani dua:

1. Apa yang Bapak/Ibu anggap sebagai keunggulan utama yang dimiliki oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua ?
2. Menurut Bapak/Ibu, apa saja strategi pemasaran yang diterapkan oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua untuk menarik peserta didik baru?
3. Bagaimana Bapak/Ibu berperan dalam upaya promosi Madrasah?
4. Apakah Bapak/Ibu merasa ada kebutuhan untuk meningkatkan upaya pemasaran Madrasah? Jika iya, dalam aspek apa saja?
5. Menurut Bapak/Ibu, apakah kualitas pendidikan yang diberikan di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua sudah cukup menarik minat calon peserta didik?
6. Apa saja aspek yang dapat ditingkatkan di Madrasah agar lebih menarik bagi calon peserta didik dan orang tua?
7. Apakah Bapak/Ibu merasa bahwa kegiatan ekstrakurikuler di Madrasah berperan dalam menarik minat peserta didik? Jika ya, kegiatan apa saja yang paling menarik bagi mereka?
8. Bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan calon peserta didik dan orang tua selama proses pendaftaran? Apakah ada peran guru dalam memberikan informasi terkait Madrasah?
9. Menurut Bapak/Ibu, sejauh mana Madrasah menyediakan dukungan yang memadai bagi guru untuk terlibat dalam pemasaran dan promosi Madrasah?
10. Apa saja hambatan yang Anda rasakan dalam pengimplementasian strategi pemasaran?
11. Apakah kepala Madrasah membantu Anda mengatasi hambatan tersebut? Jika ya, bagaimana?

12. Apa harapan bapak terkait pengembangan strategi pemasaran di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua ke depan, Apakah ada rencana untuk menerapkan pendekatan pemasaran baru yang lebih inovatif dalam dalam beberapa tahun ke depan?

Pertanyaan Untuk Peserta Didik di MA. Yaspia Wani dua:

1. Bagaimana Peserta didik mengetahui tentang Madrasah Aliyah Yaspia Wani?
2. Apa yang mendorong peserta didik untuk memilih Madrasah Aliyah Yaspia Wani sebagai tempat melanjutkan pendidikan?
3. Apakah peserta didik pernah melihat atau mendengar tentang promosi atau informasi mengenai Madrasah Aliyah Yaspia Wani? Jika ya, dari mana sumber informasi tersebut (misalnya, brosur, media sosial, teman, pameran pendidikan, dll)?
4. Menurut peserta didik, bagaimana cara Madrasah Aliyah Yaspia Wani mempromosikan dirinya kepada calon peserta didik?
5. Faktor apa yang menurut peserta didik paling penting dalam memilih Madrasah Aliyah Yaspia Wani (misalnya: fasilitas, kualitas pengajaran, program unggulan, lokasi, harga, dsb.)?
6. Apakah peserta didik merasa informasi yang disediakan oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani cukup jelas dan mudah dipahami?
7. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan Madrasah Aliyah Yaspia Wani mempengaruhi keputusan peserta didik untuk mendaftar di sini?
8. Apakah peserta didik merasa bahwa informasi yang diberikan membantu Anda dalam membuat keputusan?
9. Menurut peserta didik, bagaimana cara Madrasah Aliyah Yaspia Wani bisa meningkatkan strateginya untuk menarik lebih banyak peserta didik baru?
10. Apa yang dapat diperbaiki agar Madrasah Aliyah Yaspia Wani lebih dikenal dan diminati oleh calon peserta didik?
11. Bagaimana pengalaman peserta didik sejauh ini selama belajar di Madrasah Aliyah Yaspia Wani?
12. Apakah fasilitas yang disediakan oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani memenuhi harapan peserta didik (misalnya, ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, dsb.)?
13. Bagaimana penilaian peserta didik terhadap kualitas pengajaran yang diberikan oleh para guru di Madrasah Aliyah Yaspia Wani?
14. Sejauh mana informasi yang diterima melalui promosi atau media sosial mempengaruhi pandangan peserta didik tentang Madrasah Aliyah Yaspia Wani saat pertama kali mendaftar

Pertanyaan Untuk Orang Tua Peserta Didik di MA. Yaspia Wani dua:

1. Bagaimana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui tentang Madrasah Aliyah Yaspia Wani?
2. Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk memilihkan Madrasah Aliyah Yaspia Wani bagi anak Anda?
3. Apakah Bapak/Ibu mendapatkan informasi mengenai Madrasah Aliyah Yaspia Wani melalui promosi seperti brosur, media sosial, atau iklan lainnya?
4. Sejauh mana informasi yang disampaikan Madrasah Aliyah Yaspia Wani mempengaruhi keputusan Anda dalam memilihkan Madrasah ini untuk anak Bapak/Ibu?
5. Apa faktor yang paling Anda pertimbangkan dalam memilihkan Madrasah Aliyah Yaspia Wani untuk anak Bapak/Ibu? (misalnya: kualitas pendidikan, fasilitas, program keagamaan, biaya, dsb.)
6. Apakah Bapak/Ibu merasa Madrasah Aliyah Yaspia Wani telah memenuhi harapan Anda terkait kualitas pendidikan dan pengajaran yang diberikan kepada anak Bapak/Ibu?
7. Menurut Bapak/Ibu, apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani efektif untuk menarik minat orang tua dalam memilih Madrasah ini?
8. Bagaimana Bapak/Ibu menilai komunikasi yang dilakukan oleh pihak madrasah dalam memberikan informasi kepada orang tua dan calon peserta didik?
9. Apa yang menurut Bapak/Ibu dapat diperbaiki oleh Madrasah Aliyah Yaspia Wani dalam hal promosi dan pemasaran untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru?
10. Adakah informasi atau layanan yang menurut Bapak/Ibu perlu disampaikan lebih jelas kepada orang tua dalam proses pendaftaran anak?

Pertanyaan Untuk Wakasek bid. KePeserta didikan di MA. Yaspia Wani dua:

1. Bagaimana bapak menilai efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua hingga saat ini?
2. Apa yang menjadi tantangan terbesar yang bapak hadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran di madrasah?
3. Sejauh mana media sosial telah digunakan untuk mempromosikan madrasah dan apakah bapak merasa sudah cukup optimal dalam pemanfaatannya?
4. Apakah ada saluran pemasaran lain selain media sosial yang Anda rasa perlu lebih dimaksimalkan oleh madrasah?
6. Apa harapan Anda mengenai pengelolaan strategi pemasaran madrasah di masa depan? Apakah ada rencana untuk menggunakan pendekatan pemasaran yang lebih inovatif atau kreatif?
7. Apakah Anda melihat adanya potensi pengembangan program atau kegiatan tertentu yang dapat dijadikan daya tarik dalam pemasaran madrasah?
9. Sebagai Wakil Kepala Madrasah, peran apa yang Anda ambil dalam implementasi dan pengembangan strategi pemasaran di madrasah?
10. Apa yang menjadi prioritas Anda dalam memperbaiki dan meningkatkan pemasaran madrasah untuk masa depan?
11. Bagaimana kolaborasi antara Anda dengan kepala Madrasah dan guru dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran?
12. Apakah madrasah memiliki mekanisme evaluasi terhadap strategi pemasaran yang sudah dilakukan? Jika iya, bagaimana cara evaluasi tersebut dilakukan dan apa hasilnya?
13. Apa yang perlu diperbaiki dari strategi pemasaran yang telah dilakukan agar dapat menarik lebih banyak calon peserta didik di masa yang akan datang?
14. Apa harapan bapak terkait pengembangan strategi pemasaran di Madrasah Aliyah Yaspia Wani Dua ke depan, Apakah ada rencana untuk menerapkan pendekatan pemasaran baru yang lebih inovatif dalam beberapa tahun ke depan?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Trans Palu-Palolo Desan Pom...
Website : www.uindatokarama.ac.id, email : uindatokarama.ac.id

DAFTAR INFORMAN

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Husen Muhammad Alidrus
TTL : wani 16 agustus 2002
Jurusan : Manajemen pendidikan islam
Alamat : wani 2 kab.donggala
Judul :
NIM : 211030045
Jenis Kelamin : laki-laki
Semester : 6
HP : 085397620398

Judul I

Manajemen sarana prasarana dalam menunjang prestasi belajar peserta didik di madrasah aliyah yaspia wani

Judul II

Pengaruh manajemen sarana prasarana terhadap pencapaian akreditasi di madrasah aliyah yaspia wani

Judul III

Manajemen pemasaran sekolah dalam upaya meningkatkan minat peserta didik di madrasah aliyah yaspia wani

Palu, 23 - APRIL 2024
Mahasiswa,

Nama Husen Muhammad Alidrus
NIM. 211030046

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan:

Pembimbing I : *Dr. Naima, S.Ag., M.Pd.*

Pembimbing II : *Darmawansyah, M.Pd.*

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Pengembangan Kelembagaan

Ketua Program Studi,

Dr. Naima, S.Ag., M.Pd.
NIP. 19751021 200604 2 001

Darmawansyah, M.Pd.
NIP. 19890320 2019031008

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR : 964 TAHUN 2024

TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

- Menimbang : a. bahwa penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu, untuk itu dipandang perlu menetapkan pembimbing proposal dan skripsi bagi mahasiswa;
b. bahwa saudara yang tersebut namanya di bawah ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas tersebut;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan pada huruf a dan b tersebut, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2021, tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 2021 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
7. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 178/U/2001 tentang Gelar dan Lulusan Perguruan Tinggi;
8. Keputusan Menteri Agama tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu Nomor 529/Un.24/KP.07.6/11/2023 masa jabatan 2023-2027

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
- KESATU : Menetapkan saudara
1. Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
2. Darmawansyah, M.Pd
sebagai Pembimbing I dan II bagi Mahasiswa :
Nama : Husen Muhammad Alidrus
NIM : 21.1.03.0045
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI MADRASAH ALIYAH YASPIA WANI
- KEDUA : Tugas Pembimbing tersebut adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa, mulai penyusunan proposal sampai selesai menjadi sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi;
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya keputusan ini, dibebankan pada dana DIPA UIN Datokarama Palu Tahun Anggaran 2024
- KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa apabila di kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini maka diadakan perbaikan sebagaimana mestinya
- KELIMA : SALINAN keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sigi
Pada Tanggal : 16 Mei 2024
Dekan,



Dr. Saepudin Mashuri, S.Ag, M.Pd
NIP. 19731231 200501 1 070



معهد التربية الإسلامية ومؤسسة الإجتماعية الأولية

YAYASAN SOSIAL PESANTREN ISLAM AWWALIYAH

MADRASAH ALIYAH YASPIA WANI

KEC. TANANTOVEA KAB. DONGGALA PROVINSI SULAWESI TENGAH

email yaspia.wani@yahoo.com Tlp. 085241010777

Alamat: Jl. Pembauran No.45 Wani Dua Kec. Tanantovea, Kabupaten Donggala, Sulawesi Tengah

ADIRI SEMINA

SURAT KETERANGAN PELAKSANAAN PENELITIAN

Nomor: 02 /MA-YAS/WN/V/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mujarrab, S.Ag
Nip : -
Pangkat/Golongan : -
Jabatan : Kepala Madrasah Aliyah Yaspia Wani

Menerangkan bahwa :

Nama : Husen Muhammad Al Idrus
NIM : 211030046
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan

Memang benar bahwa mahasiswa tersebut di atas suda melaksanakan Penelitian untuk penyusunan Skripsi dengan Judul "Manajemen Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik" di MA Yaspia Wani.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wani, 29 Mei 2025

Kepala Madrasah





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

Jl. Trans Palu-Palolo Desa Pombewe Kec. Sigi Biromaru Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.uindatokarama.ac.id, email : humas@uindatokarama.ac.id

BERITA ACARA
UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 09 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi:

Nama : Husen Muhammad Al-idrus
NIM : 211030046
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islama
Judul : MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI MADRASAH
ALIYAH YASPIA WANI DUA
Pembimbing : I. Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
II. Darmawansyah, M.Pd
Penguji : Dr. Samintang, S.Sos., M.Pd

SARAN-SARAN PENGUJI/PEMBIMBING

NO.	YANG DINILAI	NILAI	PERBAIKAN
1	ISI		
2	BAHASA & TEKNIS PENULISAN		
3	METODOLOGI		
4	PENGUASAAN		
5	JUMLAH		
6	NILAI RATA-RATA	92	

Palu, Selasa, 09 Juli 2024

Mengetahui
Ketua Jurusan MPI

Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031008

Penguji

Dr. Samintang, S.Sos., M.Pd
NIP. 196704072023212000

Catatan

Nilai menggunakan angka :

1. 85-100 = A

2. 80-84 = A-

3. 75-79 = B+

4. 70-74 = B

5. 65-69 = B-

6. 60-64 = C+

7. 55-59 = C

8. 50-54 = D (Tidak Lulus)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

Jl. Trans Palu-Palolo Desa Pombewe Kec. Sigi Biromaru Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.uindatokarama.ac.id, email : humas@uindatokarama.ac.id

BERITA ACARA
UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 09 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi:

Nama : Husen Muhammad Al-idrus
NIM : 211030046
Program Studi : **Manajemen Pendidikan Islam**
Judul : MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI MADRASAH
ALIYAH YASPIA WANI DUA
Pembimbing : I. Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
II. Darmawansyah, M.Pd
Penguji : Dr. Samintang, S.Sos., M.Pd

SARAN-SARAN PENGUJI/PEMBIMBING

NO.	YANG DINILAI	NILAI	PERBAIKAN
1	ISI		
2	BAHASA & TEKNIS PENULISAN		
3	METODOLOGI		
4	PENGUASAAN		
5	JUMLAH		
6	NILAI RATA-RATA	90	

Palu, Selasa, 09 Juli 2024

Mengetahui
Ketua Jurusan MPI

Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031008

Pembimbing I

Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
NIP. 197708112003122000

Catatan

Nilai menggunakan angka :

1. 85-100 = A

2. 80-84 = A-

3. 75-79 = B+

4. 70-74 = B

5. 65-69 = B-

6. 60-64 = C+

7. 55-59 = C

8. 50-54 = D (Tidak Lulus)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

Jl. Trans Palu-Palolo Desa Pombewe Kec. Sigi Biromaru Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.uindatokarama.ac.id, email : humas@uindatokarama.ac.id

BERITA ACARA
UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 09 Juli 2024 telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi:

Nama : Husen Muhammad Al-idrus
NIM : 211030046
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI MADRASAH
ALYAH YASPIA WANI DUA
Pembimbing : I. Dr. Jihan, S.Ag., M.Ag
II. Darmawansyah, M.Pd
Penguji : Dr. Samintang, S.Sos., M.Pd

SARAN-SARAN PENGUJI/PEMBIMBING

NO.	YANG DINILAI	NILAI	PERBAIKAN
1	ISI		
2	BAHASA & TEKNIS PENULISAN		
3	METODOLOGI		
4	PENGUASAAN		
5	JUMLAH		
6	NILAI RATA-RATA	90	

Palu, Selasa, 09 Juli 2024

Mengetahui
Ketua Jurusan MPI

Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031008

Pembimbing II

Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031000

Catatan

Nilai menggunakan angka :

1. 85-100 = A

2. 80-84 = A-

3. 75-79 = B+

4. 70-74 = B

5. 65-69 = B-

6. 60-64 = C+

7. 55-59 = C

8. 50-54 = D (Tidak Lulus)

TATA TERTIB SEMINAR

A. PENDAFTARAN

1. Minimal 1 minggu sebelum seminar telah mendaftar kepada ketua program studi dan menyerahkan proposal 3 eksample (1 Dosen pembimbing I, 1 Dosen pembimbing II dan 1 Ketua Program Studi)
2. Menyiapkan abstrak dan pokok-pokok pikiran dalam bentuk Hand Out/Print Out Power Point untuk dibagikan kepada calon peserta seminar
3. Membuat pengumuman seminar dan mempelikannya di depan pengumuman dengan sepengetahuan Ketua Program Studi.
4. Telas melaksanakan/menghadiri seminar minimal 10 kali.

B. PELAKSANAAN SEMINAR

1. Dihadiri minimal oleh seorang dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi serta 20 orang pembeding umum (mahasiswa)
2. Waktu seminar 1-2 jam
3. Meminta hasil penilaian/koreksian/perbaikan sesaat setelah seminar usai, kepada dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi

KARTU SEMINAR

PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

NAMA

MUSEU MUHAMMAD ALIDRUS

T.T.L

WAKIL 16-08-2002

NIM.

211030046

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

ALAMAT

WAKIL, Jln. Kr. Makmud



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU

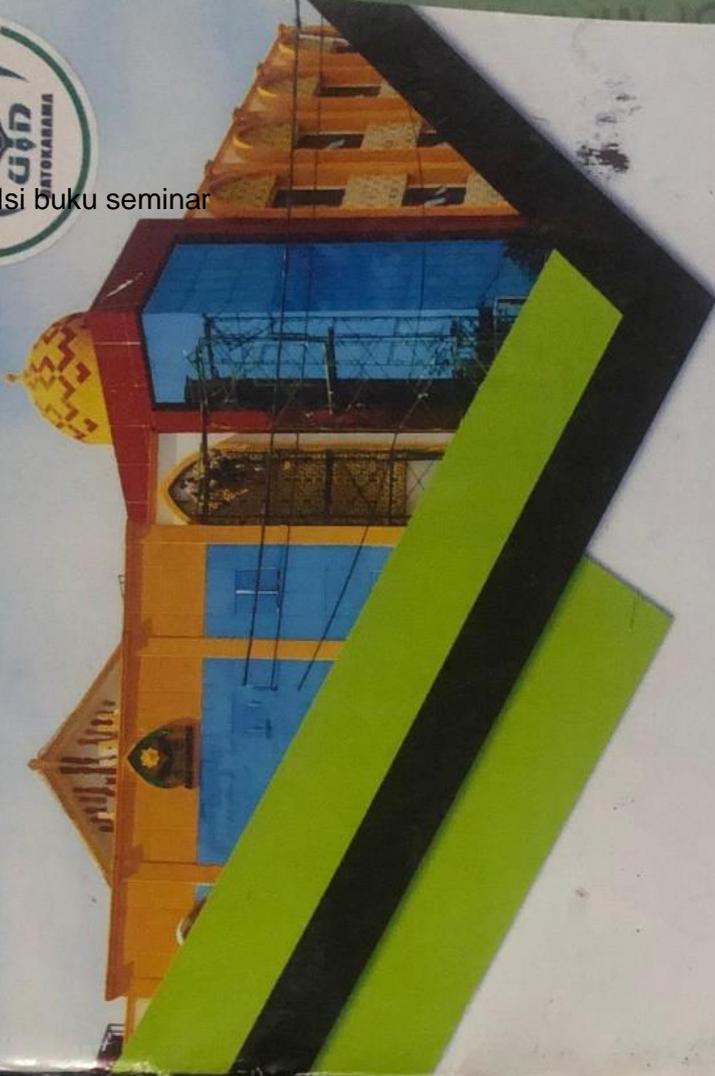


FAKULTAS TARBİYAH & ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS
NEGERI ISLAM
(UIN) DATOKARAMA PALU

f FTik UIN Datokarama Palu
www.ftik.uindatokarama.ac.id



Isi buku seminar



BUKU KONSULTASI PEMBIMBINGAN SKRIPSI

NAMA

.....

NIM

.....

JURUSAN /PRODI :

DOKUMENTASI PENELITIAN

Papan Tanda Pengenal Madrasah MA Yaspia Wani Dua



Wawancara Bersama Bapak Mujarab S,Ag Selaku Kepala Madrasah MA Aliyah Yaspia Wani Dua



Wawancara Bersama Bapak Fathul Selaku Tenaga Pendidik MA Aliyah Yaspia Wani Dua



Wawancara Bersama Ibu Sri Lestari S,Pd,I Selaku Wakamad MA Aliyah Yaspia Wani Dua



Wawancara Bersama Rio Syaputra Selaku Peserta Didik MA Aliyah Yaspia Wani Dua



Wawancara Bersama Meneng Selaku Orang Tua Peserta Didik MA Aliyah Yaspia Wani Dua



Domentasi Gedung Madrasah



Domentasi Kantor Kepala Madrasah



Domentasi Ruang Belajar



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. Identitas Pribadi

Nama	: Husen Muhammad Alidrus
NIM	: 211030046
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas	: Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Tempat Tanggal Lahir	: Wani 16 Agustus 2002
Agama	: Islam
Anak ke-	: Pertama
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: jln kh Mahmud Wani dua

2. identitas Orangtua

a. Nama Ayah	: Muhammad Alidrus
Agama	: Islam
Alamat	: Palu
Pekerjaan	: Wiraswasta
b. Nama Ibu	: Apriani
Agama	: Islam
Alamat	: jln kh Mahmud Wani dua
Pekerjaan	: Wiraswasta

3. Latar Belakang Pendidikan

- Alumni MI Alamiin Wani
- Alumni SMP Alkhairaat 2 Palu
- Alumni SMK Alkhairaat Palu