

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DI MTS GUPPI 1 KESUMADADI LAMPUNG TENGAH**

Skripsi

**NENY TRI YULIANI
NPM : 1811030380**



**Program Studi :Manajemen Pendidikan Islam
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023M**

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DI MTS GUPPI 1 KESUMADADI LAMPUNG TENGAH**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat

Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



Pembimbing I : Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag
Pembimbing II : Dr. Ali Murtadho, M.S.I

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/ 2023 M**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah mengalami penurunan jumlah murid ditengah persaingan pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data berupa dokumen dan hasil wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, wawancara dengan kepala sekolah, waka kurikulum, Guru, tata usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah masih kurang baik. yaitu :1) Produk (*Product*), MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah menawarkan produk berupa program tahfiz, pencak silat, rohis, pramuka, voly dan futsal. 2) Harga (*Price*), harga yang ditetapkan oleh MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yaitu Rp. 500.00 untuk per 1 tahunnya. 3) Tempat (*Place*), MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah terletak ditempat yang strategis karena mudah dijangkau oleh masyarakat. 4) Promosi (*Promotion*), promosi yang dilakukan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah melalui brosur, facebook, whatsapp, dan promosi secara langsung oleh masyarakat. 5) Orang (*People*), kualifikasi akademik tenaga pendidik sudah cukup baik telah memenuhi kriteria kepegawaian. 6) Bukti Fisik (*Physical evidence*), sarana dan prasarana di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah sudah cukup memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar. 7) Proses (*Process*), proses di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yaitu seleksi penerimaan calon peserta didik baru dengan cara tes tertulis, bacatulis al-qur'an. MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah masi menggunakan kurikulum K13.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Jasa Pendidikan.

ABSTRACT

This research was conducted because at MTs Guppi 1 Kesumadadi, Central Lampung, there was a decrease in the number of students amid educational competition. This study aims to find out how the marketing mix of educational services is implemented at MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung.

This research is a qualitative research with data sources in the form of documents and interview results. Data collection was carried out by means of field observations, interviews with school principals, vice curricula, teachers, and administration.

The results showed that the educational marketing strategy at MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung was still not good, namely: 1) Products, MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung offers products in the form of tahfiz, martial arts, spiritist, scout, volleyball and futsal programs. 2) Price (Price), the price set by MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung is Rp. 500.00 for 1 year. 3) Place, MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung is located in a strategic place because it is easy to reach by the community. 4) Promotion, promotion carried out by MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung through brochures, Facebook, WhatsApp, and direct promotion by the public. 5) People, the academic qualifications of the teaching staff are good enough to meet the staffing criteria. 6) Physical evidence, facilities and infrastructure at MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung are sufficient and support the teaching and learning process. 7) Process, the process at MTs Guppi 1 Kesumadadi Central Lampung, is the selection of prospective new students by means of written tests, reading and writing the al-qur'an

Keywords: Marketing Strategy, Educational Services.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Neny Tri Yuliani
NPM : 1811030380
Jurusan Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pendidikan Di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, April2023



Neny Tri Yuliani
NPM. 1811030380



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame | Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887; Email humas@radenintan.ac.id
Website: www.radenintan.ac.id

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1
Kesumadadi Lampung Tengah**

Nama Mahasiswa : Neny Tri Yuliani

NPM : 1811030380

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah Dan Keguruan

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag

NIP: 196704201998031002

Dr. Ali Murtadho, M.S.I

NIP: 197907012009011014

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Dr. H. Yetri, M.Pd

NIP. 196512151994032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame | Bandar Lampung 35131

Telp.(0721) 780887; Email humas@radenintan.ac.id

Website: www.radenintan.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah”** Disusun oleh: **Neny Tri Yuliani NPM :1811030380**, Program studi: **Manajemen Pendidikan Islam**. Telah di ujiikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung, pada hari/ tanggal: **Selasa, 20 Juni 2023, Pukul 09:00 -10:30 WIB.**

TIM MUNAQOSYAH

Ketua : **Dr. Riyuzen Praja Tuala, M.Pd** (.....) 

Sekretaris : **Sri Purwanti N, M.Pd** (.....) 

Penguji Utama : **Dr. Hj. Eti Haqjati, M.Pd** (.....) 

Penguji Pendamping I : **Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag** (.....) 

Penguji Pendamping II : **Dr. Ali Murtadho, M.S.I** (.....) 

Mengetahui
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Prof. Dr. Hj. Nirva Diana, M.Pd. 

NIP. 19640828 198803 2 002

MOTTO

وَالَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

*“Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.*¹

(QS. An-Nisa (4) : 29)



¹ Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia), Al-'Aliyy Al-Quran dan Terjemah, (Jln. Moh. Toha 44-46 Bandung 40252), h.65

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrahim...

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Stara I di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dari lubuk hati yang paling dalam karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Ibunda Sopinah, terimakasih ibu, ibu yang telah membesarkanku, mengasuh, memberi kasih sayang yang sangat tulus kepadaku serta senantiasa berdo'a, yang selalu tabah dan sabar demi keberhasilanku.
2. Ayahanda Zainuddin Anwar, terimakasih ayah, ayah yang telah mengajarkanku menjadi anak perempuan yang kuat, mandiri dan bertanggung jawab.
3. Kakakku tersayang Nurul Mu'minah, S.Pd dan Dwi Purnama Sari, S.H, terimakasih atas dukungan baik secara moril maupun secara material serta motivasi dan semangat sehingga studiku dapat terselsaikan.
4. Suamiku Tercinta Chris Tri Anggita, Terimakasih sudah bersedia menemani dalam setiap proses menyelesaikan pendidikan dengan penuh dukungan semangat dan motivasi.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

RIWAYAT HIDUP

Neny Tri Yuliani dilahirkan di Kesumadadi Lampung Tengah pada tanggal 21 Juli 1999, anak ketiga dari pasangan Sopinah dan Zainuddin Anwar. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK PTPN 7 Bekripada tahun 2005, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tingkat dasar di SDN 1 Kesumadadi selesai pada tahun 2011, kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan menengah pertama di MTs Guppi 1 Kesumadadi selesai pada tahun 2014, dan kemudian pada tahun yang sama melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Kesuma Bhakti. Penulis mengambil jurusan IPS dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Prodi Manajemen Pendidikan Islam dengan penuh harap untuk menambah ilmu pengetahuan penulis. Penulis mengikuti organisasi pertama kali pada tingkat Madrasah Tsanawiyah (MTs) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah, yaitu Pramuka dan Rohis kemudian pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Kesuma Bhakti Bekri mengikuti organisasi Pramuka, Seni Tari, dan Osis kemudian pada tingkat perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung penulis mengikuti organisasi Ampibi, Pramuka Dan PMII.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai do'adan kedua orangtua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi negeri Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah".

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari akan adanya kekurangan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada Bpk dan Ibu:

1. Prof. Dr. Hj. Nirva Diana, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
2. Dr. Hj. Yetri, M.Pd selaku Ketua Jurusan dan Dr. Riyuzen Praja Tuala, M. Pd selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang telah membantu melancarkan proses Perkuliahan saya selama ini.
3. Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Dr. Ali Murtadho, M.S.I selaku dosen pembimbing II terimakasih atas motivasi, saran, kritik dan banyak meluangkan waktunya yang telah memberikan bimbingan demi terselesainya karya ilmiah ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang tak hentinya memberikan ilmu dalam perkuliahan.
5. Kepala Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung beserta Stab nya, dan Kepala Perpustakaan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung beserta Stab nya.

6. Kepala MTs Guppi 1 Kesumaddai Lampung Tengah, dan guru-guru MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yang telah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tuaku, kakak- kakak kandungku yang tersayang yang telah memberikan inspirasi, motivasi, semangat, harapan serta keceriaan ditengah perjuanganku dalam menyelesaikan skripsi.
8. Keluarga besar saya yang selalu memberikan arahan, motivasi, nasehat dan kebahagiaan di dalam perjalanan menempuh pendidikan ini.
9. Sahabat sahabat ku tercinta Mega, Desti, Rekan-rekan senasib seperjuangan, mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2018 khususnya MPI kelas D.
10. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta.

Akhir kata penulis berharap segala bantuan, pengorbanan, do'a, dan harapan kita semua mendapat balasan dari Allah SWT. Dengan rasa mendalam penulis memohon ridho seraya berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Bandar Lampung,.....



Neny Tri Yuliani
NPM. 1811030380

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. PenegasanJudul	1
B. Latar BelakangMasalah.....	2
C. Fokus dan Subfokus Penelitian	8
D. RumusanMasalah	5
E. TujuanPenelitian	9
F. ManfaatPenelitian	9
G. KajianPenelitianTerdahulu yang Relevan	10
H. MetodePenelitian	27
1. Tempat Penelitian	28
2. Jenis Penelitian	28
3. Sumber Data	29
4. Teknik Pengumpulan Data	29

5. Uji Keabsahan Data	29
6. Analisis Data.....	29
I. Sistematika Pembahasan	34

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Pendidikan	21
1. Pengertian Strategi.....	24
2. Konsep Pemasaran.....	27
3. Konsep Strategi Pemasaran Pendidikan	31
4. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	34
B. Unsur-unsur Pemasaran.....	37
1. Unsur Strategi Pemasaran	37
2. Unsur Taktik Pemasaran	38
3. Unsur Nilai Pemasaran	29
C. Strategi Bauran Pemasaran.....	29
1. Product (Produk).....	30
2. Price (Harga)	31
3. Place (Tempat).....	31
4. Promotion(Promosi)	32
5. People (SDM)	32
6. Physical Evidence (Bukti Fisik).....	32
7. Process (Proses).....	33
D. Citra (Image) Terhadap Lembaga	34
E. Variabel Yang Menimbulkan Citra (Image).....	35

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Profil Madrasah	54
2. Sejarah Singkat MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.....	55
3. Visi Misi MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.....	55
4. Struktur Organisasi MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.....	56
5. Keadaan Guru dan Karyawan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	57

6. Keadaan Peserta Didik MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.....	58
7. Keadaan Sarana dan Prasarana MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.....	59
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	60
1. Product (Produk)	60
2. Price (Harga)	64
3. Place (Tempat)	66
4. Promotion(Promosi)	69
5. People (SDM).....	72
6. Physical Evidence (Bukti Fisik)	74
7. Process (Proses).....	77

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

A. Analisis Data Penelitian	81
1. Product (Produk)	81
2. Price (Harga)	89
3. Place (Tempat)	93
4. Promotion(Promosi)	98
5. People (SDM).....	103
6. Physical Evidence (Bukti Fisik)	108
7. Process (Proses).....	113
B. Temuan Penelitian	117

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	125
B. Rekomendasi.....	127

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peserta Didik di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	4
Tabel 1.2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 3.1 Data Profil MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	39
Tabel 3.2 Keadaan Guru dan Karyawan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	42
Tabel 3.3 Keadaan Peserta Didik di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	42
Table 3.4 Keadaan sarana dan Prasarana MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	78
Lampiran 2 Transkripsi Wawancara	80
Lampiran 3 Kisi Kisi Instrumen Dokumentasi.....	87
Lampiran 4 Gambar Dokumentasi	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Guna menghindari kesalahpahaman, secara singkat penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

1. Strategi Pemasaran

Strategi merupakan sebuah rencana atau program-program yang terencana untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan.²

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran, (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.³

Strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah tentang target pasar/sasaran dan penerapan bauran pemasaran yang diterapkan oleh MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah, yang terdiri dari 7P yakni program sekolah/produk sekolah (*product*), biaya pendidikan (*price*), lokasi sekolah (*place*), promosi produk sekolah (*promotion*), sumber daya manusia (*people*), keadaan fisik sekolah (*physical evidence*) dan proses memasarkan produk (*process*).

2. Pendidikan

Pendidikan adalah upaya yang dapat mempercepat pengembangan potensi manusia untuk mampu mengembangkan tugas yang di bebaskan

²Garum dan Syahrul, *Manajemen Bisnis Pendidikan* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2017), 16.

³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ed. by Cv. Andi Offset (Yogyakarta, 2017), p. 15.

kepadanya.⁴Sedangkan yang dimaksud pendidikan dalam sisdiknas yaitu pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.⁵

3. MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah

MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah adalah suatu lembaga pendidikan formal jenjang tingkat menengah yang berada dibawah naungan Departemen Pendidikan Agama. Terletak di Jl. Karyo Amin No.3, Kesumadadi, Bekri, Lampung Tengah.

Oleh karena itu yang dimaksud dari judul penelitian ini adalah tentangstrategi pemasaran pendidikan sekolah yang tepat akan memicu tumbuh kembangnya pendidikan di dalam suatu lembaga pendidikan. Pada akhirnya hasil pendidikan yang berupa sumber daya manusia akan dapat digunakan untuk kebutuhan masyarakat di luar maupun di dalam bidang pendidikan itu sendiri.

B. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan didalam dunia pendidikan menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasaran dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. dalam hal ini, strategi pemasaran pendidikan memiliki posisi yang sangat penting di dunia yang telah memasuki zaman

⁴Syaifuddin Udin dan Syamsuddin Abin, *Perencanaan Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 6.

⁵*Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS): Beserta Penjelasannya*, ed. by Citra Umbara (Bandung, 2003), 3.

globalisasi, zaman dimana kemampuan sudah masuk di semua kehidupan.

Zaman sekarang ini terdapat banyak persaingan didalam lembaga pendidikan sehingga setiap lembaga pendidikan harus mampu mengikuti kompetisi dalam dunia pendidikan, karena tidak dapat dipungkiri bahwa dalam pendidikan di Indonesia ini memiliki persaingan yang sangat luar biasa. Setiap lembaga pendidikan harus memiliki kompeten dalam memasarkan lembaga pendidikannya agar sumberdaya manusia dan mutu dalam lembaga itu bisa berkembang dan maju, maka dari itu setiap lembaga pendidikan membutuhkan strategi pemasaran pendidikan agar sekolah mampu bertahan dan bertumbuh. Dalam Q.S Al-Baqarah ayat 148

وَلِكُلِّ جَهَّةٍ هُمْ مَوْلِيَاهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِنَّا بِمَا تَكُونُوا آيَاتِكُمْ أَلْفًا هُجْمًا إِنَّا لَنَافِعُ لَكُمْ شَيْءٍ قَدِيدٍ

Artinya :

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

Dari ayat diatas apabila dikaitkan dalam persaingan antar lembaga pendidikan khususnya walaupun persaingan di era globalisasi ini bergerak cepat namun tetap pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran tetap diperhatikan, sehingga diharapkan perusahaan atau dalam hal ini lembaga pendidikan tidak akan serta merta menjalankan pengelolaan pendidikan demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat mengubah suatu menjadi lebih baik lagi, sehingga lembaga pendidikan bisa menjaga keseimbangan program pendidikan yang dapat berjalan dengan lebih baik dan menjadikan eksistensi lembaga pendidikan tetap stabil dan berkelanjutan.

Pemasaran untuk lembaga pendidikan (terutama sekolah / madrasah) sangat penting. *Pertama*, kita sebagai lembaga nirlaba yang melakukan layanan pendidikan untuk semua tingkatan, masyarakat dan "pelanggan" (siswa, orang tua dan pihak terkait lainnya) memverifikasi bahwa informasi di bawah lembaga pendidikan kita masih ada dan terus berkembang. *Kedua*, kita perlu meyakinkan masyarakat dan "klien" bahwa layanan pendidikan yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan mereka. *Ketiga*, kita perlu melaksanakan kegiatan pemasaran untuk memastikan bahwa macam dan jenis layanan pendidikan yang kita lakukan dapat dipahami. *Keempat*, untuk memastikan bahwa keberadaan lembaga pendidikan yang dikelola tidak tertinggal oleh masyarakat luas dan "pelanggan" potensial.⁶

Tujuan pemasaran pendidikan adalah: 1. untuk menginformasikan kepada publik tentang produk lembaga pendidikan, 2. untuk meningkatkan keinginan dan minat produk lembaga pendidikan, 3. untuk membedakan produk lembaga pendidikan dari lembaga pendidikan lainnya. 4. untuk memberikan peringkat yang lebih baik bagi masyarakat dengan produk yang ditawarkan dan 5. untuk menstabilkan lisensi dan pentingnya lembaga pendidikan di masyarakat.⁷ Jadi apa yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah untuk menarik pelanggan yang berfokus pada tujuan, terlepas dari apakah itu kualitas atau kuantitas pelanggan potensial (siswa).⁸ Fungsi pemasaran pendidikan, bagaimanapun, adalah langkah dalam proses inovasi ketika lembaga pendidikan perlu bersaing untuk mendapatkan pelanggan.⁹

⁶ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Upaya untuk meningkatkan Daya Saing Sekolah : Jurnal Pendidikan Penabur*.(Jakarta : BPK Penabur.2008), 42

⁷ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta. 2009), Cet. 1. 348.

⁸ Qomar, M,*Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru. Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*. (Jakarta: Erlangga.2007), 200

⁹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta. 2009), Cet. 1. 348.

Layanan pendidikan pemasaran memerlukan strategi yang baik untuk meningkatkan pengguna di lembaga pendidikan. Unsur-unsur dari strategi pemasaran terdiri dari tujuh P, yaitu 4 P tradisional: Product, Price, Place, Promotion, dan P 3 di Jasa Pemasaran: People, Physical evidence, process.¹⁰

Marketing jasa pendidikan yaitu kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumendengan cara yang memuaskan. Pada saat penerimaan siswa baru tiap tahunmuncul iklan-iklan dari sekolah, seperti pada surat kabar,radio, selebaran cetak, brosur dan spanduk di pinggir jalan dan lain-lain.Semua ini bertujuan untuk menarik perhatian calon siswa. Hal ini barumerupakan gejala *marketing* dalam tingkat permulaan. Etika *marketing* sangatmenghindari karakter yang tidak baik, danmengharapkan lembaga pendidikan menawarkan mutu layanan *intelektual* dan pembentukan watak secara menyeluruh.

Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan sekolah yang tepat akan memicu tumbuh kembangnya pendidikan di dalam suatu lembaga pendidikan. Pada akhirnya hasil pendidikan yang berupa sumber daya manusia akan dapat digunakan untuk kebutuhan masyarakat di luar maupun di dalam bidang pendidikan itu sendiri. Hal itu juga berlaku dalam dunia pendidikan, meskipun lembaga pendidikan tidak termasuk lembaga profit, namun pengelolaanya tidak dapat dilakukan secara tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan khusus sehingga output pendidikan memiliki daya saing tinggi untuk dapat bersaing ditingkat global.¹¹

MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah adalah salah satu lembaga pendidikan yang berada di kecamatan Bekri kabupaten Lampung Tengah yang merupakan salah satu lembaga swasta serta menjadi pilihan penulis untuk dikaji strategi pemasaran pendidikannya, karena MTs Guppi 1 Kesumadadi

¹⁰Jaja Jahari dan Amirulloh Syarbini, *Manajemen Madrasah (Teori, Strategi dan Implementasi)*. (Bandung : Alfabeta.2013), 158-159.

¹¹ Sri Minari, *Manajemen Sekolah (Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri)*, (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2011), 370-371

Lampung Tengah masih kurang memperhatikan dalam menyikapi permasalahan pemasaran pendidikan. Sedangkan di era globalisasi ini pemasaran pendidikan sangat diperlukan mengingat banyaknya persaingan antar sekolah guna untuk tetap bisa kompeten dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan. Adanya permasalahan yang terjadi di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah mengalami adanya penurunan penerimaan jumlah siswa sejak beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian dengan Kepala MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yaitu Ibu Novi Tri Andriyani, S.Pd mengenai Strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan, beliau mengatakan bahwa :

“Sekolah telah menentukan strategi pemasaran dengan melakukan kerjasama dengan lembaga pihak luar diantaranya dengan SDN 1 Kesumadadi, dan Pondok Pesantren Darul Mutaqin. Dengan adanya kerjasama itu juga bisa membantu meningkatkan jumlah siswa/I di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah ini sehingga penerimaan siswa/I nya 45% berasal dari hubungan kerjasama dan 55% berasal dari masyarakat lingkungan sekitar MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah. Yang menonjol dari MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah ini yakni kegiatan tahfidz Quran dan Tadarus Quran dengan Qiroat dan hadroh, namun kegiatan ekstrakurikuler keagamaan seperti itu masih belum maksimal karena terhambat oleh masa pandemi serta pada dana honor untuk tutor mengajar. Sejauh ini jumlah guru/tenaga pengajar maupun staff berjumlah 21 tenaga kerja yang memiliki latar belakang pendidikan yang mumpuni, termasuk kepala sekolah dan sebagainya. Maka dari itu sejauh ini prestasi yang dimiliki hanya berasal dari kegiatan ekstrakurikuler pramuka. Output dari MTs Guppi 1 Kesumadadi telah banyak diterima di sekolah lanjutan yaitu SMK Negeri maupun swasta, sekitar 45% diterima di sekolah MAN.”

Berikut ini adalah Tabel data jumlah penerimaan siswa/I baru di MTs Guppi 1 Kesumadadi sebagai salah satu bukti strategi

pemasaran yang telah diterapkan selama 4 tahun terakhir yang menentukan jumlah penerimaan :

Tabel 1.1

Jumlah Peserta Didik di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah

NO	Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa		Jumlah Siswa/I
		Laki-laki	Perempuan	
1	2017/2018	81	77	158
2	2018/2019	82	73	155
3	2019/2020	80	68	148
4	2020/2021	73	69	142

Sumber: Hasil Penelitian Data Keadaan Peserta Didik MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah Tahun 2021-2022¹²

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, diketahui bahwa keadaan peserta didik MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah terindikasi mengalami penurunan jumlah murid sejak empat tahun terakhir. Hal ini dikarenakan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah belum menerapkan strategi pemasaran yang baik ditinjau dari kuantitas peserta didik, Selain itu, dalam sebuah pengamatan selama pra-penelitian, penulis menduga bahwa sejauh ini MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah belum memiliki program-program pemasaran pendidikan mengenai rekrutmen siswa seperti mempromosikan melalui iklan media cetak, iklan media elektronik, brousur, poster dan lain-lain. MTs Guppi 1 Kesumadadi melakukan promosi hanya melalui perantara kerjasama antar lembaga dan

¹² Hasil Penelitian Data Keadaan Peserta Didik MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah Tahun 2021-2022

metode promosi ajakan dari mulut kemulut. Hal ini yang harus menjadi koreksi mengapa perlu diadakan sebuah strategi pemasaran pendidikan untuk meningkatkan daya saing madrasah sehingga perkembangan kualitas dan kuantitas madrasah dapat dicapai.

Penurunan jumlah siswa yang dimiliki oleh MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah menjadikan penulis ingin meneliti bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah sebagai strategi dalam melakukan pemasaran lembaga pendidikan serta efeknya terhadap daya saing lembaga pendidikan. Karena dalam konteks pendidikan dasar dan menengah siswa merupakan pihak yang paling penting tanpa siswa tidak ada permintaan dalam pendidikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah”**. Adapun alasan penulis memilih judul tersebut dikarenakan secara umum strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah kurang terlaksana hal itu ditandai dengan penurunan siswa sejak beberapa tahun terakhir. Berdasarkan kondisi tersebut penulis termotivasi untuk mengetahui lebih mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka penulis menetapkan fokus penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

Untuk mengorganisasi fokus masalah tersebut, maka penulis menetapkan sub fokus sebagai berikut :

1. Produk (*product*).
2. Penerapan harga (*price*).
3. Keadaan tempat (*place*).
4. Promosi (*promotion*).

5. Sumber daya manusia (*people*).
6. Bentuk fisik (*physical evidence*).
7. Proses (*procces*).

D. Rumusan Masalah

1. Produk (*product*) apa saja yang ditawarkan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
2. Bagaimana penerapan harga (*price*) diMTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
3. Bagaimana keadaan tempat (*place*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
4. Bagaimana promosi (*promotion*) yang dilakukan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
5. Bagaimana sumber daya manusia (*people*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
6. Bagaimana bentuk fisik (*physical evidence*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?
7. Bagaimana proses (*procces*) yang dilakukan diMTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui produk (*product*) apa saja yang ditawarkan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
2. Untuk mengetahui penerapan harga (*price*) diMTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
3. Untuk mengetahui keadaan tempat (*place*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
4. Untuk mengetahui promosi (*promotion*) yang dilakukan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
5. Untuk mengetahui sumber daya manusia (*people*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
6. Untuk mengetahui bentuk fisik (*physical evidence*) di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.
7. Untuk mengetahui proses (*procces*) yang dilakukan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoretis :

Dilihat dari kegunaannya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi guna penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran pendidikan.

2. Secara Praktik

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan antara teori-teori strategi pemasaran pendidikan yang sudah dipelajari dengan penerapannya dilapangan dan dapat menambah wawasan tentang strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi.

- b. Bagi pihak sekolah

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi madrasah untuk terus melakukan perencanaan maupun dalam membuat program pemasaran pendidikan di madrasah yang lebih kreatif dan inovatif sehingga MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah mampu bersaing dengan sekolah umum dalam mendapatkan siswa yang berprestasi akademik maupun non akademik.

- c. Bagi Pembaca

Menambah wawasan dan informasi terkait strategi pemasaran pendidikan di tingkat Madrasah Tsyawiyah, serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lain yang akan dilakukan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka)

Penelitian yang sudah ada sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jurnal Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, pada tahun 2020 yang berjudul "*strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah*", Tujuan penelitian adalah analisis strategi

pemasaran dalam meningkatkan citra. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menemukan bahwa layanan jasa pendidikan di SD Islam Surya Buana memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan. Pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra dilakukan sekolah dalam beberapa strategi. strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SD Islam Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut. Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana adalah; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan. b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat, c). Adanya dukungan masyarakat, d). Terjalannya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa.¹³

2. Jurnal Imam Turmudzi (2017) yang berjudul "*Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis: (1) strategi pemasaran Pendidikan, (2) Strategi penerapan, (3) Strategi Evaluasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Untuk menguji validitas data dengan teknik seperti kredibilitas, portabilitas, reliabilitas dan validasi.

¹³ Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, "*strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah*", Jurnal Kependidikan Islam 10, no 1, (2020)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Formulasi MTs Ihsanniat Jombang dari strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam bentuk membuat program unggulan kegiatan MIPA. 2. Pelaksanaan atau implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam di MTs Ihsanniat Jombang dimulai dengan pelaksanaan program unggulan MIPA dan pendaftaran dengan menggunakan saluran bakat dan minat. 3. Evaluasi yang dilakukan oleh MTs Ihsanniat Jombang yaitu dievaluasi oleh pertemuan kelembagaan di mana pelaksanaan evaluasi strategi pemasaran melalui kegiatan program unggulan MIPA, penerimaan jalur minat dan bakat, serta promosi pemasaran yang terus menerus. Ini dilakukan untuk melihat sejauh mana efektivitas strategi lembaga perlu diubah atau di revisi. Tindak lanjut akan dilakukan jika ada kekurangan dalam hal strategi pemasaran lembaga, dan tindak lanjut akan dilakukan untuk implementasi pada tahun berikutnya.¹⁴

3. Jurnal Neneng Nurmalasari, Imam Masitoh pada tahun 2020 yang berjudul “*Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*”. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui tentang bagaimana proses strategi pemasaran manajemen strategi pemasaran pendidikan yang berbasis media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial yang digunakan diantaranya: facebook, instagram, dan youtube dengan mengidentifikasi terlebih dulu di lingkungan masyarakat yang kemudian menjadi strategi pemasaran pendidikan dengan menonjolkan prestasi lembaga tersebut. Pengelolaan pendidikan yang bersifat swasta, didukung dengan

¹⁴ Imam Turmudzi “*Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)*”, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN). 2, no. 2 (2017)

stakeholders dan fasilitas yang mendukung telah memberikan ciri khas dan kekuatan pada manajemen strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis.¹⁵

4. Jurnal Iffah Af'idah, Asep Kurniawan pada tahun 2020 yang berjudul "*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat siswa di MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan penelitian studi kasus. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri dan teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) strategi pemasaran dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam memperkenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas, perlu dilakukan analisis keinginan dan kebutuhan. MI Plus Darul Falah fokus menciptakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat serta selalu melakukan pelayanan yang baik 2 faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan minat mahasiswa pada perkumpulan yang ikut menyebarkan informasi terkait pendaftaran, kegiatan, dan lain-lain, hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat siswa yaitu kurangnya informasi yang tersebar luas tentang sistem pendaftaran yang ada di lembaga pendidikan sehingga ada beberapa siswa yang tidak mendapatkan kuota dikarenakan pemenuhan kuota yang ada melalui sistem indent.¹⁶

¹⁵ Neneng Nurmalasari, Imas Masitoh "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial", journal of management Review. Volume 4 Number 3 Page (543-548)

¹⁶ Iffah Af'idah, Asep Kurniawan, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat, Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam. Volume 01, Nomor 01, (2020)

5. Jurnal Frizkania Lutfi Annisa Fira, Nurul Ulfatin, Djum Djum Noor Benty pada tahun 2020 yang berjudul "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus*". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Pemasaran Jasa dalam Menarik Minat Masyarakat melalui Program Kelas Khusus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data penelitian dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Hasil temuan penelitian ini mencakup kelas khusus, strategi, perencanaan, implementasi, evaluasi, kendala, solusi, faktor pendukung, dan pengoptimalan faktor pendukung dalam strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan untuk menarik minat masyarakat melalui program kelas khusus.¹⁷

6. Tesis Nuzila Romadiah pada tahun 2021 yang berjudul "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Institut Agama Islam Tebo*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Institut Agama Islam Tebo. Penelitian ini akan menjawab permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di Institut Agama Islam Tebo, (2) Apa saja cara yang dilakukan pihak Institut untuk meningkat citra pada lembaga pendidikan Institut Agama Islam Tebo dan (3) Apa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses pelaksanaan pemasaran pendidikan di Institut Agama Islam Tebo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif. Proses

¹⁷Frizkania Lutfi Annisa Fira, Nurul Ulfatin, Djum Djum Noor Benty, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus, Jurnal Adminitrasi dan Manajemen Pendidikan, Volume 3, Nomor 3, (2020)

pengumpulan data melalui Wakil Rektor, Kepala Bagian Akademik, Mahasiswa dan Masyarakat sebagai informan. Sedangkan teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Institut Agama Islam Tebo yang paling efektif adalah dengan cara pengiklanan, hubungan masyarakat (humas) dan promosi dari mulut ke mulut. Adapun cara yang dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan di Institut Agama Islam Tebo adalah dengan cara kerjasama, kerjasama yang dilakukan oleh pihak lembaga dengan Pemerintah Daerah, dengan Perguruan Tinggi Negeri ataupun Swasta dan kerjasama dengan BUMD setempat.¹⁸

7. Tesis Husnul Khatimah pada tahun 2021 yang berjudul "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Raudhatulathfal Pada Masa Corona Virus Disease 2019 Di Kota Banjarmasin (Studi Pada Ra Datu Abulung, Ra Bina Anaprasa, Dan Ra Hidayatullah)*" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan pada RA Datu Abulung, RA Bina Anaprasa, dan RA Hidayatullah pada Masa Covid 19 (2) Mengetahui Faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan yang dihadapi oleh RA Datu Abulung, RA Bina Anaprasa, dan RA Hidayatullah pada Masa Covid 19. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Dalam pengumpulan datanya dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan di RA Datu Abulung, RA Bina Anaprasa, dan RA Hidayatullah pada Masa Covid 19 belum dapat terlaksana

¹⁸ Nuzila Romadhiah, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Institut Agama Islam Tebo, (Jambi : Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021)

dengan baik sesuai dengan pemasaran jasa pendidikan 7p yang digunakan sebab adanya pengaruh kondisi pada masa covid 19, yang meliputi pemasaran yang belum banyak memanfaatkan teknologi, penyediaan sarana dan prasarana sesuai standar protokol kesehatan covidp 19. Belum maksimalnya pembelajaran online serta biaya yang tidak berubah disaat kondisi ekomoni masyarakat menurun. Faktor pendukung ketiga RA ada pada komitmen pimpinan dan SDM RA, bantuan pemerintah, dan reputasi sekolah yang cukup baik Kendala pemasaran yang dihadapi ketiga sekolah selama masa covid 19 adalah komunikasi, waktu, dan harga.¹⁹

8. Tesis Wheni Mastna Nurrahkim pada tahun 2019 yang berjudul *“Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Mit Nurul Amal Parang Magetan”*, Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menjelaskan efektivitas keunggulan biaya di MIT Nurul Amal Parang Magetan; (2) menguraikan strategi diferensiasi untuk layanan pendidikan di MIT Nurul Amal Parang Magetan; (3) menerangkan fokus strategi sebagai landasan untuk memenuhi kebutuhan stakeholder di MIT Nurul Amal Parang Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan etnografi. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan.

Hasil penelitian yang telah dikaji, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) MIT Nurul Amal Parang Magetan termasuk salah satu lembaga yang memberikan pelayanan sesuai harga. Yang menarik adalah adanya fluktuasi jumlah infaq syahriah yang tidak menetap setiap bulannya; (2)

¹⁹ Husnul Khatimah, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Raudhatulathfal Pada Masa Corona Virus Disease 2019 Di Kota Banjarmasin (Studi Pada Ra Datu Abulung, Ra Bina Anaprasa, Dan Ra Hidayatullah), (Banjarmasin : Pascasarjana Universitas Islam Negeri (Uin) Antasari Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2021)

sebagai lembaga yang saat ini banyaknya peminatnya, MIT Nurul Amal Parang Magetan selalu melakukan pembaharuan program dan sistem dalam rangka menarik animo masyarakat. Sehingga Madrasah dapat menemukan diferensiasi yang menjadi ciri khas dan identitas yang membedakan MIT Nurul Amal dengan lembaga pendidikan lainnya, utamanya yang berada dalam lingkungan Parang Magetan; (3) Fokus utama yang menjadi prioritas di MIT Nurul Amal Parang Magetan adalah manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) yang efektif dan berkualitas.²⁰

9. Skripsi Muhammad Fikri pada tahun 2020 yang berjudul *“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di Smkit Nurul Qolbi Bekasi”*. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui dan mendeskripsikan data mengenai strategi penentuan pasar sasaran, strategi penentuan posisi pasar persaingan dan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh sekolah” SMKIT Nurul Qolbi Bekasi dalam meningkatkan minat siswa baru. (2) Untuk mendeskripsikan terkait minat siswa baru di sekolah SMKIT Nurul Qolbi Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah SMKIT Nurul Qolbi telah menerapkan startegi “pemasaran pendidikan yang cukup baik, beberapa program dan pelayanan yang ditawarkan dapat menarik selera dan minat masyarakat, kegiatan promosi yang dilakukan sekolah berjalan cukup baik dan dikelola secara terpusat oleh pihak yayasan dan dibantu oleh kepala sekolah”.Kegiatan promosi yang dilakukan ada

²⁰ Wheni Mastna Nurrakhim, Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Mit Nurul Amal Parang Magetan, (Ponorogo : Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri, 2019)

dua macam yaitu ketika PPDB dan ketika diluar PPDB.Promosi yang dilakukan ketika PPDB yaitu dengan pemasangan spanduk, pamflet, dan pembagian brosur.Selain itu juga pernah melakukan presentasi ke SMP/MTS dan Masyarakat. Kemudian untuk promosi yang dilakukan diluar PPDB yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti mengikuti perlombaan, pawai pada saat menyambut hari besar islam dengan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah, mempererat hubungan dengan masyarakat yaitu dengan pembagian jadwal imsakkiyah, pembagian zakat fitrah dan daging kurban pada masyarakat di sekitar sekolah.²¹

10. Skripsi DiniWahyuni 2021 Penelitian yang berjudul *“Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Mts Hasanuddin Teluk Betung Bandar Lampung”* Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi dari sebuah strategi pemasaran jasa pendidikan melalui penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Hasanuddin TelukBetung Bandar Lampung dilihat pada beberapa faktor yakni : A. Dalam faktor target sasaran MTs menentukan strategi pemasaran dengan analisa karakteristik dan kebutuhan masyarakat, B. Dalam faktor bauran pemasaran: 1) Produk (Product) MTs Hasanuddin menawarkan produk jasa berupa kegiatan keagamaan yang berdasar dari pondok pesantren. Dari program keagamaan itu telah melahirkan dai’-daiah yang eksis di masyarakat. 2) Biaya Pendidikan (Price), terbilang murah karena madrasah hanya meminta infaq setiap tahunnya

²¹Muhammad Fikri, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di Smkit Nurul Qolbi Bekasi, (Jakarta : Uin Syarif Hidayatuallah, 2020)

untuk membantu biaya pembangunan dengan sistemnya paket tahunan. 3) Tempat (Place), lokasi dan letak MTs Hasanuddin cukup strategis karena jauh dari kebisingan jalan raya sehingga terciptanya proses belajar yang tenang. 4) Promosi(Promotion), promosi yang dilakukan MTs Hasanuddin melalui brosur,website, sosial media, mengadakan event (acara Haul), serta dilakukan oleh para alumni ketika berdakwah. 5) Tenaga Pendidik dan Kependidikan (People) Tenaga Pendidik dan Kependidikan di MTs Hasanuddin memenuhi kualifikasi akademik pegawai, sehingga banyak dari mereka yang sudah berstatus PNS bahkan telah menempuh S-2. 6) Bukti Fisik (Physical Evidence), Fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki MTs Hasanuddin Teluk Betung Bandar Lampung tersedia dan berfungsi dengan baik salah satunya,memiliki musholah sendiri yang cukup lebar muat menampung siswa/ I nya.7) Proses (Process), Proses jasa pendidikan di MTs Hasanuddin sederhana. Kriteria untuk masuk dan di terima di madrasah tersebut tidak banyak, hanya di utamakan calon siswa/I yang bisa mengaji. Namun demikian Strategi pemasaran yang efektif bagi MTs Hasanuddin yakni melalui acara haul yang dilakukan setiap tahun.²²

Untuk memetakan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terlihat pada tabel berikut :

²² Dini Wahyuni, Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Mts Hasanuddin Teluk Betung Bandar Lampung, (Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Tabel 1.2
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian
Sebelumnya

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, (2020)	Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah	- Tujuan penelitian yaitu analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan citra	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi.
2	Imam Turmudzi (2017)	Strategi pemasaran di lembaga pendidikan islam (studi kasus di MTs Ihsanniat Jombang)	- Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis: (1) strategi pemasaran Pendidikan, (2) Strategi penerapan, (3) Strategi Evaluasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus.	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi .

3	Neneng Nurmalasari, Imam Masitoh (2020)	Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial	- Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui tentang bagaimana proses strategi pemasaran manajemen strategi pemasaran pendidikan yang berbasis media sosial.	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi .
4	Iffah Af'idah, Asep Kurniawan (2020)	Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	- Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat siswa di MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang.	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi .
5	Frizkania Lutfi Annisa Fira, Nurul Ulfatin, Djum Djum Noor Benty (2020)	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus	- Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Pemasaran Jasa dalam Menarik Minat Masyarakat melalui Program Kelas Khusus	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi
6	Nuzila Romadiyah	Strategi Pemasaran Jasa	- Penelitian ini bertujuan untuk	- Jenis penelitian

	(2021)	Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Institut Agama Islam Tebo	mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Institut Agama Islam Tebo.	<ul style="list-style-type: none"> - kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi
7	Husnul Khatimah (2021)	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Raudhatulathfal Pada Masa Corona Virus Disease 2019 Di Kota Banjarmasin (Studi Pada Ra Datu Abulung, Ra Bina Anaprasa, Dan Ra Hidayatullah)	(1) Mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan pada RA Datu Abulung, RA Bina Anaprasa, dan RA Hidayatullah pada Masa Covid 19 (2) Mengetahui Faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan yang dihadapi oleh RA Datu Abulung, RA Bina Anaprasa, dan RA Hidayatullah pada Masa Covid 19.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi
8	Wheni Mastna Nurrahkim (2019)	Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Mit Nurul	- Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menjelaskan efektivitas keunggulan biaya di MIT Nurul Amal Parang Magetan; (2)	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi

		Amal Parang Magetan	<p>menguraikan strategi diferensiasi untuk layanan pendidikan di MIT Nurul Amal Parang Magetan; (3) menerangkan fokus strategi sebagai landasan untuk memenuhi kebutuhan stakeholder di MIT Nurul Amal Parang Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan etnografi.</p>	dan dokumentasi
9	Muhammad Fikri (2020)	Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di Smkit Nurul Qolbi Bekasi	<p>Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui dan mendeskripsikan data mengenai strategi penentuan pasar sasaran, strategi penentuan posisi pasar persaingan dan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi

			sekolah” SMKIT Nurul Qolbi Bekasi dalam meningkatkan minat siswa baru. (2) Untuk mendeskripsikan terkait minat siswa baru di sekolah SMKIT Nurul Qolbi Bekasi.	
10	Dini Wahyuni (2021)	Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Mts Hasanuddin Teluk Betung Bandar Lampung	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi dari sebuah strategi pemasaran jasa pendidikan melalui penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P.	- Jenis penelitian kualitatif - Pengumpulan data menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi .

Dari semua judul penelitian diatas, penelitian yang penulis lakukan berbeda. yakni yang membedakan judul skripsi saya dengan judul penelitian diatas adalah permasalahan yang ada pada sekolah yang akan peneliti uraikan, dan fokus penelitian saya lebih kepada strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah karena sekolah telah mengalami penurunan jumlah peminat sejak beberapa tahun terakhir. Pada penelitian ini menggunakan teori strategi pemasaran pendidikan dari Philip Kotler bahwa strategi pemasaran pendidikan memiliki 2 faktor yang sangat erat yakni target pasar/sasaran dan bauran

pemasaran. Sifat dari penelitian ini yakni deskriptif serta pada teknik pengujian data menggunakan triangulasi sumber dengan memilih empat narasumber dalam memperoleh data agar lebih mendalami informasi yang didapat.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian ini berbentuk deskriptif kualitatif. Penelitian ini mendeskripsikan data yang telah diterima, menghimpun data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai "Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah". Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari analisis data bersifat pada generalisasi.²³

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa narasi yang bersumber dari aktivitas wawancara, pengamatan, pengumpulan dokumen. Untuk dapat menjabarkan dengan baik tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan temuan dalam suatu proposal dan atau laporan penelitian diperlukan pemahaman yang baik tentang masing-masing konsep tersebut.

1. Sifat dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang akan dilakukan merupakan jenis penelitian kualitatif. Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek yang alamiah,

²³Sugiono, metode penelitian pendidikan, (Jakarta : Salemba empat, 2015)

(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi sumber, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dan generalisasi.²⁴

Sedangkan sifat penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan yang ada.²⁵ Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa penelitian “deskriptif bertujuan untuk membuat pencanderaan secara sistematis, actual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu”.²⁶ Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan mengenai hal-hal yang diteliti, yaitu Strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian akan dilakukan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah, waktu penelitian dilaksanakan selama dari 02 Desember sampai dengan selesai yang dilakukan secara bertahap.

3. Sumber Data

Pada penelitian ini bersifat deskriptif maka sumber data yang digunakan adalah field research yakni sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan terjun langsung pada objek penelitian untuk memilih data yang lebih konkrit sesuai dengan masalah yang diteliti. Sumber data memiliki 2 jenis yaitu data primer dan data sekunder.²⁷

²⁴ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.h.9

²⁵ Sukardi, Metode Penelitian Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2003). h. 157

²⁶ Sumandi Suryabrata, Metodologi Penelitian (Jakarta: Grafindo Persada, 2008).h.57

²⁷ Lexy J Moloeng, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 224.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data,²⁸ dalam penelitian ini metode pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung terhadap pihak MTs Gupi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. dalam penelitian ini metode pengambilan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data penunjang seperti profil madrasah dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang cukup dan jelas sesuai dengan permasalahan penelitian, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dan data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga benda yang sangat kecil (proton dan electron), dan benda yang sangat jauh (benda angkasa) dapat diobservasi.²⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi Non Partisipan, yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung hanya sebagai pengamat independen.³⁰ Yang artinya peneliti

²⁸Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2019), 296

²⁹Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 226.

³⁰ Sukandar Rumidi, Metodologi Penelitian, Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004), 149.

berperan sebagai pengamat penuh, tidak ambil bagian dalam suasana atau objek yang diobservasi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan. Ciri utama dari wawancara ini adalah dengan kontak langsung atau tatap muka antara peneliti dengan objek.³¹ Dalam penelitian ini penulis mewawancarai kepala sekolah, waka kurikulum, dan bagian tata usaha sekolah. Hasil wawancara ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah. Di dalam penelitian ini yang akan menjadi narasumber adalah :

1. Kepala sekolah : Novi Tri Andiyani, S.Pd
2. Waka kurikulum : Muhammad Syahrofi, S.Pd
3. Tata Usaha : Bambang Kurniawan
4. Guru : Rindi Rismaya, S.Pd

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen yang telah lalu. Data yang diperoleh berupa peninggalan tertulis, berupa arsip-arsip, dan sebagainya. Metode dokumentasi adalah suatu cara memperoleh data untuk menggali profil, visi, misi, program kerja, sarana dan prasarana, keadaan jumlah siswa, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkenaan dengan penelitian ini di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.³²

Jadi metode dokumentasi adalah suatu cara pengambilan atau pengumpulan data dengan cara

³¹ Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan (Semarang: Rineka Cipta, 1996), 161.

³² Djaman Satiri, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2014).h.135

mengumpulkan suatu bukti-bukti tertulis, cetak, gambar dan sebagainya.

Adapun informasi-informasi dokumen yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Profil MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah
2. Visi dan misi MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah
3. Jumlah siswa pertahun MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah
4. Data sarana dan prasarana MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah

5. Uji Keabsahan Data

Untuk memperoleh keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.³³

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data tersebut.

b. Triangulasi Teknik

³³ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.h.237

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya, data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar karena pandangan yang berbeda-beda.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Triangulasi pada penelitian ini adalah triangulasi sumber, peneliti melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan terlebih rinci dalam hal bauran pemasaran di MTs Guppi 1 Kesumadadi.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,

menjabarkan ke dalam unt-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁴

Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan analisis atau menganalisis data yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data (Reduction Data)

Reduksi data yaitu merangkum, memilih data yang diperlukan, membuang data yang tidak diperlukan. Dengan demikian data yang direduksi mendapatkan gambaran yang lebih tepat dan jelas sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.³⁵ Reduksi data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis menajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data mengenai strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah yang selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif maka penyajian data dapat berupa bagan, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian bagan tersebut maka dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami.³⁶ Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian ini berbentuk deskriptif.

c. Menarik Kesimpulan (Verification Data)

³⁴ Soewadji Yusuf, Pengantar Metodologi Penelitian (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).33

³⁵ Ibid.h.247

³⁶Ibid.h.249

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Hasil dari penyajian data dapat diambil kesimpulan tentang strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan tugas akhir ini adalah:

Bab I Pendahuluan memuat uraian dari latar belakang masalah, fokus dan subfokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasa Teori memuat uraian tentang kajian terhadap beberapa teori dan refrensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah teori strategi pemasaran pendidikan, unsur-unsur pemasaran dan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yaitu product, price, place, promotion, people, physical evidence, procces.

Bab III Deskripsi Objek penelitian memuat uraian tentang kondisi objektif MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yang memuat tentang profil madrasah, sejarah singkat berdirinya madrasah, struktur organisasi madrasah dankeadaan peserta didik serta penyajian fakta dan data penelitian.

Bab IV Analisis penelitian memuat uraian strategi pemasaran pendidikan di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah. Bab

ini merupakan inti pembahasan dalam penelitian ini yang terdiri dari beberapa sub bab yakni, product, price, place, promotion, people, physical evidence, proses di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah.

Bab V Penutup, sebagai akhir pembahasan, pada bab ini memuat uraian tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang dilakukan penulis berdasarkan sub fokus pada penelitian maka dapat di simpulkan bahwa :

1. Produk(*Product*)

MTsGuppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah menawarkan produk berupa program tahfiz, pencak silat, rohis, pramuka, voly dan futsal. Tetapi dalam penerapan produk yang ditawarkan masih terdapat adanya kendala.

2. Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan oleh MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yaitu Rp. 500.00 untuk per 1 tahunnya. Proses penetapan harga tersebut melalui rapat komite dan para tenaga pendidik.

3. Tempat(*Place*)

MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah terletak ditempat yang strategis karena mudah dijangkau oleh masyarakat, jalan menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat baik, aman dan nyaman.lokasi dekat dengan sekolah SMA Kesuma Bhakti, SDN 1 Kesumadadi dan puskesmas kesumadadi. Namun letak MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah berdekatan dengan sekolah menengah pertama lainnya seperti sebelah barat MTs guppi 1 Kesumadadi ada SMP PGRI Kesumadadi, sebelah timur MTs Guppi 1 Kesumadadi ada SMP IT Bumi sholawat, sebelah selatan MTs Guppi 1 Kesumadadi ada MTs Guppi Rengas, sebelah utara MTs Guppi 1 Kesumadadi ada SMP Tri Jaya. Sehingga itu yang menyebabkan persaingan semakin ketat.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah melalui brosur, facebook, whatsapp, dan promosi secara langsung oleh masyarakat.

5. Orang(*People*)

Kualifikasi akademik tenaga pendidik sudah cukup baik telah memenuhi kriteria kepegawaian, tenaga pendidik telah menempuh S1 dan beberapa telah menempuh S2.

6. Bukti Fisik(*Physical evidence*)

Sarana dan prasarana di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah sudah cukup memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar. Akan tetapi madrasah tidak memiliki ruang laboratorium IPA.

7. Proses(*Process*)

Proses di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah yang pertama yaitu sebelum tahun ajaran baru MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah melakukan seleksi penerimaan calon peserta didik baru dengan cara yang pertama yaitu melakukan tes tertulis terlebih dahulu dan kemudian dilanjut dengan tahap seleksi bacatulis al-quran. Pembelajaran di MTs Guppi 1 Kesumadadi sudah berjalan dengan efektif karena sebelum tahun ajaran baru seluruh dewan guru sudah terlebih dahulu melaksanakan rapat mengenai program pembelajaran yang akan dilaksanakan berikut dengan penyusunan kurikulum yang akan diterapkan. Untuk proses pembelajaran di MTs Guppi 1 Kesumadadi Lampung Tengah masi menggunakan kurikulum K13.

B. Rekomendasi

Rekomendasi dari penelitian ini adalah :

1. Bagi para pengelola pendidikan supaya selalu mengadakan evaluasi diri sekolah, menganalisis kekuatan internal dan eksternal agar mutu dan kualitas sekolah semakin maju dan tetap menjadi kepercayaan masyarakat.
2. Untuk sekolah jangan lupa untuk melakukan promosi sekolah dengan baik karena sebaik apapun sekolah tanpa adanya promosi maka sekolah tidak akan mendapat banyak siswa.
3. Sekolah harus memahami betul apa kekuatan dan kelemahan diri sendiri, kekuatan dan kelemahan sekolah saingan yang bisa menjadi peluang atau bahkan ancaman bagi diri sendiri.
4. Sekolah harus lebih meningkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar masyarakat semakin tertarik dalam menyekolahkan anaknya ke madrasah.
5. Sebaiknya sekolah memiliki sumber daya manusia yang secara khusus mengendalikan kegiatan pemasaran dan humas sekolah untuk mengelola isu terkait minat siswa/masyarakat, agar dapat menjalankan strategi pemasaran secara optimal sehingga dapat mengoperasikan setiap media promosi yang digunakan untuk tetap mengaktifkan dan terus memperbaharui informasi mengenai kegiatan sekolah, serta tujuan lainnya agar kreatif dan inovasi tema pemasaran dapat berkembang dengan baik.
6. Pentingnya memiliki Website bagi sekolah sebagai sarana penunjang, banyak sekali manfaat positif jika dikelola dengan benar.

DAFTARRUJUKAN

- A.B Susanto, Manajmen Pemasaran di Indonesia analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian,(Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- AlmaBuchari, Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2003)
- Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia), Al-‘Aliyy Al-Quran dan Terjemah, (Jln. Moh. Toha 44-46 Bandung 40252)
- Anoraga Pandji. Manajemen Bisnis, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- Antonio Syaff’i, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001)
- Arikunto Suharsimi, Prosedure Penelitian Satuan Pendidikan Praktik (Jakarta: Rineka Cipta, 2016)
- Assauri Sofjan, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007)
- ChotimahChusnul, “Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga.
- Daryanto S.S. KBBI (Surabaya: 1997)
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008)
- Fathurrochman Irwan, Endang, Dkk, “strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan nilai jualmadrasah aliyah riyadus sholihin musirawas”, Jurnal Islamic Education Manajemen 6, no.1 (2021)
- Fradito Aditia, Suti’ah, Mulyadi, “strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citrasekolah”, Jurnal Kependidikan Islam 10, no 1, (2020)
- Hidayati Ara dan Imam Machali, Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah), (Yogyakarta: Kaukuba, 2012)

- Jaja Jahari dan Amirulloh Syarbini, *Manajemen Madrasah (Teori, Strategi dan Implementasi)*. (Bandung : Alfabeta. 2013)
- Pendidikan Islam,” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*7, no. 1 (2014): 186, <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.186-210>
- Kewirausahaan Suryana, *Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Edisi 3, Salemba Empat, 2006)
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers , 2011)
- Kotler Philip and N. Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company And Your Cause*, (New Jersey: John wiley & sons companies inc, 2005)
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997)
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: SMTG Desa Putra, 2002)
- Kotler Philip, *Marketing Management*, (Jakarta: Pren Hallindo, 1997)
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)
- M. Mursyid. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014)
- M. Nurianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007)
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Semarang: Rineka Cipta, 1996)
- Mc. Carhty & Perreault, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi V, (Jakarta: Erlangga, 1996)

- Minari Sri, Manajemen Sekolah (Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri), (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2011)
- Moloeng Lexy J, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017),
- Nasution, Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif (Bandung: Tarsito, 2003)
- Prisgunanto Ilham, Komunikasi Pemasaran Era Digital, (Jakarta: CVPrisani Cendikia, 2014)
- Qomar, M, Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru. Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam. (Jakarta: Erlangga, 2007)
- RestantAnisa Sri, "Challenges and Strategies to Develop a Positive Image of the Library," *Record and Library Journal* 1, no. 2 (2017): 94, <https://doi.org/10.20473/rlj.v1i2.1163>
- Rumidi Sukandar, Metodologi Penelitian, Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004)
- Ruslan Rusadi, Manajemen Public Relation Media Komunikasi, Konsep, dan Aplikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- Satiri Djaman, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Soedrajat Setyo, Manajemen Pemasaran Jasa Bank, (Jakarta: Ikral Mandiri Abadi, 1994)
- Sofyan Iban, Manajemen Strategi, (Jakarta: Graha Ilmu, 2015)
- Sugiono, metode penelitian pendidikan, (Jakarta : Salemba empat, 2015)
- Sukardi, Metode Penelitian Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Suryabrata Sumandi, Metodologi Penelitian (Jakarta: Grafindo Persada, 2008)

- Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003)
- SutojoSiswanto, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Dharma Aksara Persada,1988)
- Swastha Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*,(Yogyakarta : BPF, 2000)
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan, *Manajemen Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta. 2009)
- TjiptonoFandi, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi,2000)
- Turmudzi Imam, “Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)”, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. 2, no. 2 (2017)
- Usman Husaini, *Manajemen (Teori,Praktik, Dan Riset Pendidikan)*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Wahyudi Agustinus Sri.*Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1996)
- Wijaya David, *Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Upaya untuk meningkatkan Daya Saing Sekolah : Jurnal Pendidikan Penabur*.(Jakarta : BPK Penabur.2008)
- Wijaya,D, *Pemasaran jasa pendidikan*, (Jakarta:Salemba empat, 2012)
- Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015)
- Abin, Syaifuddin Udin dan Syamsuddin, *Perencanaan Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)
- Syahrul, Garum dan, *Manajemen Bisnis Pendidikan* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2017)
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, ed. by Cv. Andi Offset (Yogyakarta, 2017)

Umbara, Citra, ed., *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS): Beserta Penjelasannya* (Bandung, 2003)

Aditia Fradito, Suti'ah, Mulyadi, "*strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah*", *Jurnal Kependidikan Islam* 10, no 1, (2020)

Imam Turmuzi "*Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)*", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. 2, no. 2 (2017)

Neneng Nurmalasari, Imas Masitoh "*Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*", *journal of management Review*. Volume 4 Number 3 Page (543-548)

Iffah Af'idah, Asep Kurniawan, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat*, *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*. Volume 01, Nomor 01, (2020)

Frizkania Lutfi Annisa Fira, Nurul Ulfatin, Djum Djum Noor Benty, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus*, *Jurnal Adminitrasi dan Manajemen Pendidikan*, Volume 3, Nomor 3, (2020)

Nuzila Romadiah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Institut Agama Islam Tebo*, (Jambi : Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021)

Husnul Khatimah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Raudhatulathfal Pada Masa Corona Virus Disease 2019 Di Kota Banjarmasin* (Studi Pada Ra Datu Abulung, Ra Bina Anaprasa, Dan Ra Hidayatullah), (Banjarmasin : Pascasarjana Universitas

Islam Negeri (Uin) Antasari Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2021)

Wheni Mastna Nurrahkim, Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Mit Nurul Amal Parang Magetan, (Ponorogo : Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri, 2019)

Muhammad Fikri, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di Smkit Nurul Qolbi Bekasi, (Jakarta : Uin Syarif Hidayatullah, 2020)

