

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENJARING SISWA BARU DI MTSS MUHAMMADIYAH 1
BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
AHMAD FAJAR**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENJARING
SISWA BARU DI MTSS MUHAMMADIYAH 1 BANJARMASIN**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan

Oleh

Ahmad Fajar

NIM. 180101050151

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ahmad Fajar
NIM : 180101050151
Tempat Tanggal Lahir : Sampit, 13 Agustus 2000
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh batal demi hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 5 Maret 2024
Yang membuat pernyataan,



Ahmad Fajar

SURAT BUKTI BEBAS PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3258137
Email: mpi@uin-antasari.ac.id

SURAT BUKTI BEBAS PLAGIASI
Nomor : 70/Un.14/III.1.86321/PP.00.9/03/2024

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : Ahmad Fajar
NIM : 180101050151
Program : S-1
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi:

STRATEGI MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU DI MTSS
MUHAMMADIYAH 1 BANJARMASIN

Hasil Uji Plagiasi : 22%

Berdasarkan hasil uji plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 14 Maret 2024
Ketua

Drs. H. Muhammad Yuseran, M.Pd.
NIP. 196902211994031001


PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin
Ditulis Oleh : Ahmad Fajar
NIM : 180101050151
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tahun Akademik : 2023/2024
Tempat Tanggal Lahir : Sampit, 13 Agustus 2000
Alamat : Jl. Pramuka, Gang Teratai 1 Kota Banjarmasin.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 5 Maret 2023
Pembimbing


Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I.
NIP. 197602181997031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Antasari Banjarmasin



PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin

Nama Ahmad Fajar, NIM.180101050151, telah diujikan dalam sidang TIM

Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 28 Maret 2024

Nilai : 82,1(A)



Dean Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Antasari Banjarmasin

Drs. H. Hamdan, M.Pd.
NIP. 196604051993031005

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Hamdan, M.Pd. (Ketua)	1.
2.	Dr. Dina Hermina, M.Pd. (Anggota 1)	2.
3.	Dra. Hj. Halimatussa'diah, M.Pd (Anggota 2)	3.

ABSTRAK

Ahmad Fajar, NIM. 180101050151, Implementasi strategi pemasaran dalam menjaring siswa baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin, Pembimbing Bidang Konten dan Metodologi serta Pembimbing Bidang Bahasa dan Teknik Penulisan Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin, 2023.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Pembinaan Akhlak

Latar belakang dalam penelitian ini adalah bahwa persaingan sekolah sekarang dalam menjaring siswa baru sangatlah ketat banyak sekolah yang populer yang ingin dimasuki oleh para siswa baru, sedangkan sekolah yang kurang populer haruslah meningkatkan daya jual sekolah mereka yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi seperti strategi 7P. Hal ini bisa membantu para sekolah dalam menjaring siswa baru melalui pemasaran sekolah.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran dalam menjaring siswa baru dan mengetahui strategi pemasaran 7P (*Product, Place, Price, Promotion, People Process, Physical Evidence*) di MTsS Muhammadiyah 1 Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dengan observasi, wawancara, dan dokumen. Dengan menjadikan kepala sekolah, wakamad kurikulum, kesiswaan, sarana prasarana, staf tata usaha, guru, wali kelas dan siswa sebagai informan dalam memperoleh data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Teknik validitas dan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil temuan dari penelitian ini yaitu: strategi menjaring siswa baru di MTsS Muhammadiyah 1 Kota Banjarmasin ialah (1) *Product*(Tahfidz, Juz amma, Sholat duha, catur dan tari), (2) *Price*(Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan hasil rapat komite), (3) *Place*(Tempat sekolah berada di lokasi strategis di tengah kota Banjarmasin), (4) *Promotion*(Promosi yang dilakukan dengan media online dan offline seperti menggunakan sosial media seperti Instragram dan Whatsapp), (5) *People*(Orang-orang disekolah sangat berperan aktif membantu proses pemasaran sekolah), (6) *Process*(Proses dalam penerimaan peserta didik baru dilakukan dengan 2 cara offline maupun online agar membantu peserta didik. (7) *Physical Evidence*(Fisik sekolah sudah memadai dalam menunjang proses belajar mengajar siswa),

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا
بَعْدُ

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia ke jalan yang dipenuhi iman, islam, dan ihsan.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Strategi Pemasaran dalam Menjaring siswa baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti menghaturkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Hamdan, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Drs. H. Muhammad Yuseran, M.Pd., Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin, yang memberikan arahan penulisan skripsi yang sesuai dengan pengembangan pada program studi.
3. Bapak Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah berkenan mengarahkan dan membimbing selama melaksanakan proses penelitian dan penyusunan skripsi.

4. Para dosen, karyawan dan karyawan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan ilmu dan layanan yang baik selama penulis berstudi.
5. Bapak Dr. Saifuddin, M.Ag., selaku Kepala Perpustakaan UIN Antasari dan staf yang telah memberikan layanan kepada penulis.
6. Kepala dan Wakil Madrasah Tsanawiyah Swasta Muhammadiyah 1 Banjarmasin yang telah memberikan izin penelitian, serta seluruh staf dan guru-guru baik yang telah berkontribusi mengarahkan peneliti di tempat maupun yang telah menjadi responden penelitian.
7. Seluruh Informan yang bersedia memberikan informasi dan data dalam penelitian ini..

Peneliti menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena segala sesuatunya tak lepas dari kekurangan dan keterbatasan peneliti. Namun, peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat kepada semua pihak.

Banjarmasin, 24 Syaban 1445 H
5 Maret 2024 M

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

1. ا : A	16. ط : Th
2. ب : B	17. ظ : Zh
3. ت : T	18. ع : `
4. ث : Ts	19. غ : Gh
5. ج : J	20. ف : F
6. ح : H	21. ق : Q
7. خ : Kh	22. ك : K
8. د : D	23. ل : L
9. ذ : Dz	24. م : M
10. ر : R	25. ن : N
11. ز : Z	26. و : W
12. س : S	27. ه : H
13. ش : Sy	28. ء : `
14. ص : Sh	29. ي : Y
15. ض : Dh	

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
َ	A	Fathah
ِ	I	Kasrah
ُ	U	Dhammah

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
َـي	Ai	a dan i
َـو	Au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, yaitu:

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
بَ	Â	a dengan topi di atas
يَ	Î	i dengan topi di atas
وُ	Û	u dengan topi di atas

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydîd*)

Syiddah atau *tasydîd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ـّ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضرورة) tidak ditulis ad-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta Marbûthah

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marbûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*na't*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marbûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

No.	Kata Arab	Alih Aksara
1	طَرِيقَةٌ	Tharîqah
2	الْجَمَاعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ	Al-Jâmî'ah al-Islâmiyyah
3	وَحْدَةُ الْوُجُوْدِ	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Beberapa ketentuan lain dalam PUEBI sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi‘l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*), ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam Bahasa Arab

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ الْأُسْتَاذُ	dzahaba al-ustâdzu
ثَبَّتَ الْأَجْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-ḥarakah al-‘ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	asyhadu an lâ ilâha illa Allâh
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	mawlânâ Malik al-Shâlih
يُؤْتِرُكُمْ اللَّهُ	yu’tsirukum Allâh
الْمَظَاهِرُ الْعَقْلِيَّةُ	al-mazhâhir al-‘aqliyyah

حُبُّ اِلِسْتِطْلَاعِ	hub al-istithlâ'
اَلْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنْ اَلْحَيَوَانَاتِ	al-mâddah al-mashnû'ah min al-hayawân
طَرْفُ الْعَيْنِ	tharf al-'ayni
اَلْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam Bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ اَلْاُسْتَاذُ	dzahaba al-ustâdzu
ثَبَّتَ اَلْاَجْرُ	tsabata al-ajru
اَلْحَرَاكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-ḥarakah al-'ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	asyhadu an lâ ilâha illa Allâh
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	mawlânâ Malik al-Shâliḥ
يُؤْتِرُكُمْ اللَّهُ	yu'tsirukum Allâh
اَلْمُظَاهِرُ الْعَقْلِيَّةُ	al-mazhâhir al-'aqliyyah
حُبُّ اِلِسْتِطْلَاعِ	hub al-istithlâ'
اَلْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنْ اَلْحَيَوَانَاتِ	al-mâddah al-mashnû'ah min al-hayawân
طَرْفُ الْعَيْنِ	tharf al-'ayni
اَلْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR DIAGRAM	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Fokus Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Signifikansi Penelitian	5
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	6
G. Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Tinjauan Teoritik.....	10
1. Strategi Pemasaran.....	10
2. Macam-macam, Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	13
3. Konsep Dasar Strategi Pemasaran	16
a. Analisi Situasi	16
b. <i>Segmentasi</i>	16
c. <i>Targeting</i>	18
d. <i>Posetioning</i>	19
4. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	20
a. Tempat	20
b. Produk.....	23

c. Harga.....	26
d. Promosi	31
B. Kerangka Berpikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian	37
D. Data dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
H. Teknik Validitas dan Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Paparan Data Penelitian	45
B. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	104

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
3.1	Data Informan.....	40
3.2	Pedoman Wawancara.....	41

DAFTAR GAMBAR

No.		Halaman
2.1	Kerangka Fikir	35
4.2	Strategi Pemasaran	62

DAFTAR DIAGRAM

No.	Halaman
4.1	Data Siswa dari tahun ke tahun 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Terjemah Bahasa Asing	76
Lampiran 2.	Pedoman Wawancara	77
Lampiran 3.	Transkrip Wawancara Kepala Sekolah	78
Lampiran 4.	Transkrip Wawancara Guru	80
Lampiran 5.	Transkrip Wawancara Orang Tua Siswa.....	82
Lampiran 6.	Data Tenaga Pendidik dan Kependidikan	83
Lampiran 7.	Data Siswa.....	84
Lampiran 8.	Dokumentasi Terkait Kegiatan Penelitian	86
Lampiran 9.	Surat Keputusan tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi	88
Lampiran 10.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Seminar Desain Proposal Skripsi	89
Lampiran 11.	Surat Riset Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.....	90
Lampiran 12.	Surat Rekomendasi Riset Kantor Departemen Agama Kota Banjarmasin.....	92
Lampiran 13.	Surat Keterangan Telah Selesai Melaksanakan Penelitian	93
Lampiran 14.	Buku Konsultasi Bimbingan Bidang Konten Metodologi dan Bidang Bahasa Teknik Penulisan.....	94