

ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGGUNAKAN STP, SWOT & QSPM (Studi Kasus: *Aufia Global Islamic Boarding School*)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Fakultas Sains Dan Teknologi
Jurusan Teknik Industri

Disusun Oleh:

MARYAN KURNIAWAN
11652103695



UIN SUSKA RIAU

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGGUNAKAN STP, SWOT &
QSPM**

(Studi Kasus: *Aufia Global Islamic Boarding School*)

TUGAS AKHIR

Oleh

MARYAN KURNIAWAN
11652103695

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal Juni 2022

Pembimbing I

Silvia S. Si, M.Si

NIP. 19861021 201801 2 001

Pembimbing II

Ismu Kusumadito, S.T., M.T

NIP. 19730412 200710 1 002

Ketua Jurusan

Misra Rahmi, S.T., MT

NIP. 19820527 201503 2 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGGUNAKAN STP, SWOT &
QSPM
(Studi Kasus: Aulia Global Islamic Boarding School)

TUGAS AKHIR

Oleh

MARYAN KURNIAWAN
11652103695

Telah dipertabakan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal Juni 2022

Pekanbaru, Juni 2022

Mengesahkan,

Ketua Jurusan

Mira Harahap, ST., MT
NIP. 19820527 201803 2 002

**DEWAN PENGUJI :**

Ketua : M. Isnaini Hadiyul Umam, ST., MT
Sekretaris I : Silvia, S. Si., M.Si
Sekretaris II : Ismu Kusumanto, S.T., MT
Anggota I : Harpito, ST., MT
Anggota II : Fitriani Surayya Labis, M. Sc



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052 ;
Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

Yth.

1. Wakil Rektor I, II dan III
 2. Dekan Fakultas _____
 3. Direktur Pascasarjana
 4. Kepala Biro AAKK dan AUPK
 5. Ketua LPM dan LPPM
 6. Kepala UPT _____
- UIN Suska Riau
Pekanbaru

SURAT EDARAN

Nomor 25/2021

**TENTANG
PENCEGAHAN DAN PENAGGULANGAN PLAGIAT
DI LINGKUNGAN UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Guna pencegahan dan penanggulangan terjadinya plagiasi di lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau, maka diwajibkan kepada mahasiswa/dosen/tenaga kependidikan agar pada karya ilmiah (Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya) yang dihasilkan membuat Surat Pernyataan tidak plagiat yang ditandatangani di atas materai oleh penulis/penyusun, (contoh surat pernyataan terlampir):

Demikian edaran ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan.



Pekanbaru, 10 September 2021
Rektor,

Prof. Dr. Hairunas, M.Ag
NIP. 19720828 200604 1002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maryan Kurniawan
 NIM : 11652103695
 Tempat/Tgl Lahir : Pekanbaru, 24 Maret 1997
 Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi
 Prodi : Teknik Industri
 Judul Skripsi:

ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGGUNAKAN STP, SWOT & QSPM
 (Studi Kasus: *Aufia Global Islamic Boarding School*)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 4 Juli 2022

uat pernyataan

 Maryan Kurniawan

NIM: 11652103605

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikut kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminkamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

Maryan Kurniawan
11652103695



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)."

(Q.S Al-Insyirah 5-7)

"Jalani kehidupan ini dengan senyuman, nikmati segala proses yang membuat mu tersejurn dan menangis dan bersyukurlah terhadap hasil yang kamu raih"

Alhamdulillahirabbil' alamin.

Kupersembahkan karya ini untuk ke dua orang tua ku

"Oyong Dan Dama Wati"

Terimakasih ayah dan ibuku yang telah merawat ku dari kecil hingga saat ini tanpa merasa lelah telah membesarkan ku. Dari aku kecil hingga sekarang mereka selalu memberi kasih sayang, do'a, nasehat dan motivasi untuk aku menjadi orang yang lebih baik.
Ibu .

Pencapaian ini juga tidak luput dari dukungan teman-teman dan orang terdekat. Tanpa kalian aku bukanlah apa-apa. Terimakasih telah memberiku motivasi selama aku berjuang dan ketika aku menghadapi kesulitan,

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE NUMBER OF STUDENTS APPLYING STP, SWOT, & QSPM (Case Study: Aufia Global Islamic Boarding School)

MARYAN KURNIWAN

11652103695

Industrial Engineering
Faculty of Science and Technology
National Islamic University of Sultan Syarif Kasim
Jl. HR. Soebrantas KM. 18 No. 155 Pekanbaru

ABSTRACT

Aufia Global Islamic Boarding School is an educational institution that provides Islamic education in the form of Islamic boarding schools. It is located on Jl. Bypass Chevron Rumbai-Minas and will open on April 22, 2020. The public is unfamiliar with Aufia Global Islamic Boarding School, and their competitors have an advantage in terms of educational levels and more comprehensive amenities. As a result, an appealing marketing approach is required to increase the number of students at Aufia Global Islamic Boarding School. A study was conducted based on the difficulties that exist at Aufia Global Islamic Boarding School with the goal of identifying segmentation, targeting, and positioning at Aufia Global Islamic Boarding School and determining marketing strategies based on SWOT and QSPM. SPSS 16.0 was used to check the data for validity and reliability. The results are segmented based on demography, geography, psychography, and behavior, whereas the targets of Aufia Global Islamic Boarding School are parents who work as traders or entrepreneurs with incomes ranging from IDR 1,000,000 to IDR 3,000,000 from Pekanbaru, with family social class conditions in the middle class, where students get information from their parents or relatives and want to study at the pesantren of their own volition. Aufia Global Islamic Boarding School's mission is to create future scholars who are well-versed in business and are prepared to lead. There are 9 possible strategies based on the SWOT analysis, with the preferred option using the QSPM being to seek financial aid from the city or regional government, with a TAS value of 6.315.

Keywords: Marketing, STP, SWOT and QSPM

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb. Alhamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul **“ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGGUNAKAN STP, SWOT & QSPM ”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibuk Misra Hartati, ST., MT selaku Ketua Progam Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, ST., MT selaku Sekretaris Progam Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Silvia, S.Si., M.Sc., M.BA selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing Akademis yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis selama dalam perkuliahan sampai dengan saat ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Progam Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
8. Pengurus Pesantren Aufia *Global Islamic Boarding School* yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membantu pada saat observasi.
9. Teristimewa kepada Ibu tercinta Darma Wati dan ayah Oyong serta yang tersayang adik saya Imelda Angraini, serta seluruh keluarga besar penulis yang telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta doa'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Progam Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
10. Rekan mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Angkatan 2016 dan 2017. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Juni 2022
Penulis

(Maryan Kurniawan)
11652103695

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|--------------|
| COVER | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN | v |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR RUMUS | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Batasan Masalah | 7 |
| 1.6 Posisi Penelitian..... | 8 |
| 1.7 Sistematika Penelitian..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1 Pesantren..... | 11 |
| 2.2 Pemasaran (<i>Marketing</i>)..... | 11 |
| 2.3 Strategi Manajemen Pemasaran..... | 12 |
| 2.4 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan..... | 13 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | |
|------|--|----|
| 2.5 | Populasi Dan Sampel | 15 |
| 2.6 | Skala Pengukuran | 15 |
| 2.7 | Kuesioner | 17 |
| 2.8 | Uji Validitas | 18 |
| 2.9 | Uji Realibilitas | 18 |
| 2.10 | <i>Segmentation, Targeting dan Positioning (STP)</i> | 19 |
| | 2.10.1 Segmentasi Pasar (<i>Segmentation</i>) | 19 |
| | 2.10.2 Penargetan Pasar (<i>Targeting</i>) | 21 |
| | 2.10.3 Penentuan Posisi (<i>Positioning</i>) | 22 |
| 2.11 | Perumusan Strategi | 24 |
| 2.12 | IFE Dan EFE | 25 |
| 2.13 | Matriks <i>Internal Eksternal (IE)</i> | 27 |
| 2.14 | Analisis SWOT | 28 |
| 2.15 | <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> | 29 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | | |
|------|-----------------------------|----|
| 3.1 | Studi Pendahuluan | 32 |
| 3.2 | Studi Pustaka | 32 |
| 3.3 | Identifikasi Masalah | 32 |
| 3.4 | Perumusan Masalah | 32 |
| 3.5 | Penetapan Tujuan | 33 |
| 3.6 | Perancangan Kuesioner | 33 |
| 3.7 | Penyebaran Kuesioner | 33 |
| 3.8 | Uji Kelayakan | 35 |
| 3.9 | Pengumpulan Data | 36 |
| 3.10 | Pengolahan Data | 37 |
| 3.11 | Analisa | 39 |
| 3.12 | Kesimpulan dan Saran | 39 |

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

| | | |
|-----|------------------------------|----|
| 4.1 | Pengumpulan Data | 40 |
| | 4.1.1 Profil Pesantren | 40 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | |
|---------|---|----|
| 4.1.2 | Data Keuangan | 40 |
| 4.1.3 | Faktor Lingkungan <i>Internal</i> | 41 |
| 4.1.4 | Faktor Lingkungan <i>Eksternal</i> | 42 |
| 4.1.5 | Uji Validitas Dan Realibilitas | 44 |
| 4.1.5.1 | Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Internal</i> | 44 |
| 4.1.5.2 | Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Eksternal</i> | 45 |
| 4.2 | Pengolahan Data | 46 |
| 4.2.1 | Segmentasi | 46 |
| 4.2.1.1 | Segmentasi Demografi | 46 |
| 4.2.1.2 | Segmentasi Geografi | 47 |
| 4.2.1.3 | Segmentasi Psikografi | 48 |
| 4.2.1.4 | Segmentasi Tingkah Laku | 49 |
| 4.2.2 | <i>Targeting</i> | 50 |
| 4.2.3 | <i>Positioning</i> | 50 |
| 4.2.4 | Tahap Masukan (<i>Input Stage</i>)..... | 51 |
| 4.2.4.1 | <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)..... | 51 |
| 4.2.4.2 | <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) | 56 |
| 4.2.5 | Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>) | 62 |
| 4.2.5.1 | Matriks IE..... | 62 |
| 4.2.5.2 | Matriks SWOT | 63 |
| 4.2.6 | Tahap Keputusan | 65 |
| 4.2.6.1 | QSPM..... | 65 |

BAB V ANALISA

| | | |
|-------|---|----|
| 5.1 | Analisa Pengumpulan Data..... | 76 |
| 5.2 | Analisa Data Keuangan | 76 |
| 5.3 | Analisa Faktor Lingkungan <i>Internal</i> | 76 |
| 5.4 | Analisa Faktor Lingkungan <i>Eksternal</i> | 77 |
| 5.5 | Analisa Uji Validitas Dan Realibilitas..... | 78 |
| 5.5.1 | Analisa Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Internal</i> | 79 |
| 5.5.2 | Analisa Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Eksternal</i> | 79 |
| 5.6 | Analisa Segmentasi | 80 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|---|----|
| 5.6.1 Analisa Segmentasi Demografi | 80 |
| 5.6.2 Analisa Segmentasi Geografi | 81 |
| 5.6.3 Analisa Segmentasi Psikografi | 81 |
| 5.6.4 Analisa Segmentasi Tingkah Laku | 81 |
| 5.7 Analisa <i>Targeting</i> | 82 |
| 5.8 Analisa <i>Positioning</i> | 82 |
| 5.9 Analisa Matriks IFE | 83 |
| 5.10 Analisa Matriks EFE | 83 |
| 5.11 Analisa Matriks IE | 84 |
| 5.12 Analisa Matriks SWOT | 84 |
| 5.13 Analisa QSPM | 85 |
| BAB VI PENUTUP | |
| 6.1 Kesimpulan | 87 |
| 6.2 Saran | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Keadaan Aufia <i>Global Islamic Boarding School</i> | 2 |
| 1.2 Keadaan Pondok Pesantren Darul Quran..... | 4 |
| 2.1 Matriks IFE | 25 |
| 2.2 Matriks EFE | 25 |
| 2.3 Matriks IE | 27 |
| 2.4 Matriks SWOT..... | 29 |
| 2.5 Matriks QSPM | 30 |
| 3. <i>Flowchart</i> Metode Penelitian..... | 31 |
| 4.1 Matriks IE Pesantren Aufia GIBS..... | 63 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|----------------|
| 1.1 Fasilitas di Aufia <i>Global Islamic Boarding School</i> | 2 |
| 1.2 Jumlah peserta didik dari tahun 2020-2021 | 3 |
| 1.3 Keadaan Uang Masuk | 3 |
| 1.4 Gaji Karyawan | 4 |
| 1.5 Hasil Kuesioner | 5 |
| 1.6 Posisi Penelitian | 8 |
| 3.1 Penyebaran Kuesioner | 33 |
| 4.1 Keadaan Uang Masuk | 41 |
| 4.2 Gaji Karyawan | 41 |
| 4.3 Keluaran SPSS Faktor <i>Internal</i> | 44 |
| 4.4 Statistik Realibilitas | 44 |
| 4.5 Keluaran SPSS Faktor <i>Eksternal</i> | 45 |
| 4.6 Rekapitulasi Uji Validitas Faktor <i>Eksternal</i> | 45 |
| 4.7 Statistik Realibilitas | 46 |
| 4.8 Rekapitulasi Pendapatan Orang Tua | 46 |
| 4.9 Rekapitulasi Pekerjaan Orang Tua | 47 |
| 4.10 Rekapitulasi Asal | 47 |
| 4.11 Rekapitulasi Keinginan | 48 |
| 4.12 Rekapitulasi Kelas Sosial | 48 |
| 4.13 Rekapitulasi Informasi | 49 |
| 4.14 Rekapitulasi Rating Dan Bobot Faktor Kekuatan | 53 |
| 4.15 Rekapitulasi Rating Dan Bobot Faktor Kelemahan | 56 |
| 4.16 Rekapitulasi Rating Dan Bobot Faktor Peluang | 58 |
| 4.17 Rekapitulasi Rating Dan Bobot Faktor Ancaman | 60 |
| 4.18 Rekapitulasi <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) | 61 |
| 4.19 Rekapitulasi <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) | 61 |
| 4.20 Matriks SWOT | 64 |
| 4.21 Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 1 | 65 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | |
|------|---|----|
| 4.22 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 2 | 66 |
| 4.23 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 3 | 67 |
| 4.24 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 4 | 68 |
| 4.25 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 5 | 68 |
| 4.26 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 6 | 69 |
| 4.27 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 7 | 70 |
| 4.28 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 8 | 71 |
| 4.29 | Pengisian Kuesioner QSPM Strategi 9 | 72 |
| 4.30 | Perhitungan Nilai Total <i>Attractive Score</i> | 73 |
| 4.31 | Peringkat Alternatif Strategi | 74 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RUMUS

| Rumus | Halaman |
|---------------------------|---------|
| A. Uji Validitas | 18 |
| B. Uji Realibilitas | 19 |
| C. Rating | 26 |
| D. Bobot | 27 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|---|---------|
| A Foto Pesantren..... | A-1 |
| B Dokumentasi | B-1 |
| C Kuesioner Penelitian | C-1 |
| D Rekapitulasi Kuesioner <i>Internal</i> Dan <i>Eksternal</i> | D-1 |
| E Daftar Riwayat Hidup..... | E-1 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pandemi virus *corona* atau *covid-19* yang melanda di seluruh dunia saat ini mempengaruhi perekonomian indonesia, salah satunya sektor yang ikut merasakan dampak tersebut adalah sektor pendidikan, karena segala kegiatan baik belajar, mengajar dan pengurusan administrasi dilakukan secara *online*. Pendidikan adalah suatu yang penting di miliki bagi seluruh manusia, dengan adanya pendidikan seseorang akan memiliki karakter kepribadian yang lebih baik dan memiliki wawasan. Sekolah memiliki peranan penting dalam pendidikan, karena sekolah menjadi wadah tersendiri bagi para akademisi yang sedang menuntut ilmu. Pada saat ini sudah banyak sekolah-sekolah yang berdiri baik dari jejang pendidikan yang rendah sampai yang tinggi, serta baik itu sekolah swasta maupun negeri.

Sekarang sekolah sudah menjadi suatu organisasi yang menghasilkan jasa pendidikan yang nantinya akan dinikmati oleh para akademisi. Sekolah harus memiliki kualitas terbaik dalam memberikan ilmu ke para peserta didik, bukan dari segi kualitas tetapi sekolah juga harus memiliki suatu strategi dalam memasarkan jasa pendidikan, supaya para akademisi memiliki ketertarikan tersendiri terhadap sekolah yang diminati. Menurut Khasanah (2015) yang dikutip oleh Ardani (2020), Bauran pemasaran dalam konteks pendidikan merupakan unsur penting yang di butuhkan dalam pendidikan, bauran pemasaran dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam memenangkan persaingan.

Aufia *Global Islamic Boarding School* adalah lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan islam yang berupa pondok pesantren yang berada di Jl. Bypass Chevron Rumbai-Minas Km. 10,5 , didirikan oleh KH.Misran Agusmar, Lc pada tanggal 22 April 2020. Dapat dikatakan Aufia *Global Islamic Boarding School* berdiri saat melemahnya perekonomian indonesia dikarenakan pandemi virus *corona* dan didalam mendirikan lembaga pendidikan terdapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persaingan dalam jenis pelayanan, kualitas dan harga. Berikut adalah gambar keadaan di *Aufia Global Islamic Boarding School*.



Gambar 1.1 Keadaan *Aufia Global Islamic Boarding School*
 (Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Berdasarkan hasil obserfasi di *Aufia Global Islamic Boarding School* bahwa fasilitas di *Aufia Global Islamic Boarding School* masih kurang menghumpuni dikarenakan ruang belajar berjumlah 2 ruangan dan asrama ada 3 ruangan. Apabila adanya penambahan jumlah peserta didik (santri) jumlah fasilitas ruang belajar dan asrama tidak memenuhi kebutuhan. Berikut adalah fasilitas-fasilitas yang ada di *Aufia Global Islamic Boarding School*.

Tabel 1.1 Fasilitas di *Aufia Global Islamic Boarding School*

| No | Fasilitas | Ruangan |
|--------|---------------|---------|
| 1 | Ruang Belajar | 2 |
| 2 | Asrama | 3 |
| 3 | Kantor | 1 |
| 4 | Mushollah | 1 |
| 5 | Tempat Wudhu | 2 |
| 6 | Laudry | 1 |
| 7 | Dapur umum | 1 |
| 8 | Ruang Makan | 1 |
| 9 | Toilet | 4 |
| Jumlah | | 16 |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Di *Aufia Global Islamic Boarding School* peserta didik (santri) yang diterima pada saat ini adalah laki-laki, yang mana jumlah santri dari tahun 2020-2021 di *Aufia Global Islamic Boarding School* yang berjumlah 66 santri, dimana

Untuk uang keluar ada beberapa biaya lainnya yang tidak diketahui berapa nominalnya secara pasti seperti biaya kosumsi, biaya listrik, biaya laundry peserta didik dan ada beberapa biaya lainnya. Jadi untuk uang keluar saat melakukan wawancara hanya mengetahui gaji karyawan, berikut adalah tabel mengenai gaji karyawan.

Tabel 1.4 Gaji Karyawan

| Keterangan | Jumlah | Bulan | Gaji/orang (Rp) | Harga Keseluruhan (Rp) |
|-----------------------|--------|-------|-----------------|------------------------|
| Guru | 7 | 12 | 3.000.000 | 252.000.000 |
| Tukang masak | 1 | 12 | 2.500.000 | 30.000.000 |
| Pembantu tukang masak | 1 | 12 | 500.000 | 6000.000 |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Dibandingkan dengan pondok pesantren Darul Quran yang beralamat di Jl. Yossudarso Km. 22, Kel. Muara Fajar Timur, pondok pesantren ini dapat dikatakan lebih baik dari segi fasilitasnya, berikut adalah gambar keadaan di pondok pesantren Darul Quran.



Gambar 1.2 Keadaan Pondok Pesantren Darul Quran
(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Pada pondok pesantren Darul Quran sudah memiliki banyak ruang belajar dan asrama sehingga banyak menampung jumlah peserta didiik, di pondok pesantren Darul Quran sudah memiliki 2 jenjang pendidikan yaitu setara SMP dan SMA.

Dalam penelitian ini juga dilakukan penyebaran kuesioner ke para santri di *Aufia Global Islamic Boarding School*. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk melihat respon para santri di *Aufia Global Islamic Boarding School*. Pernyataan-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pernyataan yang ada di kuesioner diperoleh dari hasil observasi, serta hasil dari visi dan misi yang dibentuk oleh pihak *Aufia Global Islamic Boarding School* dan yang terakhir hasil wawancara terhadap salah satu pengurus. Berikut adalah hasil penyebaran kuesioner yang dapat dilihat pada tabel 1.5.

Tabel 1.5 Hasil Kuesioner

| No | Pertanyaan | Jawaban Responden | | Persentase (%) | |
|----|--|-------------------|-------|----------------|------|
| | | Ya | Tidak | | |
| 1 | Apa belajar di pesantren menyenangkan | 55 | 10 | 84,6 | 15,4 |
| 2 | Apa selama di pesantren anda merasa aman dan nyaman | 41 | 24 | 63 | 37 |
| 3 | Apa pesantren memiliki fasilitas yang lengkap, seperti perpustakaan, labor dan lain-lain | 16 | 49 | 24,6 | 75,4 |
| 4 | Apa pekerja/karyawan di pesantren memberikan pelayanan yang baik | 56 | 9 | 86 | 14 |
| 5 | Apa materi pelajaran di pesantren mudah dimengerti | 51 | 14 | 78,5 | 21,5 |
| 6 | Apa guru/ustad mengajar dengan baik | 64 | 1 | 98,5 | 1,5 |
| 7 | Apakah yang diterangkan oleh guru/ustad mudah dipahami | 54 | 11 | 83 | 17 |
| 8 | Apa anda diajarkan menjadi <i>entrepreneur</i> (pengusaha) | 55 | 10 | 84,6 | 15,4 |
| 9 | Apa guru/ustad memberi metode yang baik dalam menghafal Al-Quran | 62 | 3 | 95,4 | 4,6 |
| 10 | Apa anda senang menjadi penghafal Al-Quran | 63 | 2 | 97 | 3 |
| 11 | Apakah selama belajar di pesantren anda paham menjadi <i>entrepreneur</i> (pengusaha) | 35 | 30 | 53,8 | 46,2 |
| 12 | Apa andan masuk ke pesantren atas keinginan sendiri | 45 | 20 | 69,2 | 30,8 |
| 13 | Apa andan masuk ke pesantren atas keinginan orang tua atau yang lainnya | 32 | 33 | 49,2 | 50,8 |
| 14 | Apakah selama di pesantren, anda dapat mengikuti segala peraturannya | 49 | 16 | 75,4 | 24,6 |
| 15 | Apa selama tinggal di pesantren anda merasa jenuh atau bosan | 35 | 30 | 53,8 | 46,2 |
| 16 | Apa menurut anda uang masuk dan biaya SPP pesantren mahal | 41 | 24 | 63 | 37 |
| 17 | Apakah menurut anda biaya yang dikeluarkan sebanding dengan ilmu, fasilitas dan pelayanan yang diperoleh | 45 | 20 | 69,2 | 30,8 |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari table 1.5 dapat dilihat bahwa para peserta didik (santri) di *Aufia Global Islamic Boarding School* dapat mengikuti proses belajar secara baik di pesantren, tapi dari segi fasilitas di pesantren respon para santri mengatakan kurang lengkap dan menurut santri, biaya SPP dan uang masuknya cukup mahal.

Analisa *Segmentation, Targeting & Positioning* (STP) dipergunakan dalam rangka pemetaan usaha (bisnis) ataupun produk sehingga diharapkan tidak salah sasaran dalam penjualan atau peningkatan bisnis (Hendrawan,2021). Menurut Pearce dan Robinson *Strenght, Weakness, Opportunity & Threat* (SWOT) adalah bagian dari proses manajemen strategi perusahaan yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dari empat faktor ini digunakan untuk menentukan menghasilkan berbagai alternatif-alternatif (Hendrawan,2021). Sedangkan untuk *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) sendiri alat analisis yang digunakan untuk memutuskan suatu strategi yang memiliki daya tarik dari berbagai alternatif strategi berdasarkan sejauh mana faktor internal dan eksternal kesuksesan dalam strategi (Susilowati,2020)

Berdasarkan permasalahan yang terdapat di *Aufia Global Islamic Boarding School*, yaitu *Aufia Global Islamic Boarding School* belum terlalu dikenal oleh masyarakat dikarenakan masih baru serta adanya *competitor* yang memiliki keunggulan dari segi jenjang pendidikan dan fasilitas yang lebih lengkap dari *Aufia Global Islamic Boarding School*. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemasaran yang menarik dalam meningkatkan jumlah peserta didik (santri) di *Aufia Global Islamic Boarding School*. Untuk mencapai hal tersebut maka disini peneliti menggunakan metode STP, SWOT dan QSPM dalam mencari informasi strategi pemasaran, sehingga dapat memberikan pemetaan terhadap posisi *Aufia Global Islamic Boarding School* untuk menentukan sasaran, memberikan alternatif-alternatif strategi dan memberikan stragegi yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini yang dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana *Aufia Global Islamic*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Boarding School dapat meningkatkan jumlah peserta didik serta dapat dikenali oleh masyarakat”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dilakukannya penelitian:

1. Mengidentifikasi *segmentation, targeting* dan *positioning* di *Aufia Global Islamic Boarding School*
2. Menentukan strategi pemasaran berdasarkan metode SWOT dan QSPM

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari kegiatan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan ilmu serta dapat menambah wawasan dari segi ilmu pemasaran.
 - b. Diharapkan dari penelitian ini bisa memahami bagaimana melakukan studi pemasaran terhadap instansi yang bergerak dalam bidang jasa
2. Bagi Instansi
 - a. Memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam mengevaluasi strategi pemasaran.
 - b. Memberi masukan kepada instansi, terkait mengenai pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

1.5 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian perlu adanya membuat batasan masalah agar pembahasan dapat jelas dan terfokus terhadap tujuan yang ingin dicapai. Maka disini penulis membatasi masalah yang diteliti yaitu. Penelitian dilakukan tanpa memperhitungkan analisis biaya yang ada di *Aufia Global Islamic Boarding School*, penelitian dilakukan untuk memberikan masukan mengenai strategi pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.6 Posisi Penelitian

Adapun posisi penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6 Posisi Penelitian

| No | Judul dan Penulis | Permasalahan | Metode | Hasil |
|----|---|---|--------------|---|
| 1 | Strategi pemasaran jasa pendidikan di MTS Al Ikwaniyah pondok aren (Neni Triana, 2018) | Bagaimana menentukan strategi pemasaran jasa pendidikan yang masih belum maksimal dengan memiliki staf pemasaran yang khusus serta perlu adanya strategi dengan menggunakan STP | STP | Mengetahui bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan belum diterapkan dengan baik |
| 2 | Analisa strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT pada Universitas Muhammadiyah Tangerang (Sena Atmaja dan Resy Perwithasari, 2019) | Bagaimana Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT) dapat berkembang dan bertahan, maka dilakukan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT | SWOT | Mengetahui kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan yang dimiliki UMT dan memberikan strategi untuk meraih peluang dengan metode SWOT |
| 3 | Usulan strategi pemasaran dengan menentukan segmentasi pasar pada TK TAHFIDZ AL-FATIH Pekanbaru Riau (Ardani,2020) | Semakin berkembangnya zaman banyaknya kompetitor atau pesaing pada jasa pendidikan, sekolah tidak mengetahui segmentasi pasar yang jelas saat ini | STP dan SWOT | Mengetahui segmentasi, targeting dan positioning dalam strategi pemasaran |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Tabel 1.6 Posisi Penelitian (Lanjutan)

| No | Judul dan Penulis | Permasalahan | Metode | Hasil |
|----|--|---|-------------------|---|
| 4 | Analisa manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing sekolah dasar nurture spring jakarta (Eko Harry Susanto, 2020) | Bagaimana perencanaan strategi SD nurture spring untuk ppeningkatan kualitas dan juga penyedia jasa agar sekolah dapat terus berkembang maka digunakan metode SWOT dan QSPM | SWOT dan QSPM | Mengetahui penilaian yang dilakukan sekolah nurture spring terhadap lingkungan persaingannya dan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran |
| 5 | Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dengan Menggunakan STP, SWOT & QSPM (Studi Kasus: Aufia Global Islamic Boarding School) (Maryan Kurniawan,2021) | Bagaimana Aufia <i>Global Islamic Boarding School</i> dapat eksis dan bertahan dalam waktu lama dengan meningkatkan jumlah peserta didik | STP,SWOT dan QSPM | Mengetahui segmentasi, targeting dan positioning serta memberikan strategi terbaik dalam meningkatkan jumlah peserta didik (santri) di Aufia Global Islamic Bording School berdasarkan metode SWOT dan QSPM |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Sitematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I ini membahas tentang bagaimana latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, posisi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada BAB II ini peneliti berisikan tentang teori yang berhubungan dengan masalah yang menjadi dasar pembahasan dalam penelitian, serta berisikan teori-teori yang mendukung dalam melakukan pengumpulan dan pengolahan data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III berisikan tahapan-tahapan yang berisikan kerangka berpikir untuk menghasilkan alur dalam menyelesaikan masalah dipenelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada BAB IV berisikan penjelasan mengenai proses pengumpulan data dan cara menyelesaikan masalah dengan melakukan pengolahan data.

BAB V ANALISA

Pada BAB V berisikan analisa dari hasil pengumpulan data dan pengolahan data yang dilakukan pada BAB IV.

BAB VI PENUTUP

Pada BAB VI berisikan mengenai kesimpulan dalam menyelesaikan masalah dan saran dari peneliti terhadap kegiatan, serta hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pesantren

Menurut (Mastuhu, 1994) yang dikutip oleh (Syafe'I, 2017) pondok pesantren yang melembaga di masyarakat, terutama di pedesaan merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia. Awal kehadiran *Boarding School* bersifat tradisional untuk mendalami ilmu-ilmu agama islam sebagai pedoman hidup (*tafaqquh fi al-din*) dalam bermasyarakat. Pesantren merupakan sebuah instansi yang bergerak dibidang pendidikan yang berbasis islamiah yang dimana siswa atau para santrinya belajar dibawah bimbingan ustad atau kiai. Di pondok pesantren, para santrinya wajib tinggal bersama selama masa pendidikan berlangsung di sebuah asrama yang disediakan oleh pondok pesantren, dan para santri harus mengikuti segala peraturan-peaturan yang telah ditetapkan oleh para pengurus pesantren. Karena itu selama menjalani masa pendidikan di pesantren para santri dapat merasakan rasa nyaman, aman dan menyenangkan selama masa pendidikan.

2.2 Pemasaran (*Marketing*)

Pada saat ini banyak orang-orang diluar berpikiran bahwa pemasaran hanya suatu kegiatan yang melakukan penjualan, tetapi pada dasarnya pemasaran merupakan kegiatan bagaimana cara memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut Peter Drucker yang dikutip oleh (Mubarok, 2017) tujuan dari pemasaran ini adalah membuat penjualan tidak diperlukan lagi. Sehingga pemasaran dapat diartikan suatu hubungan yang kuat antara pelanggan dengan perusahaan yang menghasilkan nilai dari kepuasan pelanggan. Menurut beberapa ahli pemasaran adalah sebagai berikut (Mubarok, 2017):

1. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong adalah proses sosial dan manjerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Basu Swasta dan Irawan mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.
3. Stanton, pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli actual dan potensial.

2.3 Strategi Manajemen Pemasaran

Dalam mencapai suatu tujuan perlu adanya strategi, strategi sendiri ialah suatu rencana atau pola yang berupa langkah-langkah dalam mencapai tujuan. Strategi dapat dikatakan tujuan jangka panjang dari suatu organisasi dalam penggunaan sumber daya di dalam mencapai tujuan. Suatu strategi yang baik akan membantu instansi dalam pengalokasian sumber daya dalam bentuk berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah (Mubarok, 2017).

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *'to manage'* yang memiliki arti mengelola, mengurus, mengendalikan, mengusahakan, dan juga memimpin. Manajemen adalah proses yang harus terdapat dalam menjalankan strategi, karena dalam manajemen diharuskan dapat bekerjasama dengan semua orang di instansi dalam mencapai suatu tujuan.

Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian dalam strategi yang baik terdapat koordinasi kerja antar tim, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung sesuai dengan prinsip pelaksanaan (Karela, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam manajemen pemasaran pada sebuah instansi perlu adanya masukan (*input*) yang berupa informasi yang dapat diproses dan dianalisa dari berbagai aspek sehingga menghasilkan *output* yang berupa keputusan yang akan digunakan dalam mencapai tujuan. Dari keputusan yang diperoleh dan telah dilaksanakan, maka terdapat *feedback* yang berberguna dalam memperbaiki strategi dan pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan (Karela, 2020).

2.4 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Jasa merupakan kegiatan ekonomi yang menghasilkan selain produk, dimana dapat dirasakan oleh konsumen bersamaan pada saat diproduksi. Jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Faizin, 2017):

1. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut (Faizin, 2017):

1. *Intangibility* (tidak berwujud), artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan), jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan yang menghasilkannya.
3. *Variability* (bervariasi), jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan.
4. *Perishability* (mudah musnah), artinya jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Dalam dunia pemasaran jasa pendidikan juga tidak bisa terlepas dari elemen bauran pemasaran. Adapun bauran pemasaran jasa yang dimaksud adalah konsep 7P yaitu (Faizin, 2017):

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan hal mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi masyarakat. Produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Pimpinan harus dapat menetapkan kebijaksanaan dalam menentukan.

3. *Place* (Lokasi/Tempat)

Para pimpinan lembaga pendidikan harus dapat menentukan lokasi yang mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum, karena kendaraan umum berperan sebagai pertimbangan bagi calon siswa. Lokasi yang mudah dijangkau dengan menggunakan kendaraan umum dan kendaraan pribadi merupakan faktor pendukung dalam memudahkan akses menuju sekolah.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu sekolah, apabila wali murid belum pernah mendengarnya dan tidak yakin mengenai sekolah tersebut maka wali murid tidak akan pernah mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut.

5. *Person* (Orang/Sumber Daya Manusia)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pengguna. Pelaku disini adalah guru (tenaga pengajar) dan karyawan, dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas perlu adanya *rekrutmen* dengan cara yang baik, selain itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para guru dan karyawan harus memiliki kehandalan dalam bidang masing-masing.

6. *Physical Evidence* (Fasilitas/Sarana Fisik)

Sarana fisik merupakan suatu hal yang nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa. Pada sebuah lembaga pendidikan yang merupakan sarana fisik adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada.

7. *Process* (Proses)

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Dalam hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan selalu bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen sampai konsumen.

2.5 Populasi Dan Sampel

Menurut (Sugiyono,2002) yang dikutip oleh (Suritnah, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data yang dianggap mewakili populasi secara representative. Dapat diartikan populasi ialah jumlah keseluruhan dari sampel yang digunakan dalam sebuah penelitian.

Menurut (Arikunto, 2012) yang dikutip oleh (Aribowo, 2020) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari populasinya.

2.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah sebuah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam satuan alat ukur. Di dalam ilmu statistik ada beberapa skala pengukuran (Janna, 2020):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Skala Nominal

Skala nominal merupakan skala pengukuran paling sederhana atau tingkatannya paling rendah di dalam suatu penelitian. Skala ini hanya digunakan untuk memberikan kategori saja. Misalnya digunakan untuk memberi label, simbol, lambang, atau nama pada sebuah kategori sehingga akan mempermudah pengelompokan data menurut kategorinya.

2. Skala Ordinal

Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang sudah menyatakan peringkat antar tingkatan. Jarak atau interval antar tingkatan juga tidak harus sama. Skala ordinal ini memiliki tingkatan yang lebih tinggi daripada skala nominal, karena skala ini tidak hanya menunjukkan kategori saja tetapi juga menunjukkan peringkat. Di dalam skala ordinal, objek atau kategorinya disusun berdasarkan urutan tingkatannya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya.

3. Skala Interval

Skala interval merupakan skala pengukuran yang bisa digunakan untuk menyatakan peringkat untuk antar tingkatan. Jarak atau interval antar tingkatan pun sudah jelas, hanya saja tidak memiliki nilai 0 (nol) mutlak.

4. Skala Rasio

Skala rasio adalah skala pengukuran yang ditujukan pada hasil pengukuran yang bisa dibedakan, diurutkan, memiliki jarak tertentu, dan bisa dibandingkan. Skala rasio merupakan tingkatan skala paling tinggi dan paling lengkap dibanding skala-skala lainnya. Jarak atau interval antar tingkatan sudah jelas, dan memiliki nilai 0 (nol) yang mutlak. Nilai nol mutlak berarti benar-benar menyatakan tidak ada.

5. Skala Likert

Skala likert merupakan instrumen yang cukup mudah untuk disusun, sehingga siapapun bisa langsung menyusunnya selama memahami apa yang ingin ditelitinya. Skala linkert digunakan untuk melakukan pengukuran dari seseorang atau sekelompok mengenai sikap, pendapat dan presepsi. Dalam suatu penelitian dengan menggunakan skala likert maka ada parameter yang diberikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut adalah parameter dari skala likert (Aribowo,2020):

- 5 = Sangat setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Kurang setuju
- 2 = Tidak setuju
- 1 = Sangat tidak setuju

2.7 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu cara untuk menggumpulkan data yang diperlukan, dengan menyebarkan beberapa pernyataan yang nantinya akan di isi oleh responden yang berupa pengalaman, pendapat dan keadaan dari responden.

Hasil dari pembuatan kuesioner akan menghasilkan suatu data yang memiliki informasi tentang kasus yang diteliti. Informasi yang relevan terbentuk dari kuesioner yang memiliki validitas dan reliabilitas tinggi. Jenis-jenis kuesioner dari cara menjawab kuesioner (Amanda,2019):

1. Kuesioner terbuka

Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memiliki pertanyaan-pertanyaan dengan susunan kata dan urutan yang sama untuk setiap responden. Biasanya kuesioner ini memiliki tujuan yang jelas, berupa fakta dengan format terstruktur.

2. Kuesioner tertutup

Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang pertanyaannya berupa pertanyaan terbuka. Biasanya kuesioner jenis ini pertanyaannya berupa pendapat. Kuesioner ini relatif lebih sukar dijawab oleh responden karena memerlukan pikiran responden.

3. Kuesioner tersamar

Kuesioner tersamar merupakan teknik yang paling jarang digunakan dalam penelitian. Kuesioner ini bertujuan untuk mengungkap motif dan sikap dibawah dasar dengan keunggulan struktur pengkodean serta tabulasi jawaban.

Apabila ditinjau dari siapa responden yang akan menjawab, maka ada dua jenis kuesioner yaitu:

1. Kuesioner langsung
Dikatakan kuesioner langsung apabila, kuesioner diisi langsung oleh responden atau orang yang diminta jawaban mengenai dirinya.
2. Kuesioner tidak langsung
Dikatakan kuesioner tidak langsung apabila kuesioner diisi oleh bukan orang yang dicari keterangan, seperti para orang tua peserta didik.

2.8 Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Semakin tinggi validitas instrumen menunjukkan semakin akurat alat pengukur itu mengukur suatu data (Amanda, 2019). Uji validitas harus dilakukan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan yang tidak valid sehingga menghasilkan data yang tidak akurat, pernyataan yang tidak valid, tidak digunakan sebagai pernyataan. Uji validitas dapat dikatakan valid bila nilai pada r hitung $>$ r tabel. Secara teori uji validitas dapat diukur dari korelasi *product moment* atau *korelasi pearson*, sebagai berikut (Amanda, 2019):

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}} \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- N = Jumlah responden
- X = Skor butir
- Y = Skor total
- $\sum XY$ = Jumlah dari instrumen X yang dikalikan dengan jumlah instrumen Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat kriteria X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat kriteria Y

2.9 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Amanda, 2019).

Kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data harus memiliki konsisten yang tinggi, perhitungan dapat dikatakan reliabel apa bila pernyataan di kuesioner sudah valid, jadi apabila kuesioner tidak valid maka tidak perlu dilanjutkan uji reliabel. Uji reliabel dapat diukur dengan *n formula Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right] \dots \dots \dots (2.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} : Reliabilitas instrumen
- $\sigma^2 t$: Total Varians
- k : Banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

Cronbach's alpha (α) berada diantara 0 – 1, semakin dekat angka 1 maka semakin baik instrumen yang diujikan. Penilaian *Cronbach's alpha* (α) berdasarkan aturan berikut (Bora,2017):

- 0,00 – 0,20 : Kurang *reliable*
- 0,20 – 0,40 : Agak *reliable*
- 0,40 – 0,60 : Cukup *reliable*
- 0,60 – 0,80 : *Reliable*
- 0,80 – 1,00 : Sangat *reliable*

2.10 Segmentation, Targeting dan Positioning (STP)

Penentuan posisi bisnis, usaha atau produk tentunya diperlukan beberapa analisa, Oleh sebab itu STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) adalah analisa di gunakan dalam rangka pemetaan usaha, bisnis atau produk sehingga diharapkan tidak salah sasaran dalam melakukan penjualan atau peningkatan bisnis (Hendrawan,2021)

2.10.1 Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar proses aktual untuk mengidentifikasi pasar dalam membagi basis pelanggan yang luas menjadi sub-kelompok konsumen yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdiri dari beberapa pelanggan yang sudah ada atau calon pelanggan. Dalam membagi atau mensegmentasi pasar, biasanya mencari karakteristik bersama seperti kebutuhan bersama, minat bersama, gaya hidup serupa, atau bahkan profil demografis yang serupa. Jadi, segmentasi pasar mengasumsikan bahwa segmen yang berbeda memerlukan program pemasaran yang berbeda, karena pelanggan yang beragam biasanya ditargetkan melalui penawaran, harga, promosi, distribusi, atau kombinasi variabel pemasaran yang berbeda. Misalnya, fokus tunggal *Southwest Airlines* pada rute jarak pendek, titik-ke-titik, kota-kota besar, memungkinkan mereka untuk berkembang saat pesaing mereka gagal (Camilleri, 2018).

Dengan membagi pasar menjadi beberapa segmen, seorang manajer pemasaran dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan ini memungkinkan mereka untuk dapat menyesuaikan kegiatan pemasaran perusahaan secara lebih akurat sesuai dengan keinginan pelanggan. segmentasi pemasaran mendukung bisnis dalam memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan. Ini juga memungkinkan dapat mengevaluasi kekuatan dan kelemahan pesaing. Segmentasi pelanggan memungkinkan dapat mengadopsi pendekatan pemasaran yang lebih sistematis ketika merencanakan pemasaran untuk masa depan. Ini mengarah ke eksploitasi yang lebih baik dari sumber daya pemasaran, sehingga dalam pengembangan program pemasaran dapat lebih halus. Dalam mengklompokan segmen pasar memiliki beberapa variabel yaitu (Camilleri, 2018):

1. Demografi

Demografi melibatkan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang dapat diidentifikasi dalam hal data fisik dan faktual. Variabel demografis dapat mencakup; usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, status perkawinan, ukuran keluarga, ras, agama dan kebangsaan. Metode segmentasi ini adalah cara populer untuk mensegmentasi pasar pelanggan, karena variabel demografis relatif mudah diukur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Geografis

Geografis melibatkan pemilihan pasar potensial sesuai dengan lokasinya. Pendekatan segmentasi ini dapat mempertimbangkan variabel seperti iklim, medan, sumber daya alam dan kepadatan penduduk, di antara variabel geografis lainnya.

3. Psikografis

Psikografis dapat digunakan untuk mengelompokkan pasar menurut ciri kepribadian, nilai, motif, minat, dan gaya hidup. Dimensi psikografis dapat digunakan dengan sendirinya untuk mensegmentasi pasar, atau dapat dikombinasikan dengan variabel segmentasi lainnya.

4. Psikologis

Psikologis didefinisikan sebagai segmentasi pasar menurut perilaku pembelian individu. Segmentasi berbasis perilaku menonjol dengan manfaat yang dicari dari produk, dengan identifikasi perilaku pembelian tertentu, dalam hal frekuensi belanja dan volume pembelian, dan lain-lain.

5. Terkait produk

Variabel-variabel ini bergantung pada produk atau jasa yang akan dipasarkan. Misalnya dalam industri penerbangan variabel tersebut meliputi, tujuan perjalanan, lama perjalanan, negara asal penumpang, dan sejenisnya. Jadi pada segmen ini mengelompokkan berdasarkan manfaat dan kualitas pelayanan yang diberikan produsen ke konsumen.

2.10.2 Penargetan Pasar (*Targeting*)

Setelah mengsegmentasi pasar, perusahaan harus menyadari kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dipilihnya. Target pasar merupakan proses evaluasi dari kelompok segmen, serta fokus strategi pemasaran baik itu suatu negara, daerah, atau sekelompok orang yang memiliki potensi besar untuk memberikan respon. Perusahaan harus dapat mengidentifikasi kebutuhan yang belum dimanfaatkan di pasar, karena mungkin ada pelanggan yang mungkin tidak dilayani secara memadai oleh pesaing. Kemudian perlu untuk mengidentifikasi segmen yang paling menguntungkan dan memutuskan segmen mana yang akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilayani oleh perusahaan. Ada tiga alternatif cakupan pasar yang dapat diterapkan (Camilleri, 2018):

1. Strategi pemasaran yang tidak dibedakan
Strategi pemasaran yang tidak dibedakan mengabaikan perbedaan di pasar. Oleh karena itu, strategi ini melibatkan pendekatan kepada pelanggan dengan satu penawaran pasar.
2. Strategi pemasaran terdiferensiasi
Strategi pemasaran terdiferensiasi biasanya melibatkan penargetan sejumlah segmen. Strategi cakupan pemasaran ini memerlukan pengembangan penawaran produk atau layanan individual, dan membuat rencana pemasaran untuk setiap segmen. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan riset pasar secara menyeluruh untuk mempelajari bagaimana perusahaan dapat memuaskan segmen yang dipilihnya.
3. Pemasaran terkonsentrasi
Perusahaan dengan sumber daya terbatas biasanya akan menargetkan hanya satu atau beberapa sub-pasar. Jika suatu segmen berhasil dipilih, ada kemungkinan bahwa perusahaan dapat memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi atas investasinya. Namun, bentuk pemasaran ini juga dapat melibatkan faktor risiko tinggi. Jika segmen yang dipilih gagal, perusahaan dapat mengalami kerugian besar

2.10.3 Penentuan Posisi (*Positioning*)

Tahap terakhir dalam pemasaran sasaran adalah penentuan posisi produk. Perusahaan menentukan posisi yang ingin mereka tempati di benak pelanggan mereka, karena pelanggan suka membanding-bandingkan produk atau layanan dari kompetitor. Oleh karena itu, suatu pemasaran harus membangun strategi *positioning* mereka, untuk meningkatkan persepsi pelanggan dan prospek terhadap produk mereka. Posisi produk yang efektif memiliki empat karakteristik penting yaitu (Camilleri, 2018):

1. Mereka dibangun berdasarkan manfaat bagi calon pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mereka membedakan produk atau layanan perusahaan tertentu dari produk atau layanan pesaing utama.
3. Masing-masing perusahaan perlu memiliki keterampilan, sumber daya, dan kredibilitas yang relevan untuk memenuhi pernyataan dan janji tersirat mereka.
4. Posisi yang efektif dapat dipertahankan, yang berarti bahwa pesaing yang agresif tidak dapat bertindak cepat untuk menetralkan atau mendahului strategi penentuan posisi lainnya.

Dasarnya menempatkan posisi produk merupakan kegiatan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu yang di ingat konsumen. Ada beberapa cara penentuan posisi produk yang dapat dilakukan dalam memasarkan produk kepada konsumen antara lain:

1. Penentuan posisi menurut atribut perusahaan memposisikan suatu produk dengan menonjolkan *atribut* dan *future* produk yang lebih unggul dibanding *competitor*, diantaranya seperti ukuran, lama keberadaannya, dan seterusnya. Misalnya *Iphone* dapat mengiklankan *Smartphone* sebagai alat komunikasi terbesar di dunia.
2. Penentuan posisi yang ditentukan menurut manfaatnya dalam hal ini yaitu produk diposisikan sebagai suatu manfaat tertentu bagi pengguna
3. Penentuan posisi menurut penggunaannya atau penerapannya yaitu Dinilai dari penggunaan atau penerapan inilah yang digunakan sebagai unsur yang dapat ditonjolkan dibandingkan dengan *competitor*.
4. Penentuan posisi berdasarkan pemakai yaitu produsen memposisikan suatu produk sebagai Produk yang terbaik untuk individu atau sejumlah kelompok pemakai. Pasar sasaran lebih ditujukan pada satu atau lebih komunitas, baik dalam arti sempit maupun dalam arti luas.
5. Penentuan posisi berdasarkan pesaing hal ini produk secara keseluruhan menonjolkan nama secara utuh dengan memposisikan lebih baik dibandingkan pesaingnya. Misal *Lion Country Safari* dapat beriklan memiliki lebih banyak macam binatang jika dibandingkan dengan *Japanese Deer Park*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Menentukan posisi menurut kategori produk. Disini produk diposisikan sebagai suatu kategori produk.
7. Penentuan posisi harga atau kualitas hal produk diposisikan sebagai kualitas nilai terbaik. Misalnya *Busch Gardens* dapat memposisikan diri sebagai nilai terbaik untuk harga.

2.11 Perumusan Strategi

Menurut (David, 2016) yang dikutip oleh (Mahaprastanika,2021) teknik dalam merumuskan strategi dapat dilakukan dalam tiga kerangka pembuatan keputusan yaitu tahap masukan (*input*), tahap pencocokan (*matching*) dan tahap keputusan, perumusan strategi dilakukan untuk membantu penyusunan strategi, mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih strategi. Berikut adalah tiga kerangka dalam perumusan strategi dalam menentukan keputusan:

1. Tahap masukan (*input*)

Pada tahap masukan berisikan matriks IFE dan matriks EFE, Tahap ini melakukan peringkasan informasi masukan yang mendasar berdasarkan kebutuhan dalam mengformulasikan suatu strategi. Disini mensyaratkan penyusunan strategi untuk mengkuantifikasi secara subjektif tahap-tahap pemerosesan formula strategi.

2. Tahap pencocokan (*matching*)

Pada tahap ini berfokus pada pembuatan alternatif strategi yang layak dengan mengklaraskan faktor internal dan eksternal sebagai kunci. Alat yang digunakan yaitu matriks IE dan matriks SWOT.

3. Tahap keputusan

Pada tahap ini menggunakan QSPM sebagai alat untuk memutuskan strategi secara *objektif* diantara berbagai alternatif-alternatif strategi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.12 Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Tahapan ini dapat ditentukan berdasarkan data yang diperoleh dari pengisian dan pengolahan kuesioner berupa analisis faktor internal dan eksternal. Analisis lingkungan internal akan menghasilkan kekuatan dan kelemahan sedangkan analisis eksternal akan menghasilkan peluang dan ancaman (Candana, 2020)

| Kekuatan | Rata-rata Rating | Rata-rata bobot | Skor Total |
|--|------------------|-----------------|--------------|
| A. Pemberian pengarahan dan motivasi sebelum pekerjaan dimulai | 3.67 | 0.100 | 0.367 |
| B. Menu beragam | 3.00 | 0.100 | 0.300 |
| C. Rasa yang enak | 4.00 | 0.080 | 0.320 |
| D. Tempat strategis | 3.33 | 0.245 | 0.816 |
| E. Pelayanan yang baik terhadap konsumen | 3.33 | 0.100 | 0.333 |
| Kelemahan | | | |
| A. Makanan kurang nikmat ketika dikonsumsi pas dingin | 2.67 | 0.056 | 0.149 |
| B. Harga yang kurang terjangkau | 2.33 | 0.048 | 0.112 |
| C. Area parkir yang kurang luas | 3.00 | 0.058 | 0.174 |
| D. Promosi yang kurang maksimal | 2.67 | 0.145 | 0.387 |
| E. Tempat yang kurang nyaman | 2.67 | 0.038 | 0.101 |
| TOTAL | | 1.000 | 3.059 |

Gambar 2.1 Matriks IFE
(Sumber: Candana, 2020)

| Peluang | Rata-rata Rating | Rata-rata bobot | Skor Total |
|---|------------------|-----------------|--------------|
| A. Hubungan yang baik dengan pemasok | 3.00 | 0.088 | 0.267 |
| B. SAGO kota dekat dengan daerah pariwisata | 2.33 | 0.071 | 0.165 |
| C. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mewah | 2.33 | 0.070 | 0.163 |
| D. Berkembangnya teknologi (internet) | 2.67 | 0.084 | 0.224 |
| E. Perubahan teknologi produksi | 3.00 | 0.080 | 0.240 |
| Ancaman | | | |
| F. Beralihnya pelanggan pada pesaing sejenis | 3.33 | 0.088 | 0.293 |
| G. Masuknya pesaing baru | 2.67 | 0.090 | 0.240 |
| H. Banyaknya produk substitusi | 2.33 | 0.080 | 0.186 |
| K. Naiknya harga bahan baku dan pendukung | 3.33 | 0.090 | 0.299 |
| L. Adanya pajak | 2.67 | 0.045 | 0.120 |
| Total | | | 2.197 |

Gambar 2.2 Matriks EFE
(Sumber: Candana, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penyusunan matriks IFE dan EFE memerlukan beberapa tahapan-tahapan yaitu (Candana, 2020):

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yaitu dengan cara mendaftarkan semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan.
2. Pemberian bobot setiap faktor internal dan eksternal perusahaan dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden.
3. Pemberian rating atau peringkat menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis yang ada. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :
 - a. Nilai 4, Jika perusahaan mempunyai kemampuan sangat baik dalam meraih faktor peluang tersebut dengan faktor ancaman tersebut memberikan pengaruh yang sangat lemah terhadap perusahaan.
 - b. Nilai 3, Jika perusahaan mempunyai kemampuan baik dalam meraih faktor peluang tersebut dan faktor ancaman memberikan pengaruh yang lemah terhadap perusahaan.
 - c. Nilai 2, Jika mempunyai perusahaan kemampuan cukup baik dalam meraih faktor peluang tersebut dan faktor ancaman memberikan pengaruh yang kuat terhadap perusahaan.
 - d. Nilai 1, Jika perusahaan mempunyai kemampuan tidak baik dalam meraih faktor peluang tersebut dan faktor ancaman memberikan pengaruh yang kuat terhadap perusahaan.
4. Perhitungan rating dan bobot menentukan nilai pertimbangan tiap faktor yang diperoleh dalam menentukan peringkat setiap faktor. Nilai tertimbang setiap faktor kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total nilai tertimbang. Adapun formula yang digunakan untuk menentukan rating dan bobot yaitu:

$$\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah}}{N} \dots\dots\dots(2.3)$$

Keterangan :
 Rating = Besarnya nilai pada pernyataan
 Jumlah = Jumlah nilai yang diberikan responden
 N = Banyak responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Total}} \dots\dots\dots(2.4)$$

Keterangan :

Bobot = Beban nilai pada pernyataan

Jumlah = Jumlah nilai yang diberikan responden

Total = Jumlah nilai yang diberikan responden pada seluruh pernyataan

2.13 Matriks Internal Eksternal (IE)

Matriks IE memiliki peranan untuk menentukan posisi perusahaan dalam menentukan strategi di matriks yang terdiri dari 9 sel. Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor matriks IFE pada sumbu X dan Matriks EFE pada sumbu Y. Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu (Candana, 2020):

1. *Grow and Build* (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
2. *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.
3. *Harvest and Divest* (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

| | | Total rata-rata tertimbang IFE | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------|
| | | Kuat (3,0 - 4,0) | Rata-rata (2,0 - 2,99) | Lemah (1,0 - 1,99) |
| Total rata-rata tertimbang EFE | Tinggi (3,0 - 4,0) | I | II | III |
| | Menengah (2,0 - 2,99) | IV | V | VI |
| | Rendah (1,0 - 1,99) | VII | VIII | IX |

Gambar 2.3 Matriks IE
(Sumber: Cindy, 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.14 Analisis SWOT

Penggunaan analisis SWOT dimaksudkan untuk memilih dan menetapkan strategi dan sasaran sehingga tersusun program-program yang efektif dan efisien dalam merumuskan suatu strategi didalam perusahaan. Menurut (Rangkuti, 2011) yang dikuti oleh (Susilowati, 2020). Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis SWOT sendiri merupakan singkatan dari Strength (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Kelebihan dari analisa SWOT ini sangat bermanfaat di dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam diri pribadi, bisnis dan organisasi sehingga dapat menggambarkan kondisi suatu perusahaan. Tapi analisa SWOT ini juga memiliki kelemahan. Di mana analisa SWOT ini bukanlah suatu alat yang dapat memberikan jalan keluar dari masalah perusahaan.

Analisa SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut (Candana, 2020):

1. Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
2. Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatankekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.
4. Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
5. Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahankelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut gambar matriks SWOT

| Faktor-Faktor Internal / Faktor-Faktor Eksternal | (S) Strength / Kekuatan | (W) Weakness / Kelemahan |
|--|---|---|
| (O) Opportunities / Peluang | Strategi SO Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) | Strategi WO Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (W) untuk mengatasi kelemahan (W) |
| (T) Threats / Ancaman | Strategi ST Mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T) | Strategi WT Mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T) |

Gambar 2.4 Matriks SWOT
(Sumber: Cindy, 2021)

2.15 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Menurut Umar yang dikutip (Susilowati, 2020) oleh QSPM merupakan alat yang memungkinkan penyusun strategi guna mengevaluasi faktor kunci internal. Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor kesuksesan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan. QSPM mengevaluasi kemenarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif. Langkah penyusunan matriks QSPM sebagai berikut (Candana,2020) :

1. Membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
2. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE).
3. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk dimplementasikan.
4. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores-AS*), didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam setiap alternatif tertentu.

- Nilai 1 = tidak menarik
- Nilai 2 = agak menarik
- Nilai 3 = cukup menarik
- Nilai 4 = sangat menarik

Nilai Daya Tarik Total *Attractive Score* (TAS), diperoleh dengan mengalikan bobot dengan *attractiveness scores*. Berikut adalah contoh dari matrik QSPM.

| Faktor-Faktor Utama | Bobot | Alternatif Strategi | | | | | |
|---|-------|---------------------|-------|--------------------|-------|---------------------|-------|
| | | Penetrasi Pasar | | Pengembangan Pasar | | Pengembangan Produk | |
| | | AS | TAS | AS | TAS | AS | TAS |
| Kekuatan | | | | | | | |
| Kurikulum pelajaran yang bagus | 0,112 | 4 | 0,448 | 4 | 0,448 | 4 | 0,448 |
| Kualitas pengajar | 0,098 | 4 | 0,392 | 4 | 0,392 | 4 | 0,392 |
| Kemampuan manajemen internal yang baik | 0,075 | 4 | 0,3 | 2 | 0,45 | 4 | 0,3 |
| Hubungan antar karyawan yang terjalin dengan baik | 0,033 | 4 | 0,132 | 2 | 0,066 | 4 | 0,132 |
| Budaya organisasi di tempat kerja yang baik | 0,063 | 4 | 0,252 | 2 | 0,126 | 3 | 0,189 |
| Penggunaan bahasa inggris sebagai bahasa pengantar utama | 0,047 | 3 | 0,141 | 3 | 0,141 | 3 | 0,141 |
| Keikutsertaan pendidik dalam kegiatan pengembangan profesi | 0,025 | 3 | 0,075 | 2 | 0,05 | 4 | 0,1 |
| Memiliki nilai akreditasi A | 0,035 | 1 | 0,035 | 3 | 0,105 | 1 | 0,035 |
| Memiliki prestasi akademik yang baik | 0,053 | 4 | 0,212 | 3 | 0,159 | 2 | 0,196 |
| Kegiatan sekolah yang mendukung karakter anak | 0,045 | 4 | 0,18 | 3 | 0,135 | 2 | 0,09 |
| Kelemahan | | | | | | | |
| Kurangnya sarana dan prasarana (lapangan olahraga, kantin) | 0,105 | 4 | 0,42 | 4 | 0,42 | 4 | 0,42 |
| Ruang kelas yang kecil dan agak sempit | 0,083 | 3 | 0,249 | 4 | 0,332 | 3 | 0,249 |
| Biaya sekolah dengan fasilitas penunjang kegiatan belajar masih kurang seimbang | 0,054 | 4 | 0,216 | 4 | 0,216 | 2 | 0,108 |
| Baru meluluskan dua angkatan | 0,047 | 2 | 0,094 | 2 | 0,094 | 1 | 0,047 |
| Sekolah Nurture Spring belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas | 0,036 | 2 | 0,072 | 3 | 0,216 | 3 | 0,216 |
| Ketidaksesuaian kualifikasi bidang ilmu dengan mata pelajaran yang diajarkan | 0,031 | 2 | 0,062 | 1 | 0,031 | 3 | 0,093 |
| Pemasaran terbatas untuk internal | 0,035 | 3 | 0,105 | 3 | 0,105 | 2 | 0,07 |
| Lokasi yang berada di dalam kompleks | 0,023 | 3 | 0,069 | 4 | 0,092 | 1 | 0,023 |
| Peluang | | | | | | | |
| Semakin banyaknya kegiatan pengembangan profesi guru | 0,071 | 4 | 0,284 | 1 | 0,071 | 4 | 0,284 |
| Kesadaran orang tua terhadap pentingnya kualitas pendidikan | 0,085 | 4 | 0,34 | 3 | 0,255 | 3 | 0,255 |
| Banyaknya media pembelajaran | 0,112 | 4 | 0,448 | 2 | 0,224 | 4 | 0,448 |
| Kemajuan teknologi yang mendukung dalam pembelajaran | 0,103 | 4 | 0,412 | 3 | 0,309 | 4 | 0,412 |

Gambar 2.5 Matriks QSPM
(Sumber: Cindy, 2021)

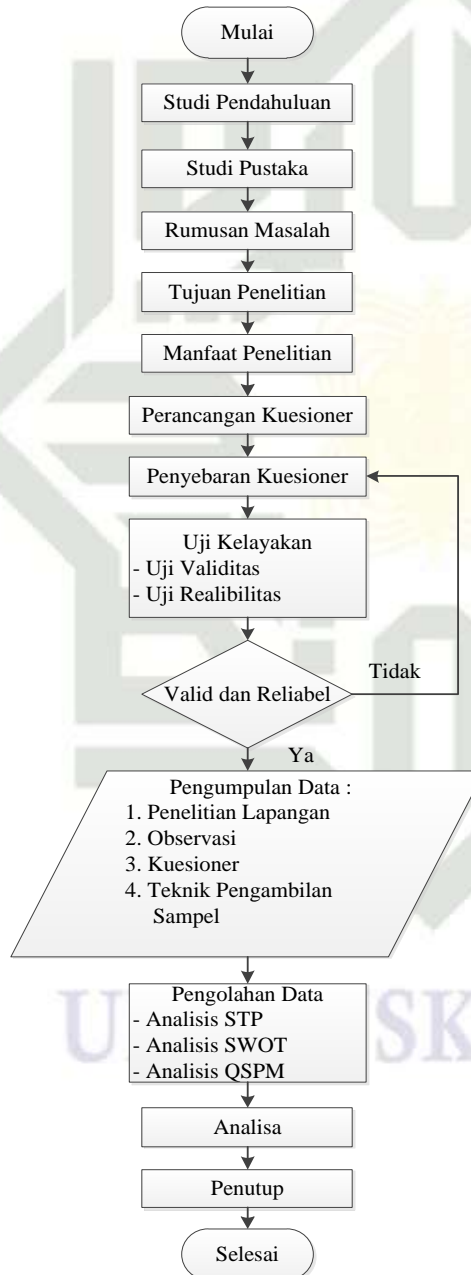
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi pembahasan dan penjelasan tentang langkah-langkah yang akan dilewati dalam melakukan penelitian dengan tujuan penelitaian dapat terarah secara sistematis. Adapun metodologi penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan sangat penting dilakukan agar penelitian lebih terfokus dan terarah sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Penetapan tujuan harus jelas, nyata, dan terukur. Pada penelitian saat ini tujuan yang ditetapkan ialah mengidentifikasi *segmentation, targeting* dan *positioning* di *Aufia Global Islamic Boarding School* dan menentukan strategi pemasaran berdasarkan metode SWOT dan QSPM.

3.6 Perancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Pernyataan-pernyataan yang ada di kuesioner diperoleh dari visi-misi *Aufia Global Islamic Boarding School*, hasil wawancara pada pengurus dan berdasarkan keadaan sekitar. Dari pertanyaan-pertanyaan akan dijawab oleh responden (satri). Pada kuesioner sendiri terdapat skala linkert sebagai skala pengukur pada kuesioner yang digunakan untuk mengetahui sikap, persepsi atau pendapat dari responden. Berikut adalah parameter dari skala linkert:

- 5 = Sangat setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Kurang setuju
- 2 = Tidak setuju
- 1 = Sangat tidak setuju

3.7 Penyebaran Kuesioner

Berikut adalah table 3.1 pernyataan kuesioner penelitian penilaian rating:

Tabel 3.1 Pernyataan kuesioner

| No | Faktor Internal Kekuatan (Cindy,2021) | Rating | | | | |
|----|---|--------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Mempelajari <i>entrepreneurship</i> sejak dini | | | | | |
| 2 | Memiliki pelajaran yang baik dengan mengkombinasikan beberapa kurikulum yaitu nasional, martikulasi dan pesantren | | | | | |
| 3 | Kemampuan manajemen waktu yang baik | | | | | |
| 4 | Adanya kelas tahfizh | | | | | |

(Sumber: Pengumpulan Data 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8 Uji Kelayakan

Setelah melakukan penyebaran kuesioner maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji kelayakan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden, di uji kelayakan memiliki beberapa tahap yaitu:

1. Uji validitas

Uji validitas harus dilakaukan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan yang tidak valid sehingga menghasilkan data yang tidak akurat, pernyataan yang tidak valid, tidak digunakan sebagai pernyataan. Secara teori uji validitas dapat diukur dari korelasi *product moment* atau *korelasi pearson*, sebagai berikut (Amanda, 2019):

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2 \cdot N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = Skor butir

Y = Skor total

$\sum XY$ = Jumlah dari instrumen X yang dikalikan dengan jumlah instrumen Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat kriteria X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat kriteria Y

Bila diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan pada kuesioner sah.

Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 16.

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan pengukuran berkali-kali, Uji reliabel dapat diukur dengan n formula *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut (Amanda, 2019):

$$r_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

- r_{xy} : Reliabilitas instrumen
 $\sigma^2 t$: Total Varians
 k : Banyak butir pertanyaan
 $\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

Cronbach's alpha (α) berada diantara 0 – 1, semakin dekat angka 1 maka semakin baik instrumen yang diujikan. Uji reliabilitas diolah dengan menggunakan *software* SPSS Versi 16. Penilaian *Cronbach's alpha* (α) berdasarkan aturan berikut:

- 0,00 – 0,20 : Kurang *reliable*
 0,20 – 0,40 : Agak *reliable*
 0,40 – 0,60 : Cukup *reliable*
 0,60 – 0,80 : *Reliable*
 0,80 – 1,00 : Sangat *reliable*

3.9 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang di perlukan dalam penelitian. Dalam mengumpulkan data harus menggunakan cara yang tepat supaya menghasilkan data yang memiliki kredibilitas yang tinggi. Pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari yaitu:

1. Penelitian lapangan
 Penelitian lapangan yaitu melakukan pengamatan mendalam secara langsung terhadap keadaan disekitar *Aufia Global Islamic Boarding School*.
2. Observasi
 Pada pengumpulan data ini melakukan pengamatan mengenai permasalahan-permasalahan yang akan diteliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kuesioner

Pada pengumpulan data ini membuat daftar-daftar pernyataan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, jurnal dan visi-misi *Aufia Global Islamic Boarding School* yang akan dijawab oleh responden (santri).

4. Teknik pengambilan sampel

Pada penelitian kali ini yang akan dijadikan sampel adalah santri dari *Aufia Global Islamic Boarding School*. Saat ini jumlah populasi satri ada 66 santri yang mana menurut (Arikunto, 2012) yang dikutip oleh (Aribowo,2020) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari populasinya, dikarenakan jumlah populasi satri tidak sampai 100 maka jumlah pengambilan sampel diambil seluruh populasi yaitu 66 santri.

3.10 Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka data yang diperoleh tersebut diolah dengan tujuan menghasilkan suatu nilai atau gambaran yang menjadi suatu langkah dalam menyelesaikan penelitian. Dalam menyelesaikan pengolahan data strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik dengan menggunakan metode *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), SWOT dan *Quantitative Stratetic Planing Matrix* (QSPM) adalah sebagai berikut:

1. Analisa STP

Dalam melakukan analisa STP ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu:

- a. Melakukan segmentasi pasar yang nantinya akan membagi pasar menjadi beberapa segmen yang akan dibedakan berdasarkan pekerjaan, minat, motif dan hal yang dibutuhkan.
- b. Melakukan target pemasaran untuk menentukan konsumen mana yang akan ditargetkan untuk menjadi pelanggan.
- c. Melakukan penentuan posisi pemasaran untuk membuat para konsumen ingat terhadap produk atau jasa yang digunakan serta konsumen memiliki

persepsi positif dari berbagai aspek, sehingga memberikan prospek yang baik dalam menggunakan produk atau jasa.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT sendiri merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Ada beberapa tahapan dalam melakukan analisis SWOT yaitu:

a. IFE dan EFE

Internal Factor Evaluation (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) adalah tahap pemasukan (*input stage*) di tahapan ini dapat ditentukan berdasarkan data yang diperoleh dari pengisian dan pengolahan kuesioner yang berupa analisis faktor internal dan eksternal *Aufia Global Islamic Boarding School*.

b. Matriks IE dan Matriks SWOT

Matriks *internal eksternal* (IE) dan matriks SWOT merupakan tahap pencocokan (*matching stage*) yang mana matriks IE memiliki peranan untuk menentukan posisi *Aufia Global Islamic Boarding School* dalam menentukan strategi di matriks yang terdiri dari 9 sel. Setelah menyelesaikan matriks IE maka selanjutnya membuat matriks SWOT untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman *Aufia Global Islamic Boarding School*.

3. Analisis QSPM

Setelah menyelesaikan analisis SWOT maka tahap terakhir yaitu tahap pengambilan keputusan. Analisis QSPM dapat menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana kesuksesan pada faktor internal dan eksternal untuk dapat dimanfaatkan atau ditingkatkan. Dalam analisis QSPM sendiri terdapat beberapa komponen diantaranya faktor-faktor utama, alternatif strategi, bobot, *attractiveness score* (AS) dan total *attractiveness*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

score (TAS). Untuk mengambil keputusan strategi yang dipilih di analisis QSPM yaitu berdasarkan nilai TAS yang terbesar berdasarkan rating.

3.11 Analisa

Setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data maka selanjutnya melakukan analisa terhadap nilai-nilai yang diperoleh dari hasil pengolahan data. Analisa dilakukan untuk mendapat gambaran terhadap hasil dari pengolahan data sehingga nantinya mudah dipahami dalam memberikan jawaban terhadap permasalahan.

3.12 Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir dari penelitian ini adalah pengambilan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan yang diambil berisikan rangkuman hasil dari penelitian yang telah dilakukan dari pengolahan data. Sedangkan saran berisi masukan yang membangun dan memberikan saran dalam melakukan perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari mengidentifikasi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* di *Aufia Global Islamic Boarding School*.
 - a. Segmentasi di kelompokan berdasarkan geografi, demografi, psikografi dan tingkah laku. Pada segmen geografi, asal para santri banyak berasal dari kota pekanbaru dengan persentase 44%, pada demografi terdapat dua kriteria yaitu pendapatan orang tua dan pekerjaan orang tua. Pada pendapatan orang tua yang segmen yang terpilih pendapatan antara Rp1.000.000- Rp3.000.000 persentase 47% dan pada pekerjaan orang tua segmen yang terpilih adalah pedangang atau pengusaha dengan persentase 32%. Pada segmen psikografi terdapat dua kriteria yaitu keinginan dan kelas sosial, pada kriteria keinginan segmen yang terpilih adalah atas keinginan sendiri dengan persentase 68% dan pada kelas sosial segmen yang terpilih adalah kelas menengah dengan persentase 95%. Pada segmen tingkah laku segmen yang terpilih adalah mendapat informasi dari orang tua atau saudara dengan persentase 80%.
 - b. Target yang tepat untuk memasarkan pesantren ialah kepada orang tua murid yang memiliki pendapatan sekitar Rp1.000.000-Rp3000.000 yang sekiranya berprofesi sebagai pedagang/pengusaha yang berada di kota pekanbaru dengan kondisi kelas sosial keluarga berada pada kelas menengah
 - c. Untuk posisi pesantren *Aufia Global Islamic Boarding School* dapat memfokuskan terlebih dahulu untuk memasarkan atau mempromosikan didalam kota pekanbaru. Pesantren sendiri berencana ingin menyiapkan calon ulama yang paham mengenai dunia usaha dan siap menjadi pemimpin, dengan mendidik para santri dalam mengatur waktu sebaik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. mungkin, selain itu pesantren sudah menjalin kerjasama dengan pemerintah dan instansi yang bergerak dibidang usaha dan dakwah.

2. Berdasarkan dari hasil metode SWOT dan QSPM, strategi yang terpilih adalah sebagai berikut:

a. Dari hasil metode SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat ditentukan oleh pesantren *Aufia Global Islamic Boarding School* yaitu:

- 1) Membuat program pembelajaran yang melibatkan langsung *entrepreneur*.
- 2) Seluruh guru/staf pesantren berpera aktif dalam mempromosikan dan mengenalkan pesantren baik secara *online* dan *offline*.
- 3) Membuat pembelajaran yang kreatif, inovatif, aktif dan efektif sesuai kurikulum yang dimiliki pesantren.
- 4) Memanfaatkan media sosial (FB, YT,IG) dalam mengenalkn pesantren ke masyarakat.
- 5) Meminta bantuan dana kepada pemerintah kota/daerah terkait pembangunan pesantren.
- 6) Meningkatkan sosialisasi mengenai kualitas pesantren kepada orang tua/wali para santri.
- 7) Menetpkan harga/biaya sesuai pelayanan dan pembelajaran yang diberikan kepada santri.
- 8) Melakukan pembagunan secara bertahap.
- 9) Menjalin hubungan yang baik kepada orang tua/wali.

b. Dari hasil metode QSPM dari sembilan alternative strategi, strategi yang terpilih adalah meminta bantuan dana kepada pemerintah kota/daerah terkait pembangunan pesantren dengan nilai TAS 6,315. Bantuan dari pemerintah akan membantu dalam meningkatkan pembangunan fasilitas yang masih kurang di pesantren *Aufia Global Islamic Boarding School*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran.
2. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pesantren *Aufia Global Islamic Boarding School* dalam meningkatkan jumlah peserta didik.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan ada pembaharuan dan pengembangan kosep untuk mendukung penerapan manajemen pemasaran dengan menggunakan STP, SWOT dan QSPM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daftar Pustaka

- Ardani. (2020). *Usulan Strategi Pemasaran Dengan Menentukan Segmentasi Pasar TK Tahfizh Al-Fatih* (Teknik Industri, UIN SUSKA RIAU).
- Aribowo, A., Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di PT. Quantum Training Centre Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, Vol. 1(1), 21-30.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, Vol. 8 (1), 179 – 188.
- Bora, M. A. (2017). Analisa Kepuasan Penggunaan *E-Learning Cloud* Sekolah Tinggi Teknik (STT) Ibnu Sina Batam. *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, Vol. 1 (01), 55-62.
- Camilleri, M. A. (2018). Market Segmentation, Targeting and Positioning. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, Chapter 4, 69-83. Springer, Cham, Switzerland.
- Candana, D. M., & Afuan, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 (1), 151-162.
- Cindy, C., & Susanto, E. H. (2021). Analisis Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Dasar Nurture Spring Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 5(1), 40-45.
- Fazlin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah: *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7 (2).
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT Dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) Terhadap Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro–Bunda Culinary. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, Vol 7 (2), 127-138.
- Janna, N. M. (2020). *Variabel dan Skala Pengukuran Statistik* (No. 8326r). Center for Open Science.
- Karela, F. (2020). *Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mahaprastnika. A.K.A. (2021) *Strategi Pemasaran Produk Abon Cabe PT. Evia Maju Bersama, Bogor, Jawa Barat* (Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, Vol. 3(1), 73-92.

Surtinah, W., & Ekhsan, M. (2020). *Customer Relationship Management Dan Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Di Jakarta*. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, Vol. 1(2), 50-56.

Susilowati, A., Yusuf, A., Amanda, B. F., Wahyuni, A., & Sanjaya, V. F. (2020). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi). *Jurnal of Admiration*, Vol. 1(3), 124-129.

Syafe'i, I. (2017). Pondok Pesantren: Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 8(1), 61-82.

LAMPIRAN A

FOTO PESANTREN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B DOKUMENTASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN C

KUESIONER PENELITIAN

Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dengan Menggunakan STP, SWOT & QSPM (Studi Kasus: Aufia Global Islamic Boarding School)

KUESIONER

Petunjuk:

1. Isilah kuesioner ini dengan secara jujur
2. Bacalah setiap pertanyaan dan pilih jawaban “Ya atau Tidak” dengan memberi tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan

Nama :
 Umur :
 Kelas :
 Asal tempat tinggal :

| No | Pertanyaan | Ya | Tidak |
|----|---|----|-------|
| 1 | Apa belajar di pesantren menyenangkan | | |
| 2 | Apa selama di pesantren anda merasa aman dan nyaman | | |
| 3 | Apa pesantren memiliki fasilitas yang lengkap, seperti perpustakaan, labor dan lain-lain | | |
| 4 | Apa pekerja/karyawan di pesantren memberikan pelayanan yang baik | | |
| 5 | Apa materi pelajaran di pesantren mudah dimengerti | | |
| 6 | Apa guru/ustad mengajar dengan baik | | |
| 7 | Apakah yang diterangkan oleh guru/ustad mudah dipahami | | |
| 8 | Apa anda diajarkan menjadi <i>entrepreneur</i> (pengusaha) | | |
| 9 | Apa guru/ustad memberi metode yang baik dalam menghafal Al-Quran | | |
| 10 | Apa anda senang menjadi penghafal Al-Quran | | |
| 11 | Apakah selama belajar di pesantren anda paham menjadi <i>entrepreneur</i> (pengusaha) | | |
| 12 | Apa anda masuk ke pesantren atas keinginan sendiri | | |
| 13 | Apa anda masuk ke pesantren atas keinginan orang tua atau yang lainnya | | |
| 14 | Apakah selama di pesantren, anda dapat mengikuti segala peraturannya | | |
| 15 | Apa selama tinggal di pesantren anda merasa jenuh atau bosan | | |
| 16 | Apa menurut anda uang masuk dan biaya SPP pesantren mahal | | |
| 17 | Apakah menurut anda biaya yang dikeluarkan sebanding dengan dengan ilmu, fasilitas dan pelayanan yang diperoleh | | |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dengan Menggunakan STP, SWOT & QSPM (Studi Kasus: Aulia Global Islamic Boarding School)

Kuesioner

Pernyataan mengenai segmen yang terkait pada responden.

Petunjuk: Bacalah pernyataan dan jawab dengan memberitanda ceklis (√)

pada kolom yang telah disediakan.

Nama :

Umur :

Asal : Pekanbaru Siak Kampar Rohul
 Bengkalis Inhu Inhil Rohil
 Kep. Riau Diluar Riau

Pekerjaan Orang Tua : Swasta Buruh Guru/Dosen
 PNS Petani Usaha/Pedagang
 DII

Pendapatan Orang Tua : < 1.000.000
 1.000.000-3.000.000
 3.000.000-5.000.000
 5.000.000-10.000.000

Kelas Sosial Keluarga : Kecil Menengah Atas

Keinginan Masuk Pesantren : Sendiri Orang tua Kerat/Teman

Dapat Informasi Pesantren : Media sosial (FB, IG, YT dan lain-lain)
 Media cetak (Pamflet, Brosur dan lain-lain)
 Orang tua, saudara, teman dan lain-lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pernyataan mengenai rating faktor internal dan eksternal

Petunjuk: Bacalah pernyataan dan jawab dengan memberitanda ceklis (√) pada masing-masing kolom di faktor internal dan eksternal yang sesuai dengan keadaan di pesantren saat ini, berdasarkan skala penilaian sebagai berikut:

5 = Sangat setuju

4 = Setuju

3 = Kurang Setuju

2 = Tidak setuju

1 = Sangat tidak setuju

Nama :

Jabatan/Posisi :

| No | Faktor Internal | Rating | | | | |
|------------------|---|--------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kekuatan | | | | | | |
| 1 | Mempelajari entrepreneurship sejak dini | | | | | |
| 2 | Memiliki pelajaran yang baik dengan mengkombinasikan beberapa kurikulum yaitu nasional, martikulasi dan pesantren | | | | | |
| 3 | Kemampuan manajemen waktu yang baik | | | | | |
| 4 | Adanya kelas tahfizh | | | | | |
| 5 | Tenaga pengajar berasal dari lulusan perguruan tinggi dalam negeri dan alumni dari timur tengah | | | | | |
| 6 | Kegiatan pesantren yang mendukung perubahan karakter santri menjadi lebih baik | | | | | |
| 7 | Lokasi pesantren yang dekat dengan alam | | | | | |
| Faktor Internal | | Rating | | | | |
| Kelemahan | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Kurangnya sarana dan prasarana | | | | | |
| 2 | Kurangnya fasilitas | | | | | |
| 3 | Baru berdiri | | | | | |
| 4 | Belum terlalu dikenal masyarakat | | | | | |
| 5 | Biaya sekolah dengan fasilitas penunjang kegiatan belajar masih kurang seimbang | | | | | |
| Faktor Eksternal | | Rating | | | | |
| Peluang | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Kemajuan teknologi yang mendukung proses pembelajaran | | | | | |
| 2 | Melakukan pemasaran secara online dan offline | | | | | |
| 3 | Orang tua didik secara tidak langsung melakukan promosi ke saudara atau tetangga | | | | | |
| 4 | Adanya menjalin kemitraan terhadap yang | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| | memiliki kepedulian dibidang pendidikan, dakwah dan entrepreneurship | | | | | |
| 5 | Kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan berbasis agama islam | | | | | |
| 6 | Mendapat dukungan dari pemerintah dan instansi yang bergerak dalam bidang yang sama | | | | | |
| | Ancaman | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Peran orang tua terhadap sekolah | | | | | |
| 2 | Persaingan kualitas antar sekolah | | | | | |
| 3 | Persaingan biaya antar sekolah | | | | | |
| 4 | Pendapat orang tua mengenai harga yang diberikan sebanding dengan kualitas yang diterima | | | | | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penentuan Alternatif Strategi Menggunakan QSPM

Pemilihan alternatif strategi pemasaran dengan menggunakan matrix QSPM yang merupakan tahap keputusan dari formulasi strategi pemasaran yang berasal dari hasil penetapan faktor internal dan eksternal yang di dasarkan pada analisis SWOT . Berikut alternatif-alternatif strategi yang dihasilkan dari matrix SWOT:

1. Membuat program pembelajaran yang melibatkan langsung *entrepreneur*
2. Seluruh guru/staf pesantren berpera aktif dalam mempromosikan dan mengenalkan pesantren baik secara *online* dan *offlie*
3. Membuat pembelajaran yang kreatif, inofatif, aktif dan efektif sesuai kurikulum yang dimiliki pesantren
4. Memanfaatkan media sosial (FB, YT,IG) dalam mengenalakn pesantren ke masyarakat
5. Meminta bantuan dana kepada pemerintah kota/daerah terkait pembangunan pesantren
6. Meningkatkan sosialisasi mengenai kualitas pesantren kepada orang tua/wali para santri
7. Menetpkan harga/biaya sesuai pelayanan dan pembelajaran yang diberikan kepada santri
8. Melakukan pembagunan secara bertahap
9. Menjalin hubungan yang baik kepada orang tua/wali

Beri tanda (√) pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing alternatif strategi berikut dengan pedoman:

Skala 4 : jika respon perusahaan sangat kuat terhadap faktor tersebut

Skala 3 : jika respon perusahaan kuat terhadap faktor tersebut

Skala 2 : jika respon perusahaan lemah terhadap faktor tersebut

Skala 1 : jika respon perusahaan sangat lemah terhadap faktor tersebut

| PELUANG (O) | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|-------------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | Adanya menjalin kemitraan terhadap yang memiliki kepedulian dibidang pendidikan, dakwah dan entrepreneurship | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan berbasis agama islam | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Mendapat dukungan dari pemerintah dan instansi yang bergerak dalam bidang yang sama | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANCAMAN (T) | | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Peran orang tua terhadap pendidikan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Persaingan kualitas antar sekolah | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pendapat pelanggan mengenai harga yang diberikan sebanding dengan kualitas yang diterima | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Persaingan harga | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

LAMPIRAN D

REKAPITULASI KUESIONER *INTERNAL* DAN *EKSTERNAL*

Internal

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-------|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 53 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 51 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 48 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 54 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 49 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 44 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 33 | 30 | 29 | 33 | 33 | 34 | 30 | 24 | 25 | 28 | 25 | 26 | 350 |

Eksternal

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 34 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 1 | 4 | 31 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 45 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 2 | 5 | 41 |
| 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 38 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 33 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 34 |
| 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 42 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 41 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 42 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 45 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 46 |
| 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 42 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 43 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 45 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 45 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 41 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 44 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 44 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 47 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 45 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 40 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 36 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 43 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 37 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 298 | 295 | 272 | 301 | 315 | 295 | 258 | 228 | 222 | 259 | 2743 |



UIN SUSKA RIAU

© Hal

ipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Maryan Kurniawan, dilahirkan di Pekanbaru pada tanggal 24 Maret 1997 anak dari pasangan ayahanda bernama Oyong dan Ibunda bernama Darma Wati. Penulis merupakan anak pertama dari 2 (dua) bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut ilmu pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

- Tahun 2002 : Memasuki Sekolah Dasar Negeri 037 Muara Fajar dan menyelesaikan pendidikan SD pada Tahun 2008
- Tahun 2008 : Memasuki Sekolah Menengah Pertama 3 Minas dan menyelesaikan pendidikan SMP pada Tahun 2011
- Tahun 2011 : Memasuki Sekolah Menengah Kejuruan 5 Rumbai dan menyelesaikan pendidikan SMK pada Tahun 2014
- Tahun 2016 : Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.
- Judul Tugas Akhir : Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dengan Menggunakan STP, SWOT & QSPM
(Studi Kasus: Aufia Global Islamic Boarding School)
- Nomor Handpone : 0821-7487-4070
- E-Mail : mariankurniawan3@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.